

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



ISO 9001:2015

PHẠM TUẤN ANH

LUẬN VĂN THẠC SĨ
CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH

HẢI PHÒNG - 2018

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

PHẠM TUẤN ANH

GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI
CÔNG TY CỔ PHẦN XĂNG DẦU HFC

LUẬN VĂN THẠC SĨ
NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH

CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

MÃ SỐ: 60 34 01 02

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC
PGS.TS. LÊ HỮU ẢNH

HẢI PHÒNG - 2018

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đề tài: “*Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC*” là công trình nghiên cứu của riêng tôi, không sao chép của bất kỳ ai.

Các số liệu, kết quả trong luận văn là hoàn toàn trung thực và chính xác, không trùng lặp với bất cứ công trình nghiên cứu nào đã được công bố trước đây.

Các thông tin trích dẫn trong luận văn đều được ghi rõ nguồn gốc. Nếu có sai sót tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm.

Hải Phòng, ngày...tháng....năm 2018

Tác giả luận văn

Phạm Tuấn Anh

LỜI CẢM ƠN

Trước hết, tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới thầy giáo hướng dẫn, ***PGS.TS. Lê Hữu Ảnh***, người đã tận tình hướng dẫn, định hướng và giúp tôi hoàn thành luận văn này.

Tôi xin chân thành cảm ơn các Thầy, Cô đã dạy trong chương trình đào tạo Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Dân lập Hải Phòng, những người đã trang bị cho tôi thêm nhiều kiến thức và kinh nghiệm đáng quý trong suốt khóa học vừa qua.

Cuối cùng, tôi xin cảm ơn các Anh, Chị tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC đã giúp đỡ và tạo điều kiện thuận lợi cho tôi trong việc thu thập số liệu và hoàn thiện luận văn này.

Trong quá trình thực hiện luận văn, do kinh nghiệm và thời gian còn hạn chế nên những biện pháp đưa ra khó tránh khỏi những thiếu sót. Tôi rất mong nhận được sự góp ý của các thầy cô để bài luận văn của tôi được hoàn thiện hơn.

Xin chân thành cảm ơn !

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

Trang

Bảng 2.1: Sở hữu vốn	39
Bảng 2.2: Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty của Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017	47
Bảng 2.3: Các chỉ tiêu phản ánh Tỷ suất sinh lời của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017	51
Bảng 2.4: Một số chỉ số về hiệu quả sử dụng tài sản của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017	53
Bảng 2.5: Các chỉ số về hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 - 2017	56
Bảng 2.6: Các chỉ số về hiệu quả sử dụng chi phí của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017	58
Bảng 2.7: Cơ cấu lao động của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017	60
Bảng 2.8: Các chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng lao động của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017	61
Bảng 2.9: Một số chỉ tiêu tài chính khác của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017	63

DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ, SƠ ĐỒ	Trang
Biểu đồ số 2.1: Biểu đồ quá trình hình thành và phát triển của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC	36
Sơ đồ số 2.2: Sơ đồ tổ chức bộ máy quản lý của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC	42
Biểu đồ số 2.3: Biểu đồ biểu diễn doanh thu, chi phí và lợi nhuận của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017	48
Biểu đồ số 2.4: Biểu đồ phân tích chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp, chi phí hoạt động tài chính của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017	50
Biểu đồ số 2.5: Biểu đồ về các chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lời của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017	52
Biểu đồ số 2.6: Biểu đồ phân tích Sức sản xuất của tài sản Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017	56
Biểu đồ số 2.7: Biểu đồ biểu diễn Tỷ suất sinh lời của tài sản Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017	56
Biểu đồ số 2.8: Biểu đồ biểu diễn Hệ số thanh toán của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017	65

MỤC LỤC		Trang
LỜI MỞ ĐẦU		7
1. Tính cấp thiết của đề tài		7
2. Mục đích nghiên cứu		8
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu		9
4. Câu hỏi nghiên cứu		9
5. Phương pháp nghiên cứu		9
6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn		12
7. Kết cấu của đề tài		12
CHƯƠNG I: LÝ LUẬN CHUNG VỀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP		13
1.1. Tổng quan về hiệu quả kinh doanh		13
1.1.1. Khái niệm về hiệu quả kinh doanh		13
1.1.2. Bản chất hiệu quả kinh doanh		15
1.1.3. Phân biệt giữa kết quả và hiệu quả kinh doanh		16
1.1.4. Sự cần thiết phải nâng cao hiệu quả kinh doanh		18
1.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh		20
1.2.1. Các chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lời		20
1.2.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn		21
1.2.3. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng chi phí		23
1.2.4. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động		23
1.2.5. Các chỉ tiêu khái quát về tình hình tài chính		24
1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh		27
1.3.1. Nhóm các nhân tố bên trong doanh nghiệp		27
1.3.2. Nhóm các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp		29
CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN XĂNG DẦU HFC		35
2.1. Giới thiệu tổng quan về Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC		35
2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC		35
2.1.2. Ngành nghề kinh doanh của Công ty		39

2.1.3.	Đặc điểm tổ chức bộ máy quản lý của Công ty	41
2.2.	Phân tích khái quát tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC trong giai đoạn 2014 – 2017	46
2.3.	Phân tích hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017	50
2.3.1.	Phân tích các chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lời	50
2.3.2.	Phân tích các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn	52
2.3.3.	Phân tích các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng chi phí	58
2.3.4.	Phân tích các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động	60
2.3.5.	Phân tích các chỉ tiêu khái quát về tình hình tài chính	63
2.4	Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017	67
2.5.	Đánh giá chung về kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017	70
	CHƯƠNG III: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN XĂNG DẦU HFC	75
3.1.	Định hướng phát triển của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC trong thời gian tới	75
3.1.1.	Các mục tiêu chủ yếu của công ty	75
3.1.2.	Chiến lược phát triển trung và dài hạn	75
3.2.	Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC	76
3.2.1.	Giải pháp tăng doanh thu	76
3.2.2.	Giải pháp tăng hiệu quả sử dụng chi phí	79
3.2.3.	Giải pháp tăng hiệu quả sử dụng lao động	82
3.2.4.	Giải pháp tăng hiệu quả sử dụng vốn	84
3.2.5.	Giải pháp về quản lý rủi ro	88
3.3.	Một số kiến nghị khác để thực hiện hiệu quả các giải pháp trên	89
	KẾT LUẬN	90
	Danh mục tài liệu tham khảo	93

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Ngày nay, toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế mang lại những cơ hội kinh doanh mới cho doanh nghiệp song cũng chứa đựng đầy đủ những thách thức đe dọa đến sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam nói chung và sự tồn tại của các doanh nghiệp nói riêng. Việt Nam nằm trong hệ thống các quốc gia đang phát triển đã và đang tiến đến nền kinh tế thị trường với các chính sách kinh tế mở và chiến lược tham gia hội nhập kinh tế quốc tế. Phát triển kinh tế thị trường đã, đang và sẽ đặt nền kinh tế nước ta nói chung và các doanh nghiệp nói riêng đối diện với những thách thức, khó khăn trước sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt mang tính quốc tế nhằm thu hút khách hàng và mở rộng thị trường ngay trong nước cũng như thế giới.

Trong nền kinh tế thị trường, một khi không còn sự bảo hộ của nhà nước, các doanh nghiệp trong nước phải tự điều hành quản lý các hoạt động sản xuất, kinh doanh một cách có hiệu quả để có thể đứng vững trên thị trường và ngày càng phát triển. Bên cạnh đó, để có thể tồn tại và phát triển thì các doanh nghiệp phải tổ chức sản xuất kinh doanh có hiệu quả. Điều này luôn là thử thách của doanh nghiệp. Để có lợi nhuận, các nhà quản trị phải luôn nghiên cứu, tìm ra các hướng đi phù hợp với điều kiện cụ thể của doanh nghiệp mình, nhằm mục tiêu nâng cao hiệu quả kinh doanh. Từ đó mới có thể đầu tư mở rộng sản xuất, nâng cao đời sống cho người lao động, tạo sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Đây chính là là điều kiện sống còn của doanh nghiệp, đồng thời nó tạo điều kiện cho các doanh nghiệp sử dụng nguồn lực hợp lý cũng như thúc đẩy việc áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật công nghệ hiện đại vào quá trình sản xuất kinh doanh, cũng như hội nhập với nền khoa học kỹ thuật trên thế giới.

Xăng dầu là mặt hàng có vai trò hết sức quan trọng đối với nền kinh tế, giá cả của xăng dầu ảnh hưởng rất lớn đến giá cả của nhiều mặt hàng khác, nên giá bán xăng dầu trên cả nước hầu như do Nhà nước quyết định. Trong khi đó, giá mua xăng dầu lại phụ thuộc vào giá dầu thế giới, nên các doanh nghiệp kinh doanh

xăng dầu không hoàn toàn chủ động trong việc quyết định kết quả kinh doanh của mình.

Bên cạnh đó, giá mua xăng dầu lại phụ thuộc vào giá dầu thế giới, nên các doanh nghiệp kinh doanh xăng dầu không hoàn toàn chủ động trong việc quyết định kết quả kinh doanh của mình.

Đối với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh xăng dầu trong điều kiện kinh tế thị trường có nhiều biến đổi không ngừng phải thể hiện được vai trò tiên phong của mình trong quá trình hội nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới. Trong xu thế đó, Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC đã nhanh chóng nắm bắt cơ hội, đổi mới cơ cấu tổ chức và hoạt động, nhờ đó phát triển ngày càng lớn mạnh, có những đóng góp không nhỏ cho ngành kinh doanh xăng dầu nói riêng và nền kinh tế quốc dân nói chung, trong đó biện pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh là vấn đề rất cần thiết đối với Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC nói riêng và ngành xăng dầu nói chung trong giai đoạn hiện nay.

Đương đầu với những khó khăn và thách thức to lớn thì vấn đề nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh có ý nghĩa vô cùng thiết thực và quan trọng, luôn được tập thể cán bộ công nhân viên trong Công ty đặt lên hàng đầu, là mục tiêu quan trọng đối với sự tồn tại và phát triển của Công ty. Vì vậy, Công ty luôn nỗ lực nghiên cứu điều chỉnh phương hướng hoạt động của mình, đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm, sử dụng hiệu quả các yếu tố sản xuất, nắm bắt được các nhân tố ảnh hưởng cũng như mức độ và xu hướng tác động của từng yếu tố đến kết quả và hiệu quả sản xuất, kinh doanh để từ đó có các biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất, kinh doanh của Công ty.

Nhận thức được tầm quan trọng của việc nâng cao hiệu quả của hoạt động sản xuất kinh doanh đối với mỗi doanh nghiệp, tôi đã chọn đề tài “***Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC***” là đề tài luận văn của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài

Mục tiêu của đề tài nhằm:

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp nói chung.

- Phân tích, đánh giá thực trạng hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017. Từ đó, tìm ra những mặt tồn tại làm ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC.

- Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC trong thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: là các vấn đề liên quan đến hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC.

- Phạm vi nghiên cứu:

+ Về nội dung: Phân tích, đánh giá hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017, chỉ ra những điểm yếu, những cơ hội và đe dọa của công ty trong giai đoạn 2014 – 2017. Qua đó, đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC.

+ Về không gian: Luận văn nghiên cứu hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC.

+ Về thời gian: Đánh giá hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC trong khoảng thời gian 2014 - 2017, định hướng và xây dựng giải pháp đề xuất cho giai đoạn 2018 - 2022.

4. Câu hỏi nghiên cứu

Việc nghiên cứu đề tài nhằm trả lời các câu hỏi sau đây:

- Hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 - 2017 như thế nào ?

- Những tồn tại bất cập trong lĩnh vực kinh doanh xăng dầu của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC những năm qua là gì ?

- Những giải pháp nào cần triển khai để góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC ?

5. Phương pháp nghiên cứu

5.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

Luận văn tiến hành khảo sát thực trạng của hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 - 2017.

❖ *Nguồn dữ liệu*

Dữ liệu sử dụng trong luận văn chủ yếu là dữ liệu thứ cấp, bao gồm:

- Các Nghị định, Quyết định, Thông tư của Chính phủ, các Bộ, ban, ngành có liên quan đến hoạt động của các doanh nghiệp nói chung các doanh nghiệp trong lĩnh vực xăng dầu;
- Các công trình khoa học và các tác phẩm nghiên cứu trong và ngoài nước có liên quan đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp;
- Các tài liệu khác có liên quan đến điều kiện tự nhiên như vị trí địa lý, phân bố dân cư, cơ sở hạ tầng, môi trường kinh doanh... tại địa bàn nghiên cứu;
- Các số liệu có liên quan đến quá trình nghiên cứu của đề tài đã được công bố chính thức. Thông tin số liệu bao gồm: Các kết quả nghiên cứu có liên quan đã được tiến hành trước đó, số liệu liên quan đến hoạt động kinh doanh của các công ty trong lĩnh vực kinh doanh xăng dầu;
- Các báo cáo tài chính và báo cáo phương hướng, nhiệm vụ sản xuất kinh doanh, đề án phát triển của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC trong các năm giai đoạn 2014 - 2017.

❖ *Phương pháp thu thập dữ liệu*

Phương pháp thu thập các dữ liệu thứ cấp được thực hiện qua các phương pháp sau:

- Tìm kiếm, tra cứu theo từ khóa, kế thừa bộ số liệu của các công trình nghiên cứu trước từ các nguồn Niên giám thống kê, Bộ Tài chính, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Lao động - Thương binh - Xã hội, Các loại sách báo, tạp chí như: tạp chí Kinh tế phát triển, tạp chí Ngân hàng, tạp chí Tài chính, tạp chí Nghiên cứu và trao đổi và các tạp chí khác; bộ số liệu của các nghiên cứu trước có liên quan đến đề tài; các văn bản pháp luật có liên quan đến hiệu quả kinh doanh như Nghị định, Thông tư, Quyết định... của Chính Phủ và các cơ quan có liên quan.

- Phương pháp quan sát trực tiếp: thông qua quan sát quá trình sản xuất, kinh doanh tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC.

5.2. Phương pháp phân tích dữ liệu

Luận văn đã sử dụng một số phương pháp phân tích thông tin nhằm đánh giá hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC thời gian từ năm 2014 đến 2017 như sau:

❖ *Phương pháp phân tích thống kê*

- Phân tích thống kê là nêu ra một cách tổng hợp bản chất cụ thể của các hiện tượng và quá trình kinh tế xã hội trong điều kiện lịch sử nhất định qua biểu hiện bằng số lượng. Nói cụ thể phân tích thống kê là xác định mức độ nêu lên sự biến động biểu hiện tính chất và trình độ chặt chẽ của mối liên hệ hiện tượng. Phân tích thống kê phải lấy con số thống kê làm tư liệu, lấy các phương pháp thống kê làm công cụ nghiên cứu.

- Phân tích thống kê có ý nghĩa quan trọng trong quá trình quản lý kinh tế. Nhờ có lý luận và phương pháp phong phú mà thống kê có thể vạch ra nguyên nhân của việc hoàn thành kế hoạch và các quyết định quản lý; phân tích ảnh hưởng của các nhân tố đến việc sử dụng nguồn lực, xác định các mối liên hệ, các tính quy luật chung của hệ thống.

- Trong quá trình phân tích thống kê phương pháp tiếp cận hệ thống đòi hỏi phải tiếp cận theo cả 2 hướng: phân tích và tổng hợp.

❖ *Phương pháp so sánh*

- Là phương pháp xem xét một chỉ tiêu phân tích bằng cách dựa trên việc so sánh với một chỉ tiêu cơ sở (*chỉ tiêu gốc*). Đây là phương pháp được sử dụng nhiều nhất trong phân tích hoạt động kinh doanh cũng như trong phân tích và dự báo các chỉ tiêu kinh tế - xã hội thuộc lĩnh vực kinh tế vĩ mô. Phương pháp so sánh (so sánh theo thời gian, theo từng loại mặt hàng xăng dầu kinh doanh, từng đối tượng khách hàng tiêu thụ) để xác định xu hướng, mức độ biến động của các chỉ tiêu phân tích, phản ánh chân thực hiện tượng nghiên cứu, giúp cho việc tổng hợp tài liệu, tính toán các chỉ tiêu được đúng đắn, cũng như giúp cho việc phân tích tài liệu được khoa học, khách quan, phản ánh đúng những nội dung cần nghiên cứu.

- Sau khi tổng hợp các số liệu, ta tiến hành so sánh số liệu giữa các năm. Từ đó đưa ra được những nhận xét, đánh giá thông qua kết quả tổng hợp và tính toán

số liệu về hiệu quả kinh doanh các mặt hàng xăng dầu tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017.

Luận văn sử dụng phương pháp so sánh cụ thể là:

- *Phương pháp số tuyệt đối*: Là hiệu số của hai chỉ tiêu: chỉ tiêu kỳ phân tích và chỉ tiêu cơ sở.

- *Phương pháp số tương đối*: Là tỉ lệ phần trăm % của chỉ tiêu kỳ phân tích so với chỉ tiêu gốc để thể hiện mức độ hoàn thành hoặc tỉ lệ của số chênh lệch tuyệt đối so với chỉ tiêu gốc để biết tốc độ tăng trưởng.

Việc sử dụng phương pháp so sánh cho phép đánh giá đúng đắn sự tăng trưởng hay suy giảm của các chỉ tiêu thể hiện hiệu quả kinh doanh của Công ty. Từ đó đưa ra những nhận xét đánh giá mặt được, mặt chưa được của công tác kinh doanh tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC.

6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài

Về mặt khoa học: Đề tài đã hệ thống hóa một cách khá đầy đủ cơ sở lý luận về hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp.

Về mặt thực tiễn: Đề tài đã đi sâu phân tích, đánh giá thực trạng hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty giai đoạn 2014 - 2017 từ đó đề xuất những biện pháp phù hợp và có tính khả thi cao để nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty trong những năm sắp tới.

7. Kết cấu của đề tài

Ngoài phần mở đầu và kết luận thì luận văn bao gồm 3 chương:

Chương I: Lý luận chung về hiệu quả hoạt động kinh doanh trong của nghiệp.

Chương II: Thực trạng hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC.

Chương III: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC.

Do thời gian nghiên cứu có hạn, năng lực và trình độ của bản thân còn hạn chế. Vì vậy luận văn không tránh khỏi những sai sót. Kính mong sự góp ý, giúp đỡ của các thầy cô giáo để đề tài được hoàn thiện hơn.

CHƯƠNG I

LÝ LUẬN CHUNG VỀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

1.1. Tổng quan về hiệu quả kinh doanh

Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù kinh tế gắn liền với nền sản xuất hàng hóa, khi doanh nghiệp tiến hành sản xuất kinh doanh luôn mong muốn đạt được hiệu quả cao nhất. Tuy nhiên, hiệu quả kinh doanh là một phạm trù kinh tế phức tạp, hiểu chính xác về hiệu quả kinh doanh và vận dụng vào thực tiễn là một vấn đề không đơn giản. Các nhà kinh tế cũng như các nhà phân tích cũng đã dành nhiều công sức nghiên cứu bản chất của hiệu quả kinh doanh và phân tích hiệu quả kinh doanh để tìm ra những nhân tố quan trọng ảnh hưởng quyết định đến hiệu quả kinh doanh giúp các doanh nghiệp từ đó có thể nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp mình.

Trong cơ chế kinh tế thị trường đối với mọi doanh nghiệp, mục tiêu lớn nhất và lâu dài là tối đa hoá lợi nhuận. Để đạt được mục tiêu lớn nhất này, doanh nghiệp phải xác định chính xác chiến lược kinh doanh phù hợp trong từng giai đoạn thích ứng với những thay đổi của môi trường kinh doanh, phải phân bổ và quản trị hiệu quả các nguồn lực và luôn kiểm tra, phân tích và đánh giá xem quá trình kinh doanh đang diễn ra tại đơn vị có hiệu quả không.

1.1.1 Khái niệm về hiệu quả kinh doanh

Hiệu quả sản xuất kinh doanh là phạm trù kinh tế, gắn với cơ chế thị trường có quan hệ với tất cả các yếu tố trong quá trình sản xuất kinh doanh như: lao động, tiền vốn, máy móc thiết bị, nguyên vật liệu... nên doanh nghiệp chỉ có thể đạt hiệu quả cao khi việc sử dụng các yếu tố cơ bản của quá trình kinh doanh có hiệu quả. Đối với các doanh nghiệp, hiệu quả kinh doanh không những là thước đo chất lượng phản ánh trình độ tổ chức, quản lý kinh doanh mà còn là vấn đề sống còn. Trong điều kiện kinh tế thị trường ngày càng phát triển, cùng với quá trình hội nhập của nền kinh tế, doanh nghiệp muốn tồn tại vươn lên thì trước hết kinh doanh phải có hiệu quả. Hiệu quả càng cao thì doanh nghiệp càng có điều kiện để đầu tư, mua sắm máy móc thiết bị, phương tiện hiện đại cho kinh doanh, áp dụng các tiến

bộ kỹ thuật và công nghệ mới, cải thiện và nâng cao đời sống người lao động, thực hiện nghĩa vụ với ngân sách Nhà nước. Khi đề cập đến hiệu quả kinh doanh các nhà kinh tế dựa vào từng góc độ xem xét để đưa ra các định nghĩa khác nhau. Dưới đây là một số quan điểm khác nhau về hiệu quả kinh doanh:

Quan điểm thứ nhất cho rằng: "Hiệu quả kinh doanh là chỉ tiêu kinh tế - xã hội tổng hợp để lựa chọn các phương án hoặc các quyết định trong quá trình hoạt động thực tiễn ở mọi lĩnh vực kinh doanh và tại mọi thời điểm. Bất kỳ các quyết định cần đạt được phương án tốt nhất trong điều kiện cho phép, giải pháp thực hiện có tính cân nhắc, tính toán chính xác phù hợp với sự tất yếu của quy luật khách quan trong từng điều kiện cụ thể", (Đỗ Hoàng Toàn, 1994).

Quan điểm thứ hai cho rằng "*Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù kinh tế, phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực sẵn có của doanh nghiệp để đạt kết quả cao nhất trong kinh doanh với chi phí thấp nhất*". Như vậy, hiệu quả kinh doanh khác với kết quả kinh doanh và có mối quan hệ chặt chẽ với kết quả kinh doanh (Nguyễn Văn Công, 2009).

Từ các quan điểm trên có thể thấy đối với các doanh nghiệp để đạt được mục tiêu sản xuất kinh doanh cần phải chú trọng đến điều kiện nội tại, phát huy năng lực hiệu quả của các yếu tố sản xuất và tiết kiệm mọi chi phí. Yêu cầu của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh là phải sử dụng các yếu tố đầu vào hợp lý nhằm đạt được kết quả tối đa và với chi phí sử dụng là tối thiểu. Ta có thể rút ra khái niệm về hiệu quả kinh doanh như sau: "*Hiệu quả là sự so sánh giữa kết quả đầu ra với các yếu tố, nguồn lực đầu vào để tạo ra đầu ra đó*".

Như vậy, hiệu quả kinh doanh phải là một đại lượng so sánh: so sánh giữa đầu vào với đầu ra, so sánh giữa đầu ra với đầu vào, so sánh giữa chi phí bỏ ra với kết quả kinh doanh thu được, sự so sánh ở đây có thể là sự so sánh tương đối và so sánh tuyệt đối.

Kết quả đầu ra thường được biểu hiện bằng giá trị tổng sản lượng, doanh thu, lợi nhuận.

Yếu tố nguồn lực đầu vào là lao động, máy móc, thiết bị, tiền vốn và các yếu tố khác

Hiệu quả tuyệt đối được xác định như sau:

$$\text{Hiệu quả kinh doanh} = \text{Kết quả đầu ra} - \text{Yếu tố, nguồn lực đầu vào}$$

Hiệu quả tuyệt đối cho biết hoạt động kinh doanh của doanh có hiệu quả với một giá trị là bao nhiêu.

+ Nếu “Hiệu quả kinh doanh” > 0 , cho thấy doanh nghiệp hoạt động kinh doanh có hiệu quả vì kết quả đạt được lớn hơn các yếu tố nguồn lực bỏ ra.

+ Nếu “Hiệu quả kinh doanh” ≤ 0 , cho thấy doanh nghiệp hoạt động kinh doanh không hiệu quả, thậm chí thua lỗ vì kết quả đạt được nhỏ hơn các yếu tố nguồn lực bỏ ra.

Chỉ tiêu hiệu quả tương đối được xác định như sau:

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

Chỉ tiêu trên cho ta thấy mối quan hệ tương quan giữa nguồn lực bỏ ra và kết quả đạt được, cụ thể:

+ Nếu chỉ tiêu trên < 1 cho thấy doanh nghiệp hoạt động kinh doanh có hiệu quả vì kết quả đạt được lớn hơn các yếu tố nguồn lực bỏ ra.

+ Nếu chỉ tiêu trên ≥ 1 cho thấy doanh nghiệp hoạt động kinh doanh không hiệu quả, thậm chí thua lỗ vì kết quả đạt được nhỏ hơn các yếu tố nguồn lực bỏ ra.

1.1.2. Bản chất hiệu quả kinh doanh

Theo nghĩa tổng quát thì hiệu quả kinh tế là phạm trù kinh tế phản ánh trình độ quản lý, đảm bảo thực hiện có kết quả cao về nhiệm vụ kinh tế xã hội đặt ra với chi phí thấp nhất.

Thực chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực vào sản xuất kinh doanh để tiết kiệm chi phí các nguồn lực đó nhằm đạt được mục đích sản xuất kinh doanh đề ra. Đó là hai mặt của vấn đề đánh giá hiệu quả. Do vậy, có thể hiểu hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là đạt được kết quả kinh tế tối đa với chi phí tối thiểu.

Nói cách khác, bản chất của hiệu quả hoạt động kinh doanh là nâng cao năng suất lao động xã hội và tiết kiệm lao động xã hội, đóng góp vào sự phát triển bền vững của doanh nghiệp nói riêng và của xã hội nói chung. Đây là hai mặt có mối quan hệ

mật thiết của vấn đề hiệu quả kinh doanh gắn liền với hai quy luật tương ứng của nền sản xuất xã hội là quy luật năng suất lao động và quy luật tiết kiệm thời gian. Chính việc khan hiếm nguồn lực và việc sử dụng chúng có tính chất cạnh tranh nhằm thoả mãn nhu cầu ngày càng tăng của xã hội đặt ra yêu cầu phải khai thác, tận dụng triệt để và tiết kiệm các nguồn lực. Để đạt được mục tiêu kinh doanh buộc phải chú trọng các điều kiện nội tại phát huy năng lực của các yếu tố sản xuất và tiết kiệm chi phí.

Như vậy, bài toán về việc nâng cao hiệu quả kinh doanh là phải đạt kết quả tối đa với một chi phí tối thiểu, hay là phải đạt kết quả tối đa với chi phí nhất định hoặc ngược lại phải đạt được kết quả nhất định với một chi phí tối thiểu. Chi phí ở đây được hiểu theo nghĩa rộng là chi phí tạo ra nguồn lực và chi phí sử dụng nguồn lực, trong đó bao gồm cả chi phí cơ hội. Chi phí cơ hội là chi phí cho sự lựa chọn khác đã bị bỏ qua hoặc là chi phí của sự hi sinh công việc kinh doanh này để thực hiện hoạt động kinh doanh khác. Chi phí cơ hội cần được phản ánh trong các bài toán kinh tế để xem xét quyết định lựa chọn phương án kinh doanh tối ưu của doanh nghiệp. Điều này sẽ khuyến khích các nhà kinh doanh lựa chọn phương án tốt nhất để đem lại hiệu quả cao trong hoạt động của mình.

1.1.3. Phân biệt giữa kết quả và hiệu quả kinh doanh

Từ những khái niệm trên ta có thể hiểu hiệu quả sản xuất kinh doanh là một phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực (lao động, máy móc thiết bị, nguyên nhiên liệu và tiền vốn) nhằm đạt được mục tiêu, mong muốn mà doanh nghiệp đề ra.

Hiệu quả sản xuất kinh doanh phản ánh trình độ tổ chức và được xác định bằng tỷ số giữa kết quả đạt được và chi phí bỏ ra để đạt được kết quả đó. Nó là thước đo ngày càng quan trọng của sự tăng trưởng kinh tế và là chỗ dựa cơ bản để đánh giá việc thực hiện mục tiêu sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trong từng thời kỳ.

Hiệu quả sản xuất kinh doanh càng cao càng có điều kiện mở mang và phát triển đầu tư mua sắm máy móc thiết bị, nâng cao đời sống cho người lao động, thực hiện đầy đủ nghĩa vụ với nhà nước.

Ngoài ra chúng ta cần phân biệt sự khác nhau và mối quan hệ giữa hiệu quả kinh doanh và kết quả kinh doanh.

Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh là số tuyệt đối phản ánh quy mô đầu ra của hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp sau mỗi kỳ kinh doanh. Trong quá trình sản xuất kinh doanh thì kết quả cần đạt được bao giờ cũng là mục tiêu cần thiết của doanh nghiệp. Kết quả bằng chỉ tiêu định lượng như số lượng sản phẩm tiêu thụ, doanh thu, lợi nhuận... và cũng có thể phản ánh bằng chỉ tiêu định tính như uy tín, chất lượng sản phẩm.

Hiệu quả sản xuất kinh doanh được xác định bằng tỷ số giữa kết quả đạt được và chi phí bỏ ra để đạt được kết quả đó.

Xét về bản chất hiệu quả và kết quả khác hẳn nhau. Kết quả phản ánh quy mô còn hiệu quả phản ánh sự so sánh giữa các khoản bỏ ra và các khoản thu về. Kết quả chỉ cho ta thấy quy mô đạt được là lớn hay nhỏ và không phản ánh chất lượng hoạt động sản xuất kinh doanh. Có kết quả mới tính đến hiệu quả. Kết quả dùng để tính toán và phân tích hiệu quả trong từng kỳ kinh doanh. Do đó kết quả và hiệu quả là hai khái niệm khác hẳn nhau nhưng có mối quan hệ mật thiết với nhau

Trong nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung thì kết quả và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp là đồng nhất với nhau. Vì doanh nghiệp chỉ tập trung hoàn thành chỉ tiêu cấp trên giao, nếu hoàn thành vượt chỉ tiêu thì doanh nghiệp được đánh giá là hoạt động có hiệu quả. Cách đánh giá này chỉ cho ta thấy được mức độ chênh lệch giữa đầu ra và đầu vào của quá trình sản xuất, chưa phản ánh các yếu tố nguồn lực được sử dụng như thế nào.

Trong nền kinh tế thị trường hiện nay, chúng ta không chỉ quan tâm đến kết quả kinh doanh mà còn quan tâm đến hiệu quả kinh doanh. Vì chỉ tiêu kết quả chưa nói lên được doanh nghiệp làm ăn có hiệu quả, ta phải biết để đạt được kết quả đó thì doanh nghiệp đã phải bỏ ra bao nhiêu chi phí, hiệu quả sử dụng các nguồn lực sản xuất kinh doanh và tiết kiệm được chi phí đầu vào như thế nào thì mới đánh giá được doanh nghiệp làm ăn có hiệu quả hay không. Hiệu quả sản xuất

kinh doanh là thước đo chất lượng hoạt động sản xuất kinh doanh, phản ánh trình độ tổ chức, quản lý sản xuất và là vấn đề sống còn đối với tất cả các doanh nghiệp.

Hiệu quả kinh doanh không chỉ đánh giá trình độ sử dụng các nguồn lực đầu vào trong phạm vi doanh nghiệp mà còn nói lên trình độ sử dụng từng nguồn lực trong từng bộ phận cấu thành của doanh nghiệp, kết quả thu được càng cao với chi phí bỏ ra càng thấp thì hiệu quả kinh doanh càng cao.

Giữa kết quả và hiệu quả có mối quan hệ mật thiết với nhau. Kết quả thu được phải là kết quả tốt, có ích, nó có thể là một đại lượng vật chất được tạo ra do có chi phí hay mức độ thoả mãn của nhu cầu và có phạm vi xác định. Hiệu quả kinh doanh trước hết là một đại lượng so sánh giữa đầu ra và đầu vào, so sánh giữa chi phí kinh doanh với kết quả thu được. Như vậy, kết quả và chi phí là hai giai đoạn của một quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, chi phí là tiền đề để thực hiện kết quả đặt ra.

1.1.4. Sự cần thiết phải nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Trong cơ chế thị trường, các doanh nghiệp luôn phải cạnh tranh gay gắt với nhau để tồn tại. Mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp phụ thuộc vào từng lĩnh vực kinh doanh và mức độ mở của thị trường đối với doanh nghiệp. Để tồn tại và phát triển được, doanh nghiệp phải liên tục vận động, nâng cao hiệu quả kinh doanh của mình.

Nâng cao hiệu quả kinh doanh là nâng cao năng suất lao động xã hội và tiết kiệm nguồn lực lao động xã hội. Đây là hai mặt có mối quan hệ mật thiết của vấn đề hiệu quả kinh tế. Chính việc khan hiếm nguồn lực và việc sử dụng chúng có tính cạnh tranh nhằm thoả mãn nhu cầu ngày càng tăng của xã hội, đặt ra yêu cầu phải khai thác, tận dụng triệt để và tiết kiệm các nguồn lực. Để đạt được mục tiêu kinh doanh, các doanh nghiệp buộc phải chú trọng các điều kiện nội tại, phát huy năng lực của các yếu tố sản xuất và tiết kiệm mọi chi phí. Vì vậy nó không chỉ là mối quan tâm hàng đầu của các doanh nghiệp mà còn là mối quan tâm của toàn xã hội, bởi vì các lý do sau:

- Xuất phát từ sự khan hiếm các nguồn lực làm cho điều kiện phát triển sản xuất theo chiều rộng bị hạn chế do đó phát triển theo chiều sâu là một tất yếu

khách quan. Nâng cao hiệu quả kinh doanh là một hướng phát triển kinh tế theo chiều sâu nhằm sử dụng các nguồn lực một cách tiết kiệm và có hiệu quả.

- Nâng cao hiệu quả kinh doanh là nhân tố thúc đẩy cạnh tranh và tiến bộ trong kinh doanh. Chính sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp khiến các doanh nghiệp phải tự tìm tòi, đổi mới công tác quản lý, đổi mới công nghệ, thay đổi và nâng cao chất lượng sản phẩm, hạ giá thành sản xuất để sản phẩm của doanh nghiệp duy trì được chỗ đứng và phát triển trên thị trường. Chấp nhận cơ chế thị trường là chấp nhận sự cạnh tranh. Song khi thị trường ngày càng phát triển thì cạnh tranh giữa các doanh nghiệp ngày càng gay gắt và khốc liệt hơn. Sự cạnh tranh lúc này không còn là sự cạnh tranh về mặt hàng mà cạnh tranh về mặt chất lượng, giá cả mà còn phải cạnh tranh nhiều yếu tố khác nữa. Mục tiêu của doanh nghiệp là phát triển thì cạnh tranh là yếu tố làm cho doanh nghiệp mạnh lên nhưng ngược lại cũng có thể là cho doanh nghiệp yếu đi và có thể không tồn tại được trên thị trường. Để đạt được mục tiêu là tồn tại và phát triển mở rộng thì doanh nghiệp phải chiến thắng trong cạnh tranh trên thị trường. Do đó doanh nghiệp không những cần phải sản xuất, cung ứng những hàng hóa, dịch vụ có chất lượng tốt mà giá cả còn phải hợp lý. Mặt khác hiệu quả lao động là đồng nghĩa với việc giảm giá thành sản xuất, tăng khối lượng hàng hóa, nâng cao chất lượng sản phẩm, mẫu mã, kiểu dáng không ngừng được cải thiện nâng cao.

- Việc nâng cao hiệu quả kinh doanh chính là nhân tố cơ bản tạo ra sự thắng lợi cho doanh nghiệp trong quá trình hoạt động kinh doanh trên thị trường. Muốn tạo ra sự thắng lợi trong cạnh tranh đòi hỏi các doanh nghiệp phải không ngừng nâng cao hiệu quả kinh doanh của mình. Chính sự nâng cao hiệu quả kinh doanh là con đường nâng cao sức cạnh tranh và khả năng tồn tại, phát triển của mỗi doanh nghiệp.

- Trong điều kiện nền kinh tế nước ta đang trên đường hội nhập với các nước trong khu vực và thế giới, sự yếu kém của các doanh nghiệp Việt Nam đang buộc họ đứng trước những sức ép to lớn từ các doanh nghiệp nước ngoài. Nâng cao hiệu quả kinh doanh hiện nay gắn liền với sự sống còn của các doanh nghiệp.

- Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là cơ sở để nâng cao thu nhập cho chủ sở hữu và cho người lao động trong doanh nghiệp, trên cơ sở đó góp phần nâng cao mức sống của người dân nói chung.

Tóm lại, với thực trạng kinh tế hiện nay cạnh tranh ngày càng gay gắt và xu hướng quốc tế hóa nền kinh tế toàn cầu. Doanh nghiệp phải hoạt động ngày càng có hiệu quả cao hơn. Song song đó là đời sống của cán bộ công nhân viên cũng phải càng được cải thiện hơn, đó chính là tác động về mặt xã hội của hiệu quả hoạt động kinh doanh và nâng cao hiệu quả kinh doanh là con đường nâng cao sức cạnh tranh và khả năng tồn tại, phát triển tại mỗi doanh nghiệp.

1.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh

1.2.1. Các chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lời

+ *Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản – ROA:*

Chỉ tiêu ROA thể hiện tính hiệu quả của quá trình tổ chức, quản lý hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Đây là một chỉ tiêu khá toàn diện trong việc đánh giá hiệu quả kinh doanh. Kết quả chỉ tiêu cho biết bình quân cứ một đồng tài sản được sử dụng trong quá trình sản xuất kinh doanh thì tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Công thức tính tỷ số này như sau:

$$\text{Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản - ROA} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng tài sản bình quân}}$$

Độ lớn của chỉ tiêu này càng cao thể hiện hiệu quả cao trong sử dụng tài sản của doanh nghiệp. Tỷ suất sinh lời trên tài sản thường được coi là một chỉ tiêu đánh giá sự thành công trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

+ *Tỷ suất sinh lời của doanh thu – ROS:*

Tỷ số lợi nhuận trên doanh thu trong một kỳ nhất định được tính bằng cách lấy lợi nhuận ròng hoặc lợi nhuận sau thuế trong kỳ chia cho doanh thu trong kỳ. Kết quả chỉ tiêu cho biết bình quân cứ một đồng doanh thu thu được trong quá trình sản xuất kinh doanh thì tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận.

Công thức tính tỷ số này như sau:

$$\text{Tỷ suất sinh lời của doanh thu} = \frac{\text{Lợi nhuận ròng (hoặc lợi nhuận sau thuế)}}{\text{Doanh thu}}$$

+ *Tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu - ROE:*

Chỉ tiêu ROE cho biết số lợi nhuận được thu về cho các chủ sở hữu doanh nghiệp sau khi họ đầu tư một đồng vốn vào sản xuất kinh doanh. Kết quả chỉ tiêu cho biết bình quân cứ một đồng vốn chủ sở hữu được sử dụng trong quá trình sản xuất kinh doanh thì tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Công thức tính tỷ số này như sau:

$$\text{Tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu - ROE} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn chủ sở hữu}}$$

Vấn đề lưu ý khi tính toán các chỉ tiêu này là có thể số liệu Tổng tài sản và Vốn chủ sở hữu tại thời điểm cuối kỳ không phải là con số đại diện nên nó không phản ánh đúng thực chất tình hình tài chính của doanh nghiệp trong cả một thời kỳ. Vì vậy, người ta thường sử dụng các chỉ tiêu Tổng tài sản bình quân và Vốn chủ sở hữu bình quân (nếu có thể) khi tính toán ROA và ROE:

$$\text{Số trung bình} = (\text{số đầu kỳ} + \text{số cuối kỳ})/2$$

1.2.2. Các chỉ số đánh giá hiệu quả sử dụng vốn.

+ *Số vòng quay của tổng tài sản (sức sản xuất của tài sản).*

Số vòng quay tổng tài sản (hay gọi tắt là Số vòng quay tài sản) là một tỷ số tài chính, là thước đo khái quát nhất hiệu quả sử dụng tài sản của doanh nghiệp. Tỷ số này được tính ra bằng cách lấy doanh thu thuần (ròng) đạt được trong một thời kỳ nhất định chia cho giá trị bình quân tổng tài sản (bao gồm cả tài sản lưu động lẫn tài sản cố định) của doanh nghiệp trong cùng kỳ đó. Giá trị bình quân tính bằng trung bình cộng của giá trị đầu kỳ và giá trị cuối kỳ.

$$\text{Số vòng quay của tổng tài sản} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tổng tài sản bình quân}}$$

Tỷ số này giúp đánh giá hiệu quả sử dụng của toàn bộ tài sản của doanh nghiệp, cho thấy 1 đồng tài sản tham gia vào quá trình sản xuất kinh doanh sẽ tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ số này càng cao cho thấy hiệu quả sử dụng tài sản của doanh nghiệp càng cao và ngược lại.

Tài sản ngắn hạn thể hiện phần vốn của doanh nghiệp đầu tư vào các hạng mục tài sản có tính luân chuyển nhanh với thời gian thu hồi vốn trong vòng một năm (hoặc một chu kỳ kinh doanh). Phân tích hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn

chủ yếu giúp đánh giá tốc độ luân chuyển của tài sản ngắn hạn, từ đó đánh giá về hiệu quả sử dụng vốn của doanh nghiệp.

+ *Số vòng quay của tài sản ngắn hạn (sức sản xuất của tài sản ngắn hạn).*

$$\frac{\text{Số vòng quay của tài sản ngắn hạn}}{\text{ngắn hạn}} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tài sản ngắn hạn bình quân}}$$

Chỉ tiêu số vòng quay tài sản ngắn hạn thể hiện tốc độ luân chuyển tài sản ngắn hạn của doanh nghiệp, độ lớn của chỉ tiêu này cao thể hiện tốc độ luân chuyển vốn nhanh của doanh nghiệp.

+ *Tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn*

$$\frac{\text{Tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn}}{\text{ngắn hạn}} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tài sản ngắn hạn bình quân}}$$

Chỉ tiêu tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn sẽ cho biết mỗi đồng giá trị tài sản ngắn hạn sử dụng tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận. Tài sản ngắn đặc biệt có ích đối với các nhà cung cấp tín dụng và các nhà quản trị phụ trách quản lý vốn lưu động do hiệu quả sử dụng vốn lưu động ảnh hưởng trực tiếp tới tính thanh khoản và nhu cầu lưu động vốn của doanh nghiệp.

+ *Số vòng quay của tài sản dài hạn (sức sản xuất của tài sản dài hạn).*

$$\frac{\text{Số vòng quay của tài sản dài hạn}}{\text{hạn}} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tài sản dài hạn bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ phân tích, các tài sản dài hạn quay được bao nhiêu vòng. Chỉ tiêu này càng cao càng tốt, phản ánh hiệu quả sử dụng tài sản của doanh nghiệp.

+ *Tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn.*

$$\frac{\text{Tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn}}{\text{dài hạn}} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tài sản dài hạn bình quân}}$$

Chỉ tiêu tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn sẽ cho biết mỗi đồng giá trị tài sản dài hạn sử dụng tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng tài sản càng cao và ngược lại.

+ *Số vòng quay của vốn chủ sở hữu.*

$$\frac{\text{Số vòng quay của vốn chủ sở hữu}}{\text{hữu}} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Vốn chủ sở hữu bình quân}}$$

Chỉ tiêu này đo lường mối quan hệ giữa doanh thu thuần và vốn chủ sở hữu bình quân của doanh nghiệp; cho biết 1 đồng vốn chủ sở hữu tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này càng cao cho thấy hiệu quả sử dụng Vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp càng cao và ngược lại.

Vốn chủ sở hữu trong công thức là số bình quân, tức lấy tổng số dư đầu kỳ cộng với số dư cuối kỳ sau đó chia 2.

1.2.3. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng chi phí

+ *Hiệu quả sử dụng chi phí:*

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

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

Nếu Hiệu quả sử dụng chi phí > 1 cho thấy doanh thu lớn hơn chi phí mà doanh nghiệp bỏ ra, doanh nghiệp hoạt động kinh doanh có lãi. Nếu Hiệu quả sử dụng chi phí ≤ 1 cho thấy doanh thu bằng hoặc nhỏ hơn chi phí mà doanh nghiệp bỏ ra, doanh nghiệp hoạt động kinh doanh thua lỗ.

+ *Tỷ suất sinh lời của tổng chi phí.*

$$\text{Tỷ suất sinh lời của tổng chi phí} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng chi phí}}$$

Chỉ tiêu này cho biết một đồng chi phí bỏ ra trong kỳ thì thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Chỉ tiêu Tỷ suất sinh lời của tổng chi phí càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng chi phí của doanh nghiệp càng lớn và ngược lại.

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

+ *Năng suất lao động bình quân (Sức sản xuất của lao động)*

Chỉ tiêu “Năng suất lao động bình quân” cho biết mỗi lao động có thể tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ năng suất lao động càng cao và ngược lại. Chỉ tiêu này được xác định như sau:

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

+ *Tỷ suất sinh lời của lao động.*

$$\text{Tỷ suất sinh lời của lao động} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng số lao động bình quân}}$$

Chỉ tiêu “Tỷ suất sinh lời của lao động” cho biết mỗi lao động có thể tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận trong kỳ phân tích. Chỉ tiêu này càng cao càng tốt, chứng tỏ hiệu quả sử dụng lao động càng cao và ngược lại.

1.2.5. Các chỉ tiêu khái quát về tình hình tài chính.

+ *Các chỉ tiêu về khả năng thanh toán*

- *Khả năng thanh toán tổng quát:*

Khả năng thanh toán tổng quát của doanh nghiệp được thể hiện qua chỉ tiêu “*Hệ số thanh toán tổng quát*” và được xác định theo công thức:

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

Đây là chỉ tiêu phản ánh khả năng thanh toán chung của doanh nghiệp. Chỉ tiêu này cho biết: với tổng số tài sản hiện có, doanh nghiệp có đảm bảo trang trải được các khoản nợ phải trả hay không. Trong trường hợp xấu nhất (doanh nghiệp phá sản, hay giải thể) nếu trị số của chỉ tiêu “*Hệ số thanh toán tổng quát*” của doanh nghiệp = 1, các chủ nợ đảm bảo vẫn thu hồi được nợ. Trị số của chỉ tiêu này càng lớn hơn 1, doanh nghiệp càng có thừa khả năng thanh toán tổng quát. Ngược lại, trị số của chỉ tiêu này càng nhỏ hơn 1, doanh nghiệp càng mất dần khả năng thanh toán.

+ *Khả năng thanh toán ngắn hạn:*

Khả năng thanh toán ngắn hạn của doanh nghiệp được thể hiện qua chỉ tiêu “*Hệ số thanh toán ngắn hạn*” và được xác định theo công thức:

$$\text{Hệ số thanh toán ngắn hạn} = \frac{\text{Tổng tài sản ngắn hạn}}{\text{Tổng số nợ ngắn hạn}}$$

Tỷ số này càng lớn (lớn hơn 1) và có xu hướng ngày càng tăng chứng tỏ khả năng thanh toán của DN tăng và ngược lại. Nếu tỷ số này tăng thì rủi ro tài chính càng giảm và ngược lại.

Nếu tỷ số khả năng thanh toán giảm do tăng nợ phải trả thì kết luận khả năng thanh toán giảm, rủi ro tài chính tăng.

+ *Khả năng thanh toán nhanh:*

Khả năng thanh toán nhanh là thước đo về huy động các tài sản có khả năng chuyển đổi ngay thành tiền để thanh toán các khoản nợ ngắn hạn. Khả năng thanh toán nhanh của doanh nghiệp được thể hiện qua chỉ tiêu “ Hệ số thanh toán nhanh” và được xác định theo công thức:

$$\text{Hệ số thanh toán nhanh} = \frac{\text{Tổng tài sản ngắn hạn} - \text{Hàng tồn kho}}{\text{Tổng nợ ngắn hạn}}$$

Nếu tỷ số trên càng lớn và có xu hướng ngày càng tăng thì khả năng thanh toán nhanh của doanh nghiệp tăng làm cho rủi ro tài chính của doanh nghiệp giảm và ngược lại.

- *Hệ số khả năng thanh toán lãi vay:*

Hệ số này cho biết mức độ lợi nhuận đảm bảo khả năng trả lãi như thế nào. Nếu công ty quá yếu về mặt này, các chủ nợ có thể đi đến gây sức ép lên công ty, thậm chí dẫn tới phá sản công ty. Hệ số khả năng thanh toán lãi vay được tính bằng tỷ số giữa lợi nhuận trước thuế và lãi vay trên lãi vay:

$$\text{Khả năng thanh toán lãi vay} = \frac{\text{Lợi nhuận trước thuế và lãi}}{\text{Lãi vay}}$$

+ *Các chỉ tiêu phản ánh cơ cấu nguồn vốn và tài sản*

- *Hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu:*

Hệ số cơ cấu nguồn vốn được thể hiện chủ yếu qua hệ số nợ. Đây là một hệ số tài chính quan trọng đối với nhà quản lý doanh nghiệp, chủ nợ và nhà đầu tư. Đối với nhà quản lý doanh nghiệp thông qua hệ số nợ thấy được tình hình tài chính của doanh nghiệp để có sự điều chỉnh chính sách tài chính cho phù hợp. Đối với chủ nợ xem xét hệ số nợ để đưa ra các quyết định cho vay và thu hồi nợ. Đối với các nhà đầu tư qua xem xét hệ số nợ để đánh giá mức độ rủi ro tài chính của doanh nghiệp trên cơ sở đó cân nhắc việc đầu tư.

Hệ số này được tính bằng cách lấy tổng nợ (tức là gồm cả nợ ngắn hạn lẫn nợ dài hạn) của doanh nghiệp trong một thời kỳ nào đó chia cho giá trị vốn

chủ sở hữu trong cùng kỳ. Các số liệu này có thể lấy từ bảng cân đối kế toán của doanh nghiệp. Công thức tính như sau:

$$\frac{\text{Hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu}}{\text{vốn chủ sở hữu}} = \frac{\text{Tổng nợ}}{\text{Giá trị vốn chủ sở hữu}}$$

- *Hệ số vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản:*

Hệ số vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản là chỉ tiêu phản ánh mức độ tài trợ tài sản của doanh nghiệp bằng vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp. Hệ số này được tính bằng cách lấy vốn chủ sở hữu nghiệp trong một thời kỳ nào đó chia cho giá trị tổng tài sản trong cùng kỳ. Các số liệu này có thể lấy từ bảng cân đối kế toán của doanh nghiệp. Công thức tính như sau:

$$\frac{\text{Hệ số vốn chủ sở hữu trên tài sản}}{\text{trên tài sản}} = \frac{\text{Vốn chủ sở hữu}}{\text{Tổng tài sản}}$$

Hệ số này càng cao chứng tỏ mức độ độc lập về tài chính của doanh nghiệp càng lớn và ngược lại.

+ *Các chỉ số hoạt động.*

- *Số vòng quay hàng tồn kho:*

Số vòng quay hàng tồn kho là chỉ tiêu phản ánh trong kỳ kinh doanh, hàng tồn kho quay được mấy vòng. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ sản phẩm của doanh nghiệp tạo ra được tiêu thụ nhanh từ đó nhanh thu hồi vốn và ngược lại.

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

- *Số ngày một vòng quay hàng tồn kho:*

$$\text{Số ngày một vòng quay hàng tồn kho} = \frac{360}{\text{Số vòng quay hàng tồn kho}}$$

Chỉ tiêu này cho biết số ngày cần thiết để hàng tồn kho quay được một vòng. Chỉ tiêu này càng nhỏ càng tốt, thể hiện tốc độ tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp nhanh và ngược lại.

- *Số vòng quay các khoản phải thu:*

Số vòng quay các khoản phải thu là chỉ tiêu phản ánh trong kỳ kinh doanh, các khoản phải thu quay được mấy vòng.

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

Số vòng quay các khoản phải thu cho biết mức độ hợp lý của số dư các khoản phải thu và hiệu quả của việc thu hồi các khoản phải thu. Nếu số vòng quay các khoản phải thu lớn, chứng tỏ doanh nghiệp thu hồi các khoản tiền hàng kịp thời, ít bị chiếm dụng vốn. Tuy nhiên, số vòng quay các khoản phải thu nếu quá cao sẽ không tốt vì có thể do phương thức bán hàng quá chặt chẽ (chủ yếu là do thu tiền ngay), gây khó khăn cho khách hàng nên khó tiêu thụ được hàng.

- *Thời gian thu hồi tiền hàng (ngày).*

Thời gian thu hồi tiền hàng hay còn gọi là số ngày một vòng quay các khoản phải thu là chỉ tiêu phản ánh thời gian bình quân thu hồi tiền hàng bán ra. Công thức xác định chỉ tiêu như sau:

$$\text{Số ngày một vòng quay các khoản phải thu} = \frac{360}{\text{Số vòng quay các khoản phải thu}}$$

1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh.

Việc xác định các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là việc nhận thức vạch ra một cách đúng đắn những yếu tố tác động đến kết quả nhất định trong việc phân tích kinh doanh.

Như vậy, việc xác định ảnh hưởng của các nhân tố không những cần phải chính xác mà còn cần phải kịp thời, không những chỉ xác định các nhân tố đối tượng với hiện tượng kinh tế mà còn phải xác định sự tác động qua lại giữa các nhân tố đó.

Nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh ta có thể phân loại thành 2 nhóm nhân tố, đó là nhóm các nhân tố bên trong doanh nghiệp và nhóm các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp .

1.3.1 Nhóm các nhân tố bên trong doanh nghiệp.

Các nhân tố thuộc môi trường bên trong là các nhân tố chủ quan trong doanh nghiệp thể hiện tiềm lực của một doanh nghiệp. Cơ hội, chiến lược kinh doanh và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp luôn phụ thuộc chặt chẽ vào các yếu tố phản ánh tiềm lực của doanh nghiệp. Trong phần khái niệm chúng ta đã đề

cập đến hiệu quả kinh doanh được thể hiện thông qua sự so sánh giữa kết quả đầu ra các yếu tố đầu vào. Vậy những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả sản xuất kinh doanh là các nhân tố đầu vào, cụ thể:

❖ *Nhân tố vốn.*

Không một doanh nghiệp nào có thể tiến hành các hoạt động sản xuất kinh doanh mà không có vốn. Vốn có ý nghĩa vô cùng quan trọng, quyết định trực tiếp tới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Vốn trong doanh nghiệp được hình thành từ 4 nguồn chính: Vốn tự có, vốn ngân sách nhà nước cấp, vốn huy động từ phát hành cổ phiếu và vốn vay. Vốn được phân bổ dưới hai hình thức là vốn cố định và vốn lưu động.

Tuỳ đặc điểm của từng doanh nghiệp, doanh nghiệp nhà nước thì vốn ngân sách nhà nước cấp là chủ yếu, Công ty cổ phần thì vốn góp của các cổ đông, các nhà đầu tư và vốn vay là chủ yếu, doanh nghiệp tư nhân vốn chủ sở hữu và vốn vay là chủ yếu.

❖ *Nhân tố con người.*

Con người là nhân tố quyết định cho mọi hoạt động trong doanh nghiệp. Trong thời đại ngày nay, hàm lượng chất xám sản phẩm ngày càng cao thì trình độ chuyên môn của người lao động có ảnh hưởng rất lớn tới kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Trên thực tế, trình độ chuyên môn của công nhân cũng có ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả sản xuất kinh doanh. Công nhân có tay nghề cao sẽ làm ra sản phẩm đạt chất lượng cao, tiết kiệm thời gian và nguyên vật liệu, làm tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Vì vậy, trong nhân tố con người trình độ chuyên môn có ý nghĩa quyết định tới hiệu quả sản xuất kinh doanh. Điều đó đòi hỏi doanh nghiệp phải có kế hoạch tỉ mỉ từ khâu tuyển dụng tới việc đào tạo bồi dưỡng, nâng cao trình độ chuyên môn cho người lao động.

❖ *Trình độ quản trị doanh nghiệp.*

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

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

❖ *Cơ sở vật chất kỹ thuật và hệ thống trao đổi xử lý thông tin*

Kỹ thuật và công nghệ là nhân tố ảnh hưởng trực tiếp tới mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp nào áp dụng kỹ thuật và công nghệ tiên tiến, doanh nghiệp đó sẽ có lợi thế cạnh tranh. Ngày nay vai trò của kỹ thuật và công nghệ được các doanh nghiệp đánh giá cao. Để nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh, các doanh nghiệp phải không ngừng đầu tư vào lĩnh vực này, nhất là đầu tư cho nghiên cứu và phát triển.

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

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

1.3.2. Nhóm các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp.

Đây là những nhân tố gây ra ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh ngoài ý muốn của doanh nghiệp. Nó liên quan đến môi trường kinh tế - xã hội mà doanh nghiệp đang tiến hành sản xuất kinh doanh. Trong nhóm nhân tố này, bên cạnh những nhân tố có thể định tính được là những nhân tố không thể xác định cụ thể mức tác động của chúng. Nhân tố môi trường bên ngoài bao gồm các nhân tố như: Môi trường chính trị - pháp luật, thị trường, Môi trường kinh tế, yếu hội nhập...

❖ Môi trường chính trị - pháp luật

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

❖ Môi trường kinh tế

Các doanh nghiệp cần chú ý đến các yếu tố kinh tế cả trong ngắn hạn, dài hạn và sự can thiệp của chính phủ tới nền kinh tế. Thông thường các doanh nghiệp sẽ dựa trên yếu tố kinh tế để quyết định đầu tư vào các ngành, các khu vực.

+ Tình trạng của nền kinh tế: bất cứ nền kinh tế nào cũng có chu kỳ, trong mỗi giai đoạn nhất định của chu kỳ nền kinh tế, doanh nghiệp sẽ có những quyết định phù hợp cho riêng mình.

+ Các yếu tố tác động đến nền kinh tế: lãi suất, lạm phát,...

+ Các chính sách kinh tế của chính phủ: luật tiền lương cơ bản, các chiến lược phát triển kinh tế của chính phủ, các chính sách ưu đãi cho các ngành: giảm thuế, trợ cấp....

+ Triển vọng kinh tế trong tương lai: Tốc độ tăng trưởng, mức gia tăng GDP, tỉ suất GDP trên vốn đầu tư...

❖ *Yếu tố hội nhập*

Không ai phủ nhận toàn cầu hóa đang là xu thế, và xu thế này không tạo cơ hội cho các doanh nghiệp, các quốc gia trong việc phát triển sản xuất, kinh doanh. Toàn cầu hóa tạo ra các sức ép cạnh tranh, các đối thủ đến từ mọi khu vực. Quá trình hội nhập sẽ khiến các doanh nghiệp phải điều chỉnh phù hợp với các lợi thế so sánh, phân công lao động của khu vực và của thế giới. Điều quan trọng là khi hội nhập, các rào cản về thương mại sẽ dần dần được gỡ bỏ, các doanh nghiệp có cơ hội buôn bán với các đối tác ở cách xa khu vực địa lý, khách hàng của các doanh nghiệp lúc này không chỉ là thị trường nội địa nơi doanh nghiệp đang kinh doanh mà còn các khách hàng đến từ khắp nơi, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

❖ *Các ngành có liên quan.*

Ngành sản xuất đòi hỏi phải có nguyên nhiên vật liệu, lao động và các yếu tố đầu vào khác. Các yêu cầu này dẫn đến các quan hệ giữa người mua – nhà cung cấp giữa ngành sản xuất (với tư cách là tập hợp các nhà sản xuất trong một ngành) và người bán (là những đơn vị cung cấp các yếu tố đầu vào). Nhà cung cấp, nếu có lợi thế về quyền lực trong đàm phán có thể có những tác động quan trọng vào ngành sản xuất, như việc ép giá nguyên, nhiên vật liệu.

❖ *Yếu tố công nghệ*

Đối với doanh nghiệp các yếu tố công nghệ như bản quyền công nghệ, đổi mới công nghệ, khuynh hướng tự động hoá, điện tử hoá, máy tính hoá đã làm cho chu kỳ sống của sản phẩm bị rút ngắn, sản phẩm mới ra đời có tính năng tác dụng tốt hơn nhưng chi phí sản xuất lại thấp hơn. Bởi vậy các doanh nghiệp phải quan tâm theo sát những thông tin về kỹ thuật công nghệ, ngày nay công nghệ mới từ những phát minh, ở phòng thí nghiệm đều đưa ra sản phẩm đại trà, đưa sản phẩm ra thị trường tốn rất ít thời gian, là cơ hội cho những doanh nghiệp ở thời kỳ khởi sự kinh doanh, họ có thể nắm bắt ngay kỹ thuật mới nhất để gạt hái những thành công lớn, không thể thua kém những doanh nghiệp đã có một bề dày đáng kể. Các yếu tố kỹ thuật công nghệ cần phân tích:

- Mức độ phát triển và nhịp độ đổi mới công nghệ, tốc độ phát triển sản phẩm mới, chuyển giao công nghệ kỹ thuật mới trong ngành mà doanh nghiệp đang hoạt động.

- Các yếu tố môi trường vĩ mô có tác động lẫn nhau và có vai trò quan trọng đối với doanh nghiệp.

❖ *Các yếu tố về văn hóa - Xã hội*

Mỗi quốc gia, vùng lãnh thổ đều có những giá trị văn hóa và các yếu tố xã hội đặc trưng, và những yếu tố này là đặc điểm của người tiêu dùng tại các khu vực đó.

Những giá trị văn hóa là những giá trị làm lên một xã hội, có thể vun đắp cho xã hội đó tồn tại và phát triển. Chính vì thế các yếu tố văn hóa thông thường được bảo vệ hết sức quy mô và chặt chẽ, đặc biệt là các văn hóa tinh thần. Tuy vậy chúng ta cũng không thể phủ nhận những giao thoa văn hóa của các nền văn hóa khác vào các quốc gia. Sự giao thoa này sẽ thay đổi tâm lý tiêu dùng, lối sống, và tạo ra triển vọng phát triển với các ngành.

Bên cạnh văn hóa, các đặc điểm về xã hội cũng khiến các doanh nghiệp quan tâm khi nghiên cứu thị trường, những yếu tố xã hội sẽ chia cộng đồng thành các nhóm khách hàng, mỗi nhóm có những đặc điểm, tâm lý, thu nhập khác nhau:

+ Tuổi thọ trung bình, tình trạng sức khỏe, chế độ dinh dưỡng, ăn uống;

- + Thu nhập trung bình, phân phối thu nhập;
- + Lối sống, học thức, các quan điểm về thẩm mỹ, tâm lý sống;
- + Điều kiện sống;

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

❖ *Môi trường ngành*

Các yếu tố môi trường cạnh tranh liên quan trực tiếp tới ngành nghề và thị trường kinh doanh của doanh nghiệp (hay còn gọi là môi trường ngành) tác động trực tiếp đến hoạt động và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Sức ép của các yếu tố này lên doanh nghiệp càng mạnh thì khả năng sinh lợi của các doanh nghiệp cùng ngành cũng bị hạn chế.

❖ *Cạnh tranh trong nội bộ ngành*

Khi một doanh nghiệp cạnh tranh và hành động không khéo léo để các doanh nghiệp khác nắm bắt được cơ chế cạnh tranh của mình thì mức độ cạnh tranh ngày càng trở lên gay gắt. Các doanh nghiệp đối thủ cạnh tranh hoặc là bắt chước cách thức khai thác lợi thế cạnh tranh hoặc sẽ đi tìm các lợi thế khác, và như vậy các doanh nghiệp không ngừng tìm kiếm các phương thức cạnh tranh mới. Cường độ cạnh tranh thông thường thể hiện dưới các cấp độ như: rất khốc liệt, cạnh tranh cường độ cao, cạnh tranh ở mức độ vừa phải, cạnh tranh yếu. Các cấp độ cạnh tranh này phụ thuộc vào khả năng phản ứng của các doanh nghiệp trong việc xây dựng và khai thác lợi thế cạnh tranh. Để theo đuổi các lợi thế vượt trội hơn so với đối thủ cạnh tranh, một doanh nghiệp có thể lựa chọn một hay một số phương thức tranh sau:

- + Thay đổi giá: doanh nghiệp có thể tăng hoặc giảm giá để đạt lợi thế cạnh tranh tạm thời.

+ Tăng cường khác biệt hóa sản phẩm: doanh nghiệp thường cạnh tranh bằng cách cải tiến tính năng của sản phẩm, ứng dụng các tiến bộ mới trong quy trình sản xuất hoặc đổi mới chính sản phẩm.

+ Sử dụng một cách sáng tạo các kênh phân phối: doanh nghiệp có thể thực hiện chiến lược gia nhập theo chiều dọc bằng cách can thiệp sâu vào hệ thống phân phối hoặc sử dụng các kênh phân phối mới; sử dụng kênh phân phối của các sản phẩm có liên quan hoặc kênh phân phối các sản phẩm khác có đối tượng khách hàng tương đồng.

+ Khai thác các mối quan hệ với các nhà cung cấp: doanh nghiệp sử dụng uy tín, quyền lực đàm phán hay mối quan hệ với hệ thống cung cấp để thực hiện các yêu cầu mới tạo ra sự khác biệt trong sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm hoặc giảm chi phí đầu vào.

❖ *Nguy cơ sản phẩm thay thế*

Sản phẩm thay thế ở đây là muốn nói đến các sản phẩm từ các ngành khác. Đối với các nhà kinh tế học, nguy cơ của sự thay thế xuất hiện khi nhu cầu về một sản phẩm bị tác động bởi những thay đổi về giá của sản phẩm thay thế. Độ co giãn giá của một sản phẩm bị tác động bởi sản phẩm thay thế; sự thay thế càng đơn giản thì nhu cầu càng trở lên co giãn vì khách hàng có nhiều sự lựa chọn hơn. Sản phẩm thay thế phụ thuộc vào khả năng tăng giá của doanh nghiệp trong một ngành. Sự cạnh tranh gây ra bởi nguy cơ thay thế là do các sản phẩm thuộc các ngành khác. Trong khi nguy cơ của sản phẩm thay thế thường tác động vào ngành kinh doanh thông qua cạnh tranh giá cả, tuy nhiên có thể có nguy cơ thay thế từ các nguồn khác, khi áp lực từ các sản phẩm thay thế cao thì hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp bị tác động xấu và ngược lại.

Tóm lại, hai nhóm yếu tố vừa nêu trên là những yếu tố thường xuyên ảnh hưởng đến kết quả hoạt động kinh doanh của bất kỳ một doanh nghiệp nào. Tuy nhiên những yếu tố này có thể thay đổi, điều đó còn tùy thuộc vào đặc điểm, lĩnh vực hoạt động kinh doanh của từng doanh nghiệp. Vì vậy để có thể xác định một cách chính xác những yếu tố nào ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả hoạt động của

một doanh nghiệp, chúng ta phải đi sâu nghiên cứu đặc thù của doanh nghiệp đó trên cơ sở phân tích kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

CHƯƠNG II

THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN XĂNG DẦU HFC

2.1. Giới thiệu tổng quan về Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC

Giới thiệu công ty

Tên công ty:	CÔNG TY CỔ PHẦN XĂNG DẦU HFC
Tên tiếng anh	HFC Petroleum Corporation
Tên viết tắt	HFC., CORP
Vốn điều lệ:	60.899.990.000 đồng (<i>Sáu mươi tỷ tám trăm chín chín triệu chín trăm chín mươi nghìn đồng.</i>)
Mệnh giá cổ phần:	10.000 đồng/cổ phần
Số cổ phiếu lưu hành:	6.089.999 cổ phần
Trong đó:	6.089.999 cổ phần
- Cổ phần phổ thông:	0 cổ phần
- Cổ phần ưu đãi:	

Trụ sở chính: Tầng F3 - Tòa nhà 187 Nguyễn Lương Bằng - Phường Quang Trung - Quận Đống Đa - Thành phố Hà Nội

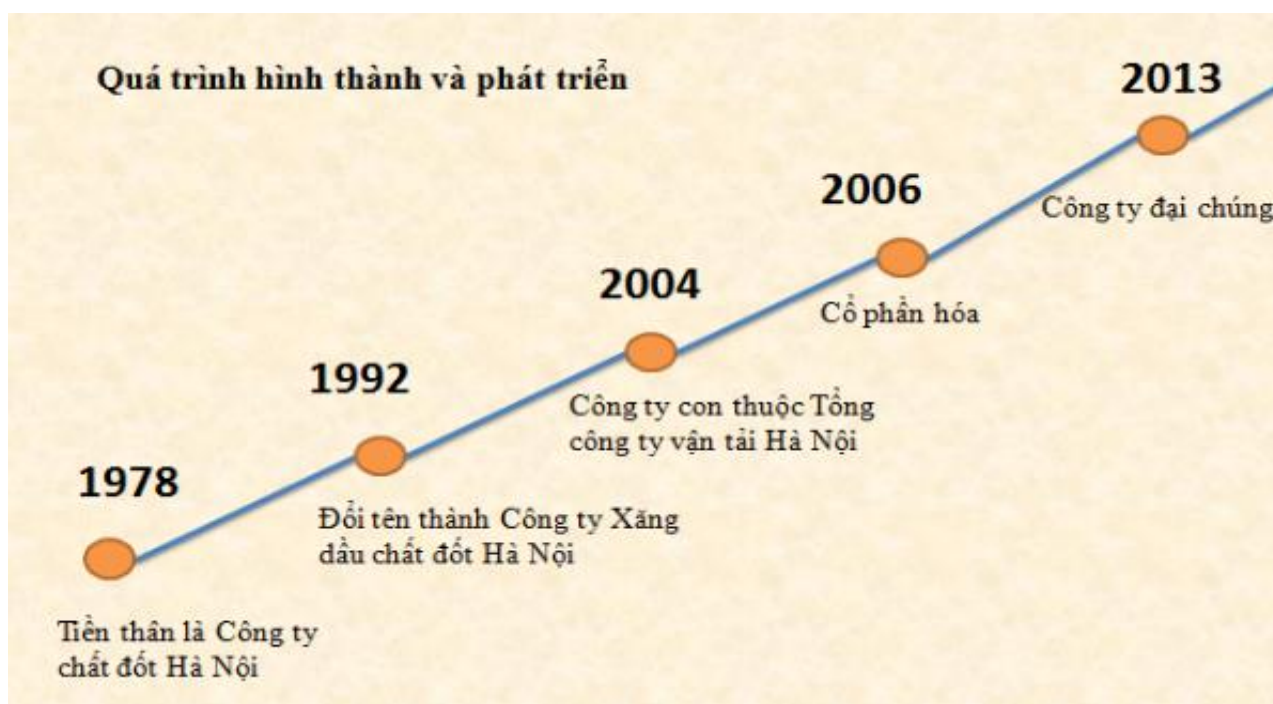
Điện thoại: 024. 39780731

Fax: 024. 39780731

GCNĐKKD 0103012626 (đăng ký lần đầu ngày 07 tháng 09 năm 2006)

Các chi nhánh: Chi nhánh tại Hải Phòng
Chi nhánh tại Thái Nguyên
Chi nhánh tại TP Hồ Chí Minh
Chi nhánh tại Nghệ An

Quá trình hình thành và phát triển



Biểu đồ 2.1: Biểu đồ các giai đoạn phát triển của Công ty

(Nguồn: Tài liệu tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC)

Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC tiền thân là Công ty Chất đốt Hà Nội được thành lập theo Quyết định số 5009/QĐ-UB ngày 24/8/1978 trên cơ sở một số đơn vị thuộc Sở Thương nghiệp Hà Nội (nay là Sở Công thương Hà Nội), bao gồm:

- Cửa hàng kinh doanh dầu hỏa thuộc Công ty Kim khí Hóa chất Hà Nội (và 04 hợp tác xã mua bán huyện ngoại thành)

- Các cửa hàng kinh doanh than củi thuộc Công ty Vật liệu Kiến thiết Hà Nội.

Trong thời gian này, Công ty là một tổ chức kinh tế do Nhà nước thành lập, đầu tư và tổ chức quản lý hoạt động kinh doanh nhằm thực hiện các mục tiêu kinh tế xã hội của Nhà nước và thủ đô. Nhiệm vụ và kế hoạch kinh doanh hàng năm của Công ty do Sở Thương mại Hà Nội giao.

Trong quá trình hoạt động trước khi chuyển sang mô hình công ty Cổ phần, Công ty đã qua 3 lần đổi tên, thành lập lại và chuyển đổi mô hình hoạt động, cụ thể như sau:

- Công ty đổi tên thành Công ty Xăng dầu chất đốt Hà Nội theo Quyết định số 582/QĐ-UB ngày 27/3/1992 của UBND thành phố Hà Nội,

- Công ty được thành lập lại theo Quyết định số 3306/QĐ-UB ngày 19/12/1992 của UBND thành phố Hà Nội.

- Công ty chuyển sang hoạt động theo mô hình Công ty mẹ - Công ty con, trong đó Công ty Xăng dầu chất đốt Hà Nội là công ty con thuộc Tổng công ty Vận tải Hà Nội theo Quyết định số 72/2004/QĐ-UB ngày 17/5/2004 của UBND thành phố Hà Nội về việc thành lập Tổng công ty Vận tải Hà Nội, thí điểm hoạt động theo mô hình công ty mẹ - công ty con.

Tháng 9/2006, Công ty chuyển sang hoạt động theo hình thức công ty cổ phần, chính thức đổi tên thành Công ty Cổ phần Xăng dầu Chất đốt Hà Nội với 275 cổ đông sáng lập và tổng số vốn điều lệ là 21 tỷ đồng.

Tháng 3/2015, Công ty được công nhận là Thương nhân phân phối xăng dầu - một trong những thương nhân phân phối đầu tiên trên toàn Miền Bắc.

Tháng 12/2017, Công ty đổi tên thành Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC với tổng số vốn điều lệ là 61 tỷ đồng.

Là một doanh nghiệp của Thành phố Hà Nội, HFC hiện là Công ty cổ phần với vốn điều lệ 61 tỷ đồng, đang vận hành mạng lưới bao gồm 15 trạm xăng dầu tại Hà Nội, và 3 trạm khác tại Thái Nguyên, Hải Phòng và Nghệ An. Ngoài ra, HFC còn có trên 30 trạm cấp cố định và lưu động để phục vụ khách hàng thuộc khối vận tải hành khách công cộng của các công ty vận tải của Hà nội. Trong đó,

có gần 100 tuyến xe với trên một ngàn xe bus tại Hà Nội đều sử dụng dầu nhớt Total do HFC cung cấp để vận hành bền bỉ mỗi ngày, tiêu thụ 80% lượng dầu nhớt Total trên hệ thống HFC, chủ yếu là dầu nhớt Diesel.

Với sự nỗ lực bền bỉ qua từng năm, đến nay HFC vẫn không ngừng phấn đấu khẳng định vị thế của một doanh nghiệp trong ngành xăng dầu nước nhà.

Các trạm xăng của HFC đã, đang và sẽ trưng bày và bán các dòng sản phẩm dầu nhớt Total nhằm đưa những dòng sản phẩm chất lượng tuyệt vời này tiếp cận khách hàng một cách nhanh chóng và tiện lợi nhất. Với chiến lược kinh doanh bền vững, luôn nỗ lực xây dựng hình ảnh đẹp, uy tín trong lòng khách hàng, HFC chắc chắn sẽ là địa điểm trưng bày lý tưởng, tin cậy cho Total.

Ngoài ra công ty còn kinh doanh trong lĩnh vực vận tải, dịch vụ đại lý môi giới bảo hiểm và bất động sản.

Tổng Doanh thu trung bình của Công ty 2 năm gần đây đạt trên 1.400 tỉ đồng/năm

Tổng sản lượng xăng dầu bình quân 2 năm gần đây trên 80.000m³/năm

- Khối bán lẻ: Sản lượng xăng dầu trên 32.000m³/năm
- Khối tiêu thụ công nghiệp và Đại lý Sản lượng xăng dầu trên 31.000m³/năm
- Khối Vận tải hành khách công cộng: Dầu Diezen bán ra trên 17.000m³/năm

Ngoài ra, công ty nghiên cứu các phương thức hợp tác, liên kết và mở rộng hướng kinh doanh trong những lĩnh vực mới: chuyển đổi kinh doanh tại những địa điểm có ưu thế về diện tích hoặc không đủ điều kiện tiếp tục kinh doanh xăng dầu, nhằm khai thác có hiệu quả mạng lưới kinh doanh của Công ty.

Định hướng phát triển và đầu tư

Đối với lĩnh vực kinh doanh chính là xăng dầu, thị trường chính vẫn là khu vực thành phố Hà Nội và trọng tâm là bán lẻ xăng dầu.

Tiếp tục đầu tư trạm cung ứng xăng dầu đáp ứng 100% cho thị trường tiêu thụ xăng dầu trong nội bộ Tổng công ty vận tải Hà Nội.

Tìm kiếm địa điểm hợp tác kinh doanh, thuê địa điểm, xây dựng mới các cửa hàng bán lẻ xăng dầu ở ngoại thành Hà Nội, các khu đô thị mới và khu đô thị mở rộng.

Tiếp tục đầu tư xây dựng các trạm cung ứng xăng dầu cho các đơn vị vận tải, các công trình xây dựng và sản xuất xi măng trong nội ngoại thành Hà Nội.

Tìm kiếm mở rộng thị trường cung ứng xăng dầu và các sản phẩm hoá dầu cho các cơ sở sản xuất trong nội ngoại thành Hà Nội.

Thành viên ban lãnh đạo công ty

Hội đồng quản trị

- + Chủ tịch Hội đồng quản trị - Ông Nguyễn Trọng Hậu
- + Ủy viên Hội đồng Quản trị - Bà Nguyễn Thị Minh Hiền
- + Ủy viên Hội đồng Quản trị - Ông Nguyễn Phi Thái

Ban kiểm soát

- + Trưởng Ban Kiểm soát – Ông Nguyễn Công Lương
- + Ủy viên Ban Kiểm soát – Ông Nguyễn Công Mạnh Hùng
- + Ủy viên Ban Kiểm soát – Ông Cán Duy Hưng

Ban giám đốc điều hành

- + Ông Nguyễn Trọng Hậu- Tổng Giám đốc Công ty
- + Ông Nguyễn Phi Thái - Phó Tổng Giám đốc Công ty
- + Bà Phan Thị Thùy Dương - Phó Tổng Giám đốc Công ty

Sở hữu vốn:

Bảng 2.1. Tỷ lệ sở hữu vốn tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC

Cổ đông	Số cổ phần	31/12/2017 (VNĐ)	Tỷ lệ (%)
Công ty Xăng dầu khu vực I	897.750	8.977.500.000	15
Công ty TNHH giao nhận Vận tải Bình Minh	296.400	2.964.000.000	5
Công ty CP đầu tư Phát triển Hồng Bàng	264.195	2.641.950.000	4
Công ty CP Đầu tư Phát triển Đô thị	262.200	2.622.000.000	4
Ông Nguyễn Trọng Hậu	563.481	5.634.810.000	9
Cổ đông khác	38.059.73	38.059.730.000	62
Cộng	6.089.999	60.899.990.000	100

(Nguồn: Tài liệu tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC)

2.1.2. Ngành nghề kinh doanh của Công ty

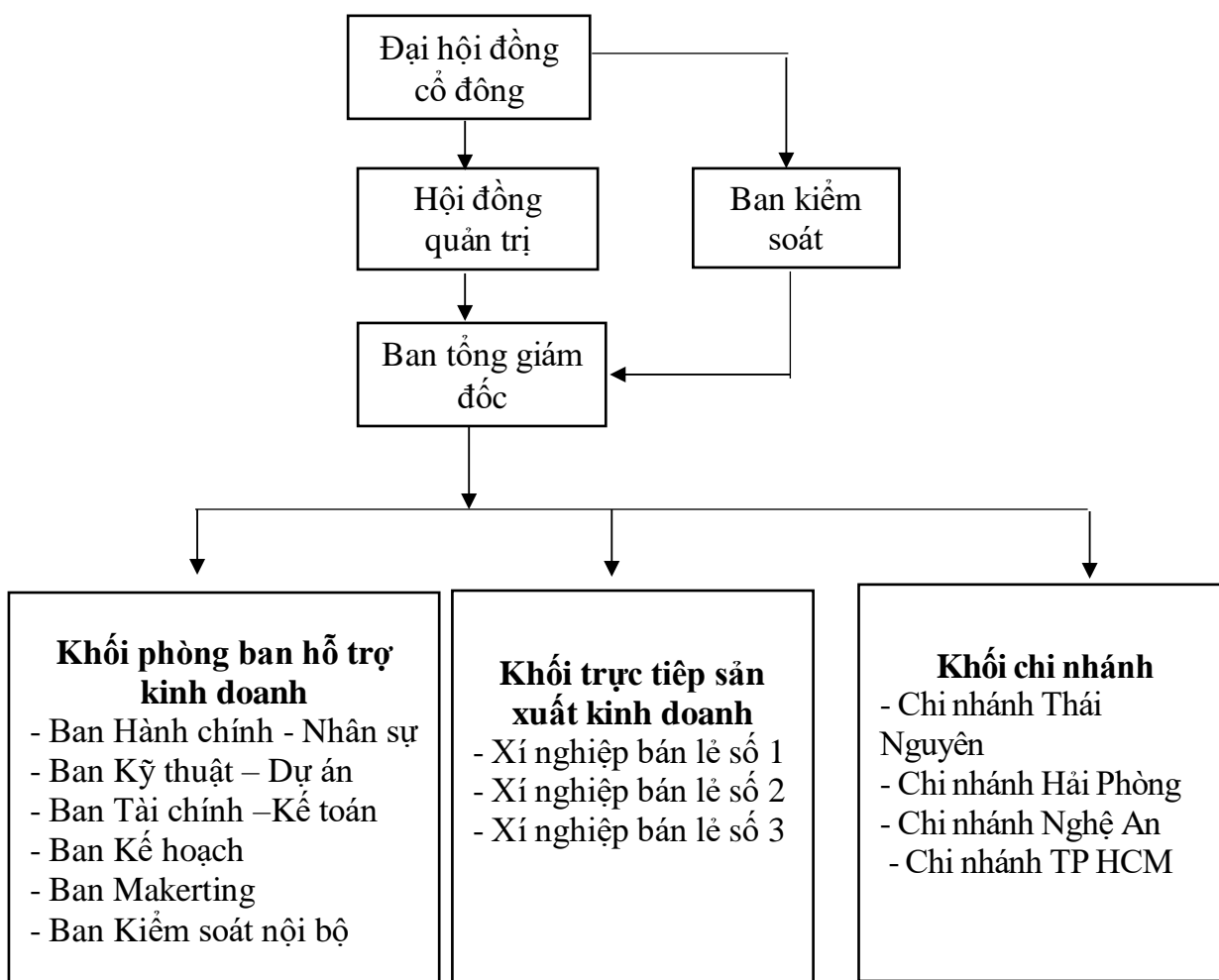
Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC là một công ty kinh doanh thương mại và dịch vụ, trong đó hoạt động thương mại chiếm phần lớn. Đối tượng kinh doanh của công ty là hàng hoá, đó là những sản phẩm của công ty mua về để bán ra nhằm đáp ứng nhu cầu của sản xuất và tiêu dùng của thị trường. Mặt hàng kinh doanh chủ yếu của công ty gồm:

- Bán buôn nhiên liệu rắn, lỏng, khí và các sản phẩm liên quan:
 - + Kinh doanh xăng dầu và nhiên liệu: xăng, dầu diesel, dầu lửa, dầu mazut, dầu mỡ bôi trơn và công nghiệp, gas, than và hàng công nghiệp tiêu dùng.
 - + Bán buôn than đá và các nhiên liệu rắn khác;
 - + Bán buôn dầu thô;
 - + Bán buôn dầu nhờn, mỡ nhờn, các sản phẩm dầu mỏ tinh chế khác
 - + Bán buôn khí đốt và các sản phẩm có liên quan
 - + Kinh doanh xuất nhập khẩu xăng dầu, kinh doanh vật tư, thiết bị chuyên phục vụ kinh doanh xăng dầu: cột bơm xăng, các loại ống dẫn và phụ tùng dùng trong xăng dầu.
 - + Kinh doanh công nghệ phẩm, điện máy, thực phẩm công nghệ, nông thổ sản.
- Vận tải hành khách đường bộ trong nội thành, ngoại thành (trừ vận tải bằng xe bus)
- Vận tải hành khách đường bộ khác. Chi tiết: Vận tải hành khách bằng xe bus nội tỉnh, liên tỉnh.
- Vận tải hàng hóa đường bộ.
- Kinh doanh bất động sản, quyền sử dụng đất thuộc sở hữu, chủ sử dụng hoặc đi thuê, cho thuê văn phòng.
- Nhà hàng và các dịch vụ thực vụ ăn uống phục vụ lưu động. Chi tiết: cung cấp dịch vụ ăn uống theo hợp đồng không thường xuyên với khách hàng (phục vụ tiệc, hội họp, đám cưới).
- Dịch vụ ăn uống khác.
- Dịch vụ phục vụ đồ uống
- Dịch vụ lưu trú hàng ngày, chi tiết:

- + Khách sạn;
- + Biệt thự hoặc căn hộ kinh doanh dịch vụ lưu trú ngắn ngày.
- + Nhà khách, nhà nghỉ kinh doanh dịch vụ lưu trú ngắn ngày;
- + Nhà trọ, phòng trọ và các dịch vụ lưu trú tương tự.
- Hoạt động của các cơ sở thể thao
- Hoạt động của các câu lạc bộ thể thao
- Hoạt động thể thao khác
- Hoạt động của các công viên vui chơi và công viên theo chủ đề.
- Hoạt động vui chơi giải trí khác chưa phân vào đâu.
- Bán buôn đồ dùng gia đình, chi tiết:
 - + Bán buôn hàng gôm sứ, thủ tinh
 - + Bán buôn đồ điện gia dụng, đèn và bộ đèn điện;
- Bán buôn máy tính, thiết bị ngoại vi và phần mềm.
- Bán buôn thiết bị điện tử, linh kiện viễn thông
- Bán buôn máy móc, thiết bị và phụ tùng máy công nghiệp
- Bán buôn máy móc, thiết bị và phụ tùng khác.
- Bán buôn thực phẩm.
- Bán lẻ lương thực trong các cửa hàng chuyên doanh
- Bán lẻ thực phẩm trong các cửa hàng chuyên doanh
- Bán buôn nông, lâm sản nguyên liệu và động vật sống
- Lắp đặt máy móc và thiết bị công nghiệp
- Hoạt động dịch vụ hỗ trợ kinh doanh khác còn chưa phân vào đâu.
- Bán lẻ nhiên liệu động cơ trong các cửa hàng chuyên doanh.
- Bán lẻ hàng hóa khác mới trong các cửa hàng chuyên doanh.
- Bán phụ tùng và các bộ phận phụ trợ ô tô, và các động cơ khác, chi tiết:
 - + Bán buôn phụ tùng và các bộ phận phụ trợ ô tô và các xe có động cơ khác: săm, lốp, ắc quy, đèn...
 - + Bán lẻ phụ tùng phụ trợ ô tô con.
 - + Đại lý phụ tùng và các bộ phận phụ trợ ô tô và các xe có động cơ khác
- Dịch vụ đại lý và môi giới bảo hiểm.

2.1.3. Đặc điểm tổ chức bộ máy quản lý của Công ty

Để đảm bảo kinh doanh có hiệu quả và quản lý tốt quá trình hoạt động kinh doanh của công ty, Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC đã tổ chức theo mô hình quản lý tập trung. Sau đây là sơ đồ cơ cấu tổ chức của Công ty:



Sơ đồ 2.2: Sơ đồ bộ máy tổ chức công ty Cổ phần Xăng dầu HFC

(Nguồn: Tài liệu tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC)

Chức năng từng bộ phận trong bộ máy hoạt động của công ty:

- **Đại hội đồng cổ đông:** Là cơ quan quyết định cao nhất của công ty, có thẩm quyền quyết định các vấn đề:

- + Thông qua báo cáo tài chính hàng năm, mức cổ tức thanh toán cho mỗi loại cổ phần.
- + Bầu, bãi nhiệm và thay thế thành viên Hội đồng quản trị và Ban kiểm soát.
- + Các thẩm quyền khác theo điều lệ của công ty.

- **Hội đồng quản trị:** Là cơ quan có đầy đủ quyền hạn để thực hiện tất cả các quyền nhân danh Công ty trừ những thẩm quyền thuộc về Đại hội đồng cổ đông. Hội đồng quản trị có các quyền và nghĩa vụ sau:

- + Quyết định kế hoạch phát triển sản xuất kinh doanh và ngân sách hàng năm.
- + Xác định các mục tiêu hoạt động trên cơ sở các mục tiêu chiến lược được Đại hội đồng cổ đông thông qua.
- + Các quyền và nhiệm vụ khác theo điều lệ Công ty.

- **Ban kiểm soát:** là cơ quan trực thuộc Đại hội đồng cổ đông, do Đại hội đồng cổ đông bầu ra. Ban kiểm soát có nhiệm vụ kiểm tra tính hợp lý, hợp pháp trong điều hành hoạt động kinh doanh, báo cáo tài chính của Công ty. Ban kiểm soát hoạt động độc lập với Hội đồng quản trị, có các quyền và nhiệm vụ sau

- + Đề xuất lựa chọn công ty kiểm toán độc lập, mức phí kiểm toán, và mọi vấn đề liên quan đến sự rút lui hay bãi nhiệm của công ty kiểm toán độc lập.
- + Các quyền và nhiệm vụ khác theo điều lệ Công ty.

- **Ban Tổng giám đốc:** Gồm 3 người là 1 Tổng giám đốc và 2 Phó Tổng giám đốc do hội đồng quản trị bổ nhiệm, là người điều hành và quản lý mọi hoạt động của công ty. Và có quyền và nhiệm vụ như sau:

- + Thực hiện các quyết định của Hội đồng quản trị và Đại hội đồng cổ đông, kế hoạch kinh doanh và đầu tư của Công Ty đã được thông qua.
- + Quyết định tất cả các vấn đề không cần phải có nghị quyết của Hội đồng quản trị.
- + Kiến nghị số lượng các loại bộ phận quản lý mà công ty cần thuê.
- + Các quyền và nhiệm vụ khác.

Khởi phòng ban hỗ trợ kinh doanh

Các phòng ban trong công ty hoạt động trong mối quan hệ khăng khít hỗ trợ nhau phát triển. Phòng này là cơ sở cho phòng kia phát triển theo một phương

hướng đã đề ra. Với việc bố trí hợp lý đội ngũ cán bộ công nhân viên theo trình độ, tính chuyên nghiệp cao thì hiệu quả công việc, năng suất lao động cao sẽ ngày càng đáp ứng được tính khắt khe của thị trường. Đây là điều kiện thuận lợi giúp cho Công ty kinh doanh theo đà ngày càng phát triển, từ đó thực hiện chỉ tiêu của công ty đã đề ra cho năm 2018 và có khả năng vượt chỉ tiêu.

- Ban Hành chính - Nhân sự

+ Quản lý về tổ chức hành chính tại công ty. Ban hành chính giúp giám đốc quản lý nhân sự văn phòng, tổ chức thực hiện hướng dẫn chính sách của người lao động và đường lối của Đảng, Nhà nước.

+ Xây dựng kế hoạch về nhân sự trong từng thời kỳ.

- Ban Kinh doanh

+ Giúp giám đốc hoạch định chiến lược sản xuất kinh doanh, trực tiếp tổ chức khai thác nguồn hàng, tham gia và kinh doanh vận tải hàng hóa và kinh doanh mua bán hàng hóa.

+ Lập kế hoạch kinh doanh ngắn hạn và dài hạn theo hợp đồng kinh tế, thực hiện các hợp đồng xuất nhập khẩu trực tiếp.

+ Có nhiệm vụ xây dựng và thực hiện các chiến lược quảng cáo, xúc tiến bán hàng, tìm kiếm thị trường, tiêu thụ sản phẩm trên thị trường, đưa ra ý kiến đề xuất phát hiện những vấn đề chưa hợp lý, đồng thời tìm kiếm các đơn đặt hàng.

- Ban Kỹ thuật – Dự án

+ Xây dựng phương án thi công, phương án kỹ thuật cho các dự án, các loại phương tiện xe máy thiết bị thi công, các sản phẩm khác để tổ chức thực hiện trong toàn Công ty.

+ Kiểm tra, xác định khối lượng, chất lượng, quy cách vật tư, mức hao phí lao động trên cơ sở định mức kinh tế kỹ thuật được duyệt.

+ Hướng dẫn, giám sát và kiểm tra các đơn vị trực thuộc trong quá trình sản xuất về mặt kỹ thuật, chất lượng, an toàn lao động, máy móc thiết bị và vệ sinh môi trường.

+ Quản lý, bảo quản, sửa chữa, điều động toàn bộ xe máy thiết bị trong toàn Công ty. Lập kế hoạch sửa chữa, mua sắm thiết bị máy móc hàng quý, năm.

+ Phối hợp với phòng Tổ chức hành chính xây dựng kế hoạch kiểm tra tay nghề, đào tạo, đào tạo lại, tổ chức thực hiện kế hoạch đào tạo nguồn nhân lực của Công ty.

+ Quản lý công tác an toàn lao động, vệ sinh môi trường, phòng chống cháy nổ, mạng lưới an toàn viên, vệ sinh viên, lực lượng phòng chống cháy nổ trong phạm vi toàn Công ty.

- Ban Tài chính – Kế toán

+ Giám sát về tài chính, kiểm tra phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh, cung cấp thông tin kế toán một cách chính xác, kịp thời giúp giám đốc ra quyết định sản xuất kinh doanh.

+ Giám đốc việc sử dụng vốn và quản lý việc sử dụng tài sản của công ty đảm bảo đúng mục đích yêu cầu và có hiệu quả.

+ Mở các loại sổ sách, biểu mẫu kế toán, ghi chép phản ánh số hiện có tình hình luân chuyển và sử dụng tài sản, vật tư, tiền vốn quá trình sản xuất kinh doanh của công ty.

+ Lập các báo cáo tài chính định kỳ đầy đủ, thực hiện nghiêm chỉnh việc trích nộp ngân sách. Trích và sử dụng đúng các loại quỹ theo quy định hiện hành.

+ Lập các hoá đơn thực hiện thanh toán với các chủ hàng và đơn vị liên quan, trực tiếp quản lý nguồn thu, chi.

- Ban Kế hoạch

+ Lập, quản lý, theo dõi kế hoạch sản xuất kinh doanh của Công ty.

+ Chủ trì thực hiện công tác đầu tư - xây dựng, đấu thầu - giao thầu. Xây dựng kế hoạch đầu tư sửa chữa và xây dựng mới cơ sở hạ tầng.

- Quản lý, thực hiện và kiểm tra công tác kỹ thuật, thi công nhằm đảm bảo tiến độ, an toàn, chất lượng, khối lượng và hiệu quả kinh tế trong toàn Công ty.

- Tham mưu, giúp việc cho lãnh đạo công ty trong công tác kế hoạch và các vấn đề kỹ thuật của dự án.

- Ban Marketing

+ Tìm sản phẩm thích ứng với nhu cầu khách hàng, của thị trường. Ban Marketing vừa nghiên cứu, thăm dò nhu cầu thị trường để vừa thỏa mãn tối đa nhu

cầu; đồng thời tạo ra nhu cầu mới, làm thay đổi cơ cấu nhu cầu giúp cho doanh nghiệp thu được lợi nhuận ngày càng nhiều hơn.

- + Phân tích môi trường và nghiên cứu thị trường nhằm dự báo và thích ứng với các yếu tố môi trường có ảnh hưởng đến sự thành công hay thất bại của doanh nghiệp, tập hợp thông tin để quyết định các vấn đề Marketing đảm trách.

- + Tổ chức quá trình vận động hàng hóa giao cho người tiêu dùng, nhằm giải quyết trở ngại ách tắc, làm cho quá trình lưu thông suôn sẻ.

- + Tổ chức, thực hiện, kiểm soát và đánh giá các chiến lược truyền thông thích hợp, chương trình kích thích tiêu thụ đảm bảo chất lượng toàn diện.

- + Quản lý mối quan hệ giữa khách hàng và công ty bao gồm các chiến lược và hoạt động đồng thời giữa các bộ phận khách hàng, bán hàng, quảng cáo tín dụng và thanh toán để đạt được các mục tiêu Marketing.

- *Ban kiểm soát nội bộ*

- + Tham mưu, đề xuất Ban lãnh đạo Công ty các biện pháp thiết lập trật tự, kỷ cương, hệ thống các quy chế, quy định trong các hoạt động sản xuất của Công ty;

- + Xây dựng các quy trình kiểm tra, kiểm soát phù hợp với các quy định của pháp luật, Điều lệ Công ty nhằm đảm bảo hiệu quả hoạt động quản lý;

- + Lập kế hoạch và triển khai việc kiểm tra, kiểm soát định kỳ hoặc đột xuất theo yêu cầu của Ban lãnh đạo Công ty;

- + Đánh giá kết quả thực hiện sau kiểm tra, kiểm soát; báo cáo, kiến nghị và đề xuất Ban lãnh đạo Công ty biện pháp xử lý, khắc phục các vấn đề không phù hợp và theo dõi, đôn đốc việc thực hiện;

- + Kiểm tra, rà soát, đánh giá một cách độc lập, khách quan đối với các hoạt động, chủ trương, chính sách và mức độ ảnh hưởng đến hoạt động của Công ty.

- + Kiểm soát việc cung cấp thông tin, hồ sơ tài liệu cho các cơ quan có thẩm quyền khi thực hiện công tác thanh tra, kiểm tra tại Công ty theo địa chỉ của Tổng giám đốc;

+ Tham gia các Tổ công tác chuyên môn có liên quan khi được yêu cầu;

Khôi trực tiếp sản xuất kinh doanh

Có nhiệm vụ cung ứng hàng hoá ra thị trường nói chung và cho người tiêu dùng nói riêng.

Khôi chi nhánh

Có nhiệm vụ cung ứng hàng hoá ra thị trường nói chung và cho người tiêu dùng nói riêng trên địa bàn các tỉnh thành trong cả nước có chi nhánh hoạt động.

2.2. Phân tích khái quát tình hình hoạt động kinh doanh của công ty trong giai đoạn từ năm 2014 – 2017

Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh là bảng báo cáo tài chính hằng năm tổng hợp, phản ánh đầy đủ tình hình và kết quả kinh doanh trong năm của đơn vị. Nó phản ánh toàn bộ giá trị sản phẩm, lao động, dịch vụ mà doanh nghiệp đạt được trong kỳ cũng như phần hao phí tương ứng mà doanh nghiệp bỏ ra để thu về kết quả đó. Sau đây là số liệu sơ lược, tổng hợp nhất tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017 (xem bảng 2.1 và biểu đồ 2.3):

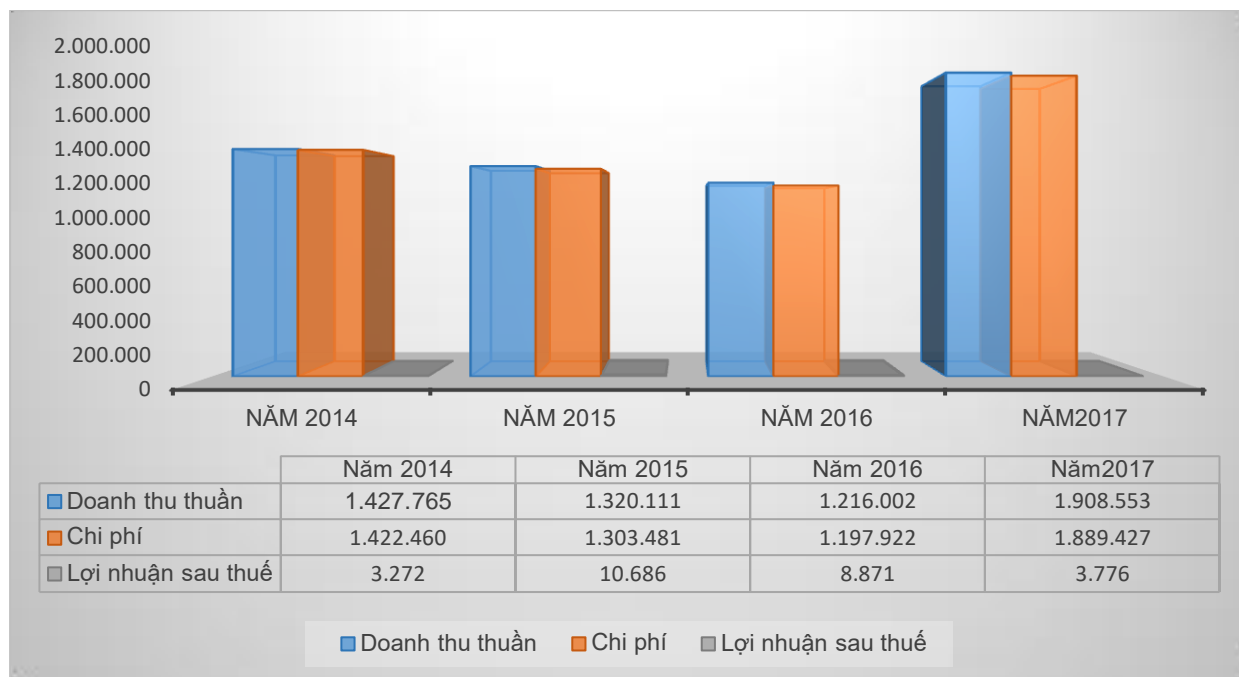
**Bảng 2.1: Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty cổ phần Xăng dầu HFC
giai đoạn 2014 - 2017**

Đơn vị tính: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017	Tốc độ tăng trưởng (%)		
					15/14	16/15	17/16
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	1.427.765	1.320.111	1.216.002	1.908.553	-7,5	-7,9	57,0
2. Giá vốn hàng bán	1.394.376	1.254.821	1.139.436	1.819.488	-10,0	-9,2	59,7
3. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ (3=1-2)	33.389	65.290	76.566	89.065	95,5	17,3	16,3
4. Doanh thu hoạt động tài chính	21	26	26	21	23,8	0,0	-19,2
5. Chi phí tài chính	2.124	4.317	8.781	13.211	103,2	103,4	50,4
6. Chi phí bán hàng	16.838	26.429	27.806	38.029	57,0	5,2	36,8
7 Chi phí quản lý doanh nghiệp	11.246	22.231	30.680	31.910	97,7	38,0	4,0
8. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh (8=3+(4-5)-6-7)	3.202	12.339	9.325	5.936	285,4	-24,4	-36,3
9. Thu nhập khác	1.756	1.100	2.695	666	-37,4	145,0	-75,3
10. Chi phí khác	315	30	1.281	1.755	-90,5	4170,0	37,0
11. Lợi nhuận khác (11=9-10)	1.441	1.070	1.414	-1.089	-25,7	32,1	-177,0
12. Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế (12=8+11)	4.643	13.409	10.739	4.847	188,8	-19,9	-54,9
13. Chi phí thuế TNDN	1.371	2.723	1.868	1.071	98,6	-31,4	-42,7
14. Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp (14=12-13)	3.272	10.686	8.871	3.776	226,6	-17,0	-57,4

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC)

Biểu đồ số 2.3: Biểu đồ biểu diễn doanh thu, chi phí và lợi nhuận của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017



(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC)

Qua phân tích bảng số liệu trên có thể thấy trong suốt giai đoạn từ năm 2014 - 2017 công ty làm ăn luôn có lãi, cụ thể: Năm 2014 lợi nhuận sau thuế là: 3.272 triệu đồng, năm 2015 lợi nhuận sau thuế là: 10.686 triệu đồng, năm 2016 lợi nhuận sau thuế là: 8.871 triệu đồng và năm 2017 lợi nhuận sau thuế là: 3.776 triệu đồng. Tuy nhiên, khi so sánh lợi nhuận sau thuế các năm ta thấy:

Lợi nhuận sau thuế của công ty năm 2015 so với năm 2014 tăng là 226,6% đây là một sự tăng đột biến của doanh nghiệp. Tuy nhiên, giai đoạn từ năm 2015 đến 2017 lại chứng kiến một sự suy giảm rõ rệt về lợi nhuận sau thuế. Cụ thể, năm 2016 so với 2015 lợi nhuận sau thuế giảm 17% và đến năm 2017 thì lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp so với năm 2016 giảm giảm 57,4%. Biến động trên cho thấy lợi nhuận sau thuế của công ty đang thay đổi theo chiều hướng tiêu cực ở cuối thời kỳ khảo sát và phụ thuộc chính vào hai thành phần quan trọng đó là chi phí và doanh thu. Công ty cần xem xét nguyên nhân của sự việc trên đồng thời đưa ra những giải pháp khắc phục hợp lý và chính xác, kịp thời để tăng lợi nhuận của công ty trong các kỳ tiếp theo.

Ngoài ra, Phân tích doanh thu, chi phí của các năm để thấy được lợi nhuận của công ty tăng, giảm do nguyên nhân nào:

+ So sánh năm 2015 so với năm 2014.

Doanh thu thuần của công ty năm 2015 đạt 1.320.111 triệu đồng, năm 2014 đạt 1.427.765 triệu đồng; năm 2015 so với năm 2014 doanh thu thuần giảm 7,5%. Trong khi đó doanh thu từ hoạt động tài chính là không đáng kể.

Giá vốn hàng bán năm 2015 so với năm 2014 giảm 10%, như vậy tốc độ giảm của giá vốn đã cao hơn tốc độ giảm của doanh thu làm cho lợi nhuận gộp của doanh nghiệp tăng. Chi phí tài chính, chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp năm 2015 so với năm 2014 tăng lần lượt là 103,2%, 57% và 97,7%. Tuy nhiên, phần giá vốn giảm sâu nên vẫn giúp cho doanh nghiệp năm 2015 hoạt động kinh doanh có hiệu quả hơn năm 2014. Kết quả này được đánh giá là thành tích của doanh nghiệp trong công tác quản lý chi phí giá vốn.

+ So sánh năm 2016 so với năm 2015.

Doanh thu thuần của công ty năm 2015 đạt 1.320.111 triệu đồng, năm 2016 đạt 1.216.002 triệu đồng; năm 2016 so với năm 2015 doanh thu thuần giảm giảm 7,9%.

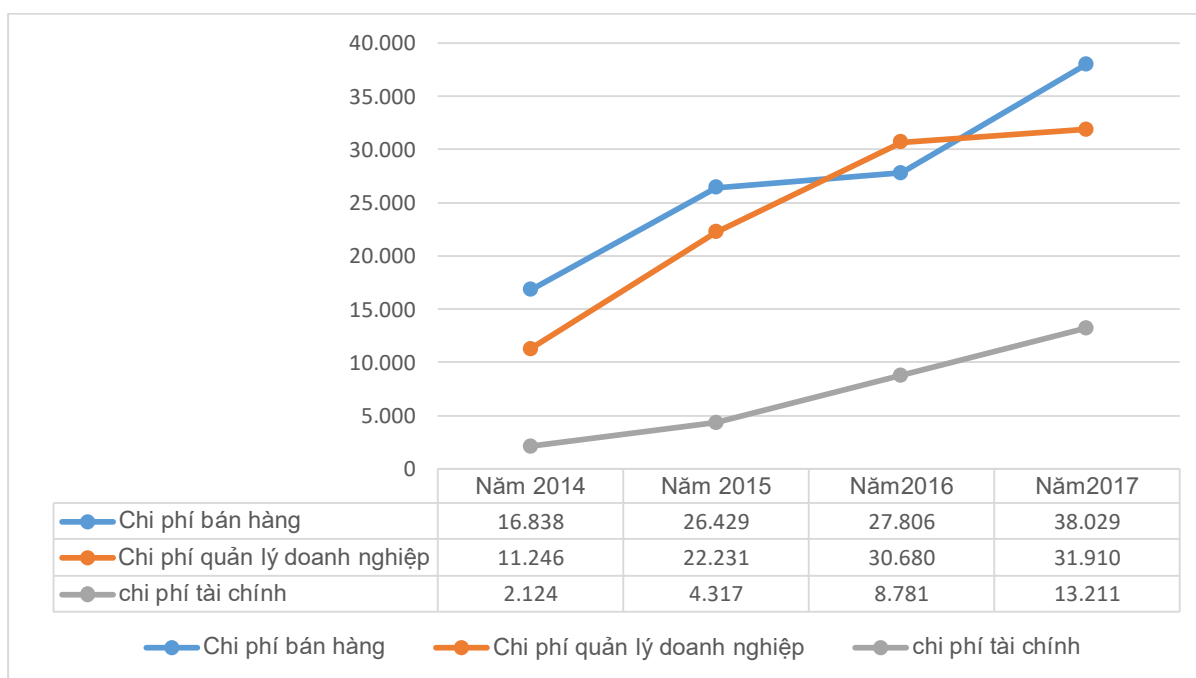
Giá vốn hàng bán năm 2016 so với năm 2015 giảm 9,2%. Như vậy, tốc độ giảm của giá vốn đã cao hơn tốc độ giảm của doanh thu. Chi phí tài chính, chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp năm 2016 so với năm 2015 cũng tăng lần lượt là 103,4%, 5,2% và 38%. Doanh thu giảm, giá vốn giảm nhưng chi phí tài chính, chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp tăng đã làm cho lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp giảm 17%, rõ ràng đây là yếu điểm của doanh nghiệp trong công tác quản lý chi phí mà đặc biệt là chi phí quản lý doanh nghiệp.

+ So sánh năm 2017 so với năm 2016.

Doanh thu thuần của công ty năm 2017 đạt 1.908.553 triệu đồng, năm 2016 đạt 1.216.002 triệu đồng; năm 2017 so với năm 2016 doanh thu thuần tăng 57%. Doanh thu của doanh nghiệp năm 2017 tăng lên đáng kể là do một số cửa hàng xăng dầu mới mở trên địa bàn thành phố Hà Nội đi vào hoạt động như cửa hàng xăng dầu tại địa bàn Tam Hiệp với diện tích 4.100 m² và cửa hàng xăng dầu tại địa bàn huyện Đan Phượng với diện tích 3.300 m² và một số cửa hàng xăng dầu trong nội thành thành phố Hà Nội; Chi nhánh tại Hải Phòng được nâng cấp mở rộng cùng với mở thêm chi nhánh tại Nghệ An.

Giá vốn hàng bán năm 2017 so với năm 2016 cũng tăng theo do doanh thu tăng 59,7%. Như vậy, tốc độ tăng của giá vốn đã cao hơn tốc độ tăng của doanh thu làm cho lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp giảm. Chi phí tài chính, chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp năm 2017 so với năm 2016 vẫn duy trì tốc độ tăng với tỷ lệ tăng lần lượt là 50,4%, 36,8% và 4%. Doanh thu tăng; giá vốn, chi phí tài chính, chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp cũng tăng, đặc biệt tốc độ tăng của giá vốn cao hơn tốc độ tăng của doanh thu đã làm cho lợi nhuận của doanh nghiệp giảm 57,4. Biểu đồ 2.4 dưới đây cho thấy rõ nét sự biến động của chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp và chi phí hoạt động tại chính của Công ty.

Biểu đồ số 2.4: Biểu đồ phân tích chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp và chi phí tài chính của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017



(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC)

2.3. Phân tích hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017

2.3.1. Phân tích các chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lời

Bảng 2.3: Các chỉ tiêu phản ánh khả năng sinh lời của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 - 2017

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017
1. Doanh thu thuần	Triệu đồng	1.427.765	1.320.111	1.216.002	1.908.553
2. Lợi nhuận sau thuế	Triệu đồng	3.272	10.686	8.871	3.776
3. Tổng nguồn vốn bình quân	Triệu đồng	97.956	147.072	225.252	299.709
4. Vốn chủ sở hữu bình quân	Triệu đồng	33.106	37.879	43.625	54.839
5. Tỷ suất sinh lời trên tài sản (ROA) (5=2/3)	%	3,3	7,3	3,9	1,3
6. Tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu ROE (6=2/4)	%	9,9	28,2	20,3	6,9
7. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu ROS (7=2/1)	%	0,23	0,81	0,73	0,20

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC)

(1). Tỷ suất sinh lời trên tài sản (ROA).

Qua số liệu trên ta thấy, năm 2014, cứ 100 đồng đầu tư vào tài sản thì tạo ra 3,3 đồng lợi nhuận sau thuế; năm 2015, cứ 100 đồng đầu tư vào tài sản thì tạo ra 7,3 đồng lợi nhuận sau thuế; năm 2016, cứ 100 đồng đầu tư vào tài sản thì tạo ra 3,9 đồng lợi nhuận sau thuế và năm 2017; cứ 100 đồng đầu tư vào tài sản thì chỉ tạo ra 1,3 đồng lợi nhuận sau thuế. Như vậy, tỷ suất sinh lời trên tài sản là khá thấp đối với doanh nghiệp trong toàn bộ giai đoạn khảo sát.

So sánh giữa các năm thì Tỷ suất sinh lời trên tài sản giai đoạn 2014 – 2017 có sự biến động mạnh. Tỷ suất sinh lời trên tài sản năm 2014 là 3,3% tuy nhiên đến năm 2015 tăng lên 7,3%, đến năm 2016 giảm xuống 3,9% và kết thúc chu kỳ phân tích vào năm 2017 thì tỷ suất sinh lời trên tài sản chỉ đạt 1,3 % - thấp nhất trong 4 năm khảo sát. Đây là một dấu hiệu không tốt đối với doanh nghiệp.

(2). Tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu ROE

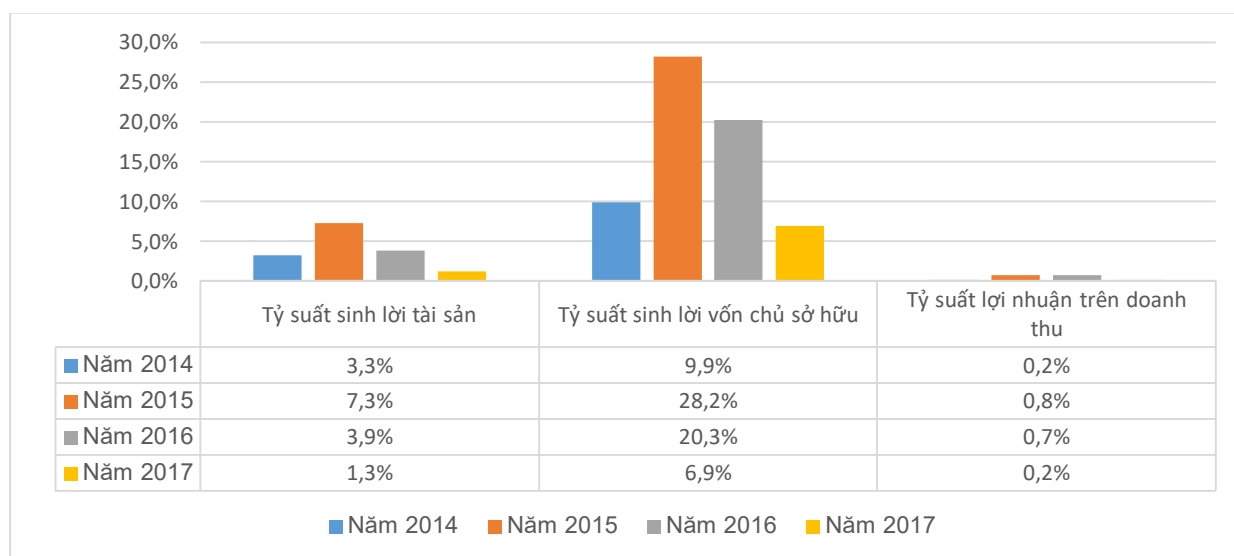
Tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu có sự biến động gần như tung tụt Tỷ suất sinh lời trên tài sản, đó là: Tăng trong giai đoạn từ năm 2014 đến 2015 từ 9,9% lên đến 28,2% và giảm xuống chỉ còn 6,9% vào năm 2017.

(3). Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu ROS

Trong kinh doanh, Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC cũng giống như các doanh nghiệp khác luôn mong muốn tạo ra doanh thu nhiều hơn để tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp. Tuy nhiên, mục tiêu cuối cùng của doanh nghiệp không phải là doanh thu mà là lợi nhuận sau thuế. Do vậy để tăng được lợi nhuận thì tốc độ tăng của doanh thu phải lớn hơn tốc độ tăng của chi phí. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu của công ty chiếm một tỷ lệ khá nhỏ trong giai đoạn từ năm 2014 – 2017. Kết quả này được thể hiện thông qua Bảng số liệu 2.3 như sau:

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu năm 2014 đạt 0,23% - điều này cho thấy cứ với 100 đồng doanh thu thì tạo ra được 0,23 đồng lợi nhuận sau thuế; năm 2015 đạt 0,81 % - điều này cho thấy cứ với 100 đồng doanh thu thì tạo ra được 0,81 đồng lợi nhuận sau thuế, năm 2016 đạt 0,73% - điều này cho thấy cứ với 100 đồng doanh thu thì tạo ra được 0,73 đồng lợi nhuận sau thuế và đến năm 2017 chỉ tiêu này chỉ ở mức 0,2% - điều này cho thấy cứ với 100 đồng doanh thu thì tạo ra được 0,2 đồng lợi nhuận sau thuế. Công ty là một đơn vị kinh doanh trong lĩnh vực thương mại nên tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu thường thấp hơn các lĩnh vực khác là một điều dễ hiểu. Tuy nhiên, với tỷ lệ trên còn khá khiêm tốn. Vì vậy, để tạo ra sự phát triển bền vững doanh nghiệp cần có những biện pháp để kiểm soát được chi phí.

Biểu đồ số 2.5: Biểu đồ về các Chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lời của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017



(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC)

2.3.2. Phân tích các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn.

2.3.2.1. Phân tích các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng tài sản.

**Bảng 2.4: Một số chỉ số về hiệu quả sử dụng tài sản của của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC
giai đoạn 2014 – 2017**

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017	Tốc độ tăng trưởng (%)		
							15/14	16/15	17/16
1	Doanh thu thuần	Triệu đồng	1.427.765	1.320.111	1.216.002	1.908.553	-7,5	-7,9	57,0
2	Lợi nhuận sau thuế	Triệu đồng	3.272	10.686	8.871	3.776	226,6	-17,0	-57,4
3	Tổng tài sản bình quân	Triệu đồng	97.956	147.072	225.252	299.709	50,1	53,2	33,1
4	Tài sản ngắn hạn bình quân	Triệu đồng	72.111	101.839	181.627	205.590	41,2	78,3	13,2
5	Tài sản dài hạn bình quân	Triệu đồng	25.845	45.234	43.625	94.120	75,0	-3,6	115,7
6	Sức sản xuất của tổng tài sản	Lần	14,58	8,98	5,40	6,37			
7	Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản	%	3,3	7,3	3,9	1,3			
8	Sức sản xuất của tài sản ngắn hạn	Lần	19,80	12,96	6,70	9,28			
9	Tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn	%	4,5	10,5	4,9	1,8			
10	Sức sản xuất của tài sản dài hạn	Lần	55,24	29,18	27,87	20,28			
11	Tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn	%	12,7	23,6	20,3	4,0			

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC)

(1). Chỉ tiêu tài sản bình quân.

Qua bảng số liệu 2.4 ta thấy tổng tài sản bình quân của doanh nghiệp đã tăng lên không ngừng từ 97.956 triệu đồng năm 2014 tăng lên 225.252 triệu đồng năm 2017, điều đó cho thấy doanh nghiệp đã quan tâm tới việc mở rộng quy mô hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Việc mở rộng đầu tư được thể hiện cả về chiều rộng cũng như chiều sâu:

- Đầu tư theo chiều rộng được thể hiện thông qua doanh nghiệp đã mở thêm các trạm xăng trên địa bàn thành phố Hà Nội, cụ thể:

+ Hoàn thiện đầy đủ các thủ tục pháp lý đưa một số cửa hàng xăng dầu vào sử dụng như: Cửa hàng xăng dầu Mai Dịch 1, Mai Dịch 2; Trạm cấp Đèn Lừ 2.

+ Thực hiện dự án đầu tư cửa hàng xăng dầu Tam Hiệp với diện tích 4.100 m² đã hoàn thành và đưa vào khai thác từ quý I năm 2017.

+ Thực hiện dự án đầu tư cửa hàng kinh doanh xăng dầu tại địa bàn huyện Đan Phượng với diện tích 3.300 m² đang thi công, dự kiến hoàn thành và đưa vào khai thác từ quý I năm 2018.

+ Hoàn thành sửa chữa, cải tạo, đầu tư trang thiết bị tại văn phòng Chi nhánh Hải Phòng, công trình 63 Tô Hiến Thành và số 1 Thi Sách. Mở chi nhánh thứ 4 tại Nghệ An

- Chiều sâu được thể hiện bằng việc doanh nghiệp đã thay thế một số trạm xăng mới hiện đại hơn. Một số phương tiện vận tải cũng được sửa chữa cải tạo, thay mới.

(2). Sức sản xuất của tổng tài sản: Năm 2014, với mỗi 1 đồng tài sản đầu tư vào sản xuất kinh doanh tạo ra được 14,58 đồng doanh thu thuần; năm 2015, với mỗi 1 đồng tài sản đầu tư vào sản xuất kinh doanh thì tạo ra được 8,98 đồng doanh thu thuần. Như vậy so với năm 2014, sức sản xuất của tổng tài sản năm 2015 đã giảm. Sự sụt giảm này tiếp tục xảy ra trong năm 2016 khi sức sản xuất của tài sản giảm xuống còn 5,4 lần. Tuy nhiên, sang đến năm 2017 thì sức sản xuất của tổng tài sản đã phục hồi trở lại. Sức sản xuất của tổng tài sản đã tăng lên thành 9,28 lần – với mỗi 1 đồng tài sản đầu tư vào sản xuất kinh doanh tạo ra được 9,28 đồng doanh thu thuần. Đây là một dấu hiệu tốt đối với doanh nghiệp trong tương lai.

(3). Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản:

Trong năm 2014, doanh nghiệp cứ bỏ ra 100 đồng đầu tư vào tài sản thì thu được 3,3 đồng lợi nhuận sau thuế. Năm 2015, doanh nghiệp cứ bỏ ra 100 đồng đầu tư vào tài sản thì thu được 7,3 đồng lợi nhuận sau thuế. Như vậy, Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản năm 2015 đã tăng so với năm 2014. So sánh Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản giữa năm 2016 với năm 2015 và giữa năm 2017 với năm 2016 lại cho ra kết quả hoàn toàn ngược lại, cụ thể: So với năm 2015, Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản năm 2016 đã giảm đi 3,3%, Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản năm 2017 so với năm 2016 đã giảm đi 2,7%. Tỷ suất sinh lời của tài sản giảm cho ta thấy hiệu quả sử dụng tổng tài sản của doanh nghiệp chưa hiệu quả. Điều này có thể do doanh nghiệp đang trong quá trình đầu tư mở rộng quy mô hoạt động nên hiệu quả đem lại còn chưa cao. Vì vậy, doanh nghiệp cần có những biện pháp cụ thể để khắc phục những tồn tại này.

(4). Sức sản xuất của tài sản ngắn hạn.

Sự biến động của sức sản xuất tài sản ngắn hạn có đường đi giống với đường đi của sức sản xuất tổng tài sản đó là: Giảm dần trong giai đoạn từ năm 2014 đến năm 2016 từ 19,8 lần xuống còn 6,7 lần và tăng trở lại vào năm 2017 là 9,28 lần. Tuy nhiên, sức sản xuất của tài sản ngắn hạn luôn cao hơn sức sản xuất của tài sản dài hạn.

(5). Tỷ suất sinh lời của ngắn hạn:

Trong năm 2015, doanh nghiệp cứ bỏ ra 100 đồng đầu tư vào tài sản ngắn hạn thì thu được 10,5 đồng lợi nhuận sau thuế. Đây là mức cao nhất trong 4 năm khảo sát. Năm 2017 là năm có Tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn thấp nhất – Doanh nghiệp cứ bỏ ra 100 đồng đầu tư vào tài sản ngắn hạn thì chỉ thu được 1,8 đồng lợi nhuận sau thuế. Đây là một kết quả không tốt đối với doanh nghiệp, doanh nghiệp đã không sử dụng tài sản ngắn hạn hiệu quả.

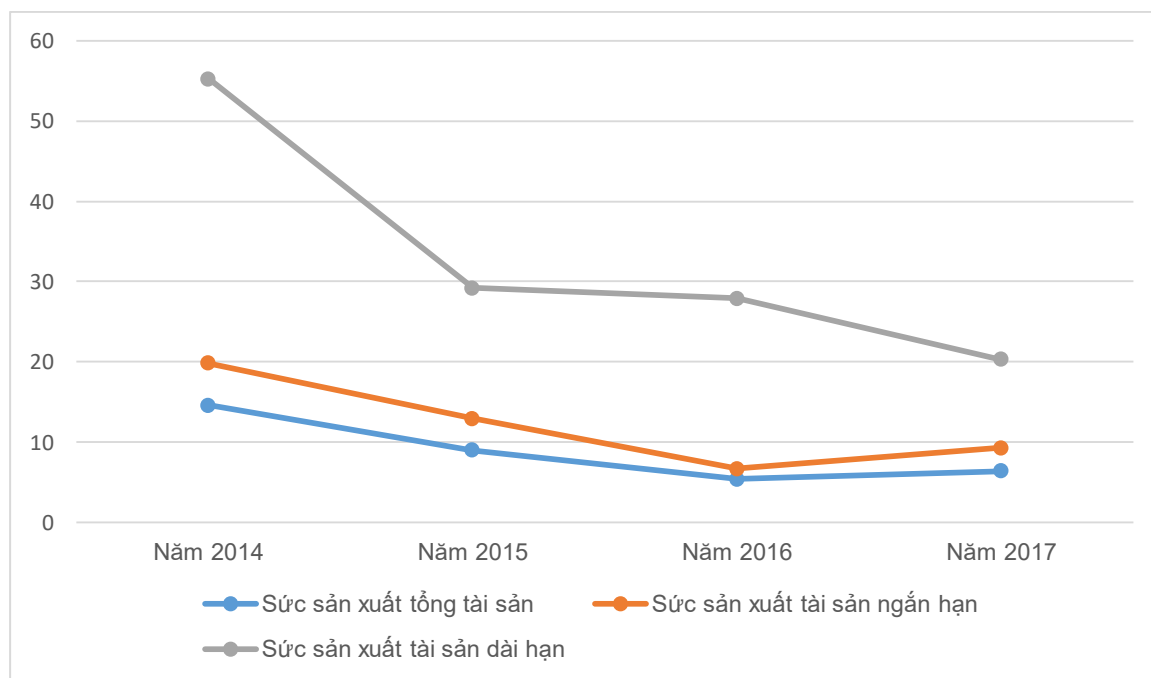
(6). Sức sản xuất của tài sản dài hạn:

Sức sản xuất của tài sản dài hạn giảm dần trong suốt thời kỳ khảo sát, cụ thể: Năm 2014, doanh nghiệp cứ đầu tư 100 đồng vào tài sản dài hạn thì thu được 55,24 đồng doanh thu thuần nhưng đến năm 2017 thì cứ đầu tư 100 đồng vào tài sản dài hạn thì chỉ thu được 20,28 đồng doanh thu thuần

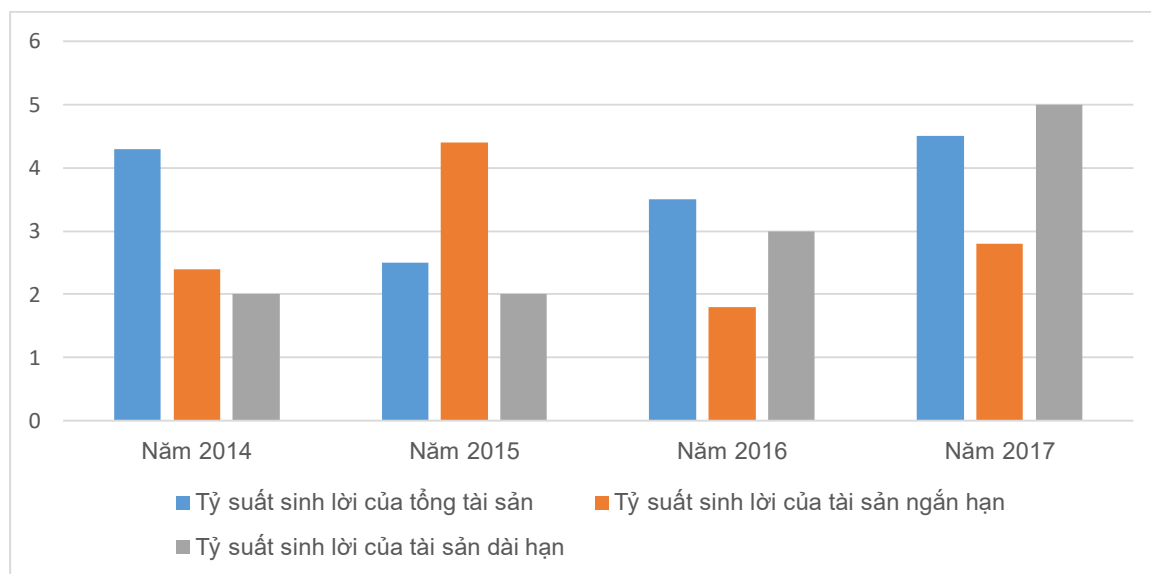
(7). Tỷ suất sinh lời của dài hạn:

Tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn luôn lớn hơn Tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn điều đó cho thấy doanh nghiệp sử dụng tài sản dài hạn hiệu quả hơn tài sản ngắn hạn.

Biểu đồ số 2.6: Biểu đồ phân tích Sức sản xuất của tài sản của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017



Biểu đồ số 2.7: Biểu đồ biểu diễn Tỷ suất sinh lời của tài sản của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017



2.3.3.2. Phân tích các chỉ tiêu về vốn chủ sở hữu.

Vốn chủ sở hữu là phần vốn góp của các chủ sở hữu doanh nghiệp nhằm phục vụ hoạt động kinh doanh. Bảng 2.5 dưới đây phân tích hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp giai đoạn 2014 -2017.

Bảng 2.5: Các chỉ số về hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu của của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017

T T	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017	Tốc độ tăng trưởng (%)		
							15/14	16/15	17/16
1	Doanh thu thuần	Triệu đồng	1.427.765	1.320.111	1.216.002	1.908.553	-7,5	-7,9	57,0
2	Lợi nhuận sau thuế	Triệu đồng	3.272	10.686	8.871	3.776	226,6	-17,0	-57,4
3	Vốn chủ sở hữu bình quân	Triệu đồng	33.106	37.879	43.625	54.839	14,4	15,2	25,7
4	Tỷ suất sinh lời của vốn chủ sở hữu	%	9,9	28,2	20,3	6,9			
5	Sức sản xuất vốn chủ sở hữu	Lần	43,13	34,85	27,87	34,80			

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC)

Qua phân tích bảng số liệu trên có thể thấy, vốn chủ sở hữu bình quân của doanh nghiệp tăng đều trong các năm từ 2014 đến 2017, đặc biệt năm 2017 tăng 25,7%. Vốn chủ sở hữu năm 2017 tăng là do doanh nghiệp huy động vốn từ phát hành cổ phiếu để đầu tư Dự án cửa hàng xăng dầu Tam Hiệp và Đan Phương với số vốn gần 40 tỷ đồng.

(1). Tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu:

Năm 2014, với 100 đồng vốn chủ sở hữu tạo ra được 9,9 đồng lợi nhuận sau thuế; năm 2015, với 100 đồng vốn chủ sở hữu tạo ra 28,2 đồng lợi nhuận sau thuế. Như vậy, Tỷ suất sinh lời của vốn chủ sở hữu năm 2015 đã tăng so với năm 2014. Tuy nhiên, đến năm 2016 thì tỷ suất sinh lời của vốn chủ sở hữu là 20,3% (100 đồng vốn chủ sở hữu tạo ra 20,3 đồng lợi nhuận sau thuế) và năm 2017 giảm xuống còn 6,9% (100 đồng vốn chủ sở hữu chỉ tạo ra 6,9 đồng lợi nhuận sau thuế). Kết quả trên cho thấy hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp đã giảm đáng kể. Đây là một xu hướng không tốt đối với doanh nghiệp.

(2) Đối với chỉ tiêu sức sản xuất của vốn chủ sở hữu:

Năm 2015, cứ 1 đồng vốn chủ sở hữu tạo ra 34,85 đồng doanh thu thuần. Sức sản xuất của vốn chủ sở hữu năm 2015 đã giảm so với năm 2014. Năm 2016, mỗi đồng vốn chủ sở hữu tạo ra 28,87 đồng doanh thu thuần. Sức sản xuất của vốn chủ sở hữu năm 2016 đã giảm so với năm 2015. Năm 2017, mỗi đồng vốn chủ sở hữu tạo ra 34,80 đồng doanh thu thuần. Như vậy, sức sản xuất của vốn chủ sở hữu năm 2017 tăng so với năm 2016. Sức sản xuất của vốn chủ sở hữu tăng trở lại được xem là dấu hiệu tốt của doanh nghiệp.

2.3.3. Phân tích các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng chi phí

**Bảng 2.6: Các chỉ số về hiệu quả sử dụng chi phí của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC
giai đoạn 2014 – 2017**

T T	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017	Tốc độ tăng trưởng (%)		
							15/14	16/15	17/16
1	Doanh thu thuần	Triệu đồng	1.427.765	1.320.111	1.216.002	1.908.553	-7,5	-7,9	57,0
2	Lợi nhuận sau thuế	Triệu đồng	3.272	10.686	8.871	3.776	226,6	-17,0	-57,4
3	Tổng chi phí	Triệu đồng	1.422.460	1.303.481	1.197.922	1.889.427	-8,4	-8,1	57,7
4	Tỷ suất sinh lời của tổng chi phí	%	0,2	0,8	0,7	0,2			
5	Sức sản xuất của tổng chi phí	Lần	1,004	1,013	1,015	1,010			

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC)

(1). Tỷ suất sinh lời của chi phí

Qua phân tích bảng 2.5 có thể thấy, tổng chi phí của doanh nghiệp giảm đều trong các năm, từ năm 2014 đến 2016. Năm 2017, tổng chi phí tăng 691.505 triệu đồng, tương đương tăng 58%. Xu hướng trên là hợp lý bởi khi doanh thu giảm thì chi phí giảm doanh thu tăng thì chi phí tăng. Tuy nhiên, ta cần xem tốc độ tăng, giảm của chi phí có lớn hơn tốc độ tăng, giảm của doanh thu không.

(1). Tỷ suất sinh lời tổng chi phí:

Năm 2014, với 100 đồng chi phí tạo ra 0,2 đồng lợi nhuận sau thuế; năm 2015, với 100 đồng tổng chi phí tạo ra 0,8 đồng lợi nhuận sau thuế. Như vậy, Tỷ suất sinh lời của chi phí năm 2015 đã tăng so với năm 2014 là 0,6%. Tuy nhiên, đến năm 2016 thì tỷ suất sinh lời của tổng chi phí giảm xuống còn 0,7% và năm 2017 chỉ là 0,2%. Kết quả trên cho thấy hiệu quả sử dụng chi phí của doanh nghiệp đã giảm đáng kể trong năm 2017. Điều này cho thấy doanh nghiệp đã không sử dụng hiệu quả chi phí; đây là một xu hướng không tốt đối với doanh nghiệp trong tương lai.

(2). Đối với sức sản xuất của chi phí:

Năm 2015, cứ 1 đồng chi phí tạo ra 1,013 đồng doanh thu thuần. Sức sản xuất của chi phí năm 2015 đã tăng so với năm 2014 là 0,009 lần. Năm 2016, mỗi đồng chi phí tạo ra 1,015 đồng doanh thu thuần. Sức sản xuất của chi phí năm 2016 đã tăng so với năm 2015 là 0,002 lần. Tuy nhiên, năm 2017, mỗi đồng chi phí chỉ tạo ra 1,01 đồng doanh thu thuần. Sức sản xuất của chi phí năm 2017 giảm so với năm 2016 là 0,005 lần. Sức sản xuất của chi phí năm 2017 giảm được xem là dấu hiệu không tốt của doanh nghiệp.

2.3.4. Phân tích các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động

Các chỉ tiêu về lao động cho ta thấy được cơ cấu lao động của doanh nghiệp như thế nào ?, cơ cấu đó có hợp lý hay không?. Việc sử dụng lao động của doanh nghiệp có hiệu quả hay không ?.

Việc phân công lao động không hợp lý sẽ gây ra lãng phí nguồn lao động, người lao động không được làm việc đúng chuyên môn sẽ gây ra tâm lý chán nản, tinh thần làm việc uể oải, kém hiệu quả. Nếu tổ chức lao động tốt sẽ khuyến khích

người lao động phát huy sở trường, các bộ phận hoạt động hăng say hơn, năng suất lao động cao hơn. Dưới đây bảng 2.7 phân tích tình hình lao động của doanh nghiệp:

**Bảng 2.6: Cơ cấu lao động Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC
giai đoạn 2014 – 2017**

Chỉ tiêu	Năm 2014		Năm 2015		Năm 2016		Năm 2017		Tốc độ tăng trưởng (%)		
	Số lượng	%	Số lượng	%	Số lượng	%	Số lượng	%	15/14	16/15	17/16
Tổng số lao động	842	100	991	100	1.126	100	1.565	100	17,7	13,6	39,0
1. Theo trình độ											
Đại học	358	43	398	40	442	39	552	35	11,2	11,1	24,9
Cao đẳng - Trung cấp	401	48	510	51	564	50	809	52	27,2	10,6	43,4
Phổ thông	83	10	83	8	120	11	204	13	0,0	44,6	70,0
2. Theo giới tính											
Nam	496	59	662	67	695	62	987	63	33,5	5,0	42,0
Nữ	346	41	329	33	431	38	578	37	-4,9	31,0	34,1
3. Theo tính chất lao động											
Trực tiếp	582	69	696	70	788	70	1.113	71	19,6	13,2	41,2
Gián tiếp	260	31	295	30	338	30	452	29	13,5	14,6	33,7

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC)

**Bảng 2.8: Các chỉ số về hiệu quả sử dụng lao động của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC
giai đoạn 2014 – 2017**

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017	Tốc độ tăng trưởng (%)		
						15/14	16/15	17/16
Doanh thu thuần	Triệu đồng	1.427.765	1.320.111	1.216.002	1.908.553	-7,5	-7,9	57,0
Lợi nhuận sau thuế	Triệu đồng	3.272	10.686	8.871	3.776	226,6	-17,0	-57,4
Tổng số lao động	Lao động	842	991	1.126	1.565	17,7	13,6	39,0
Tỷ suất sinh lời của lao động	Triệu đồng/lao động	3,9	10,8	7,9	2,4			
Sức sản xuất của lao động	Triệu đồng/lao động	1.696	1.332	1.080	1.220			

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC)

Qua phân tích bảng số liệu 2.6 trên có thể thấy tổng số lao động tăng dần qua các năm, cụ thể:

Năm 2015 số lao động của công ty tăng 17,7% so với năm 2014. Năm 2016 số lao động của công ty so với năm 2015 tăng 13,6%. Năm 2017 số lao động của công ty tăng 39%. Số lao động của công ty tăng trong các năm là do doanh nghiệp đã không ngừng mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh. Để thực hiện kế hoạch sản xuất công ty đã tuyển dụng thêm nhiều lao động mà đặc biệt là năm 2017 công ty mở thêm chi nhánh tại tỉnh Nghệ An và sửa chữa, nâng cấp, mở rộng chi nhánh tại thành phố Hải Phòng. Số lao động có trình độ đại học, cao đẳng, trung cấp luôn chiếm tỷ trọng lớn.

Tuy nhiên, do đặc thù hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh xăng dầu nên số lao động phổ thông cũng chiếm một tỷ lệ nhất định. Số lao động nam luôn chiếm tỷ trọng lớn hơn lao động nữ trong các năm.

So sánh giữa số lao động gián tiếp với số lao động trực tiếp thì ta thấy tỷ lệ lao động gián tiếp luôn nhỏ hơn lao động trực tiếp. Tuy nhiên, số lao động phục vụ cho hoạt động quản lý vẫn lớn, tính hiệu quả chưa cao.

Sức sản xuất của lao động có sự sụt giảm đáng kể ở giai đoạn từ năm 2014 đến năm 2016, cụ thể:

Sức sản xuất của lao động năm 2014 là 1.696 triệu đồng/lao động nhưng đến năm 2015 giảm xuống còn 1.332 triệu đồng/lao động. Như vậy, so sánh sức lao động giữa năm 2015 với năm 2014 thì sức lao động của Công ty đã giảm 364 triệu đồng/ người. Sang đến năm 2016 thì sức lao động của công ty tiếp tục giảm, giảm xuống còn 1.080 triệu đồng/ người, so với năm 2015. Ngược với xu hướng trên, sức lao động năm 2017 so với năm 2016 đã tăng 13%. Như vậy, sức sản xuất của lao động năm 2017 đã tăng, kết quả này được xem là xu hướng tích cực của doanh nghiệp. Vì năng suất lao động của doanh nghiệp đã tăng lên, điều đó đồng nghĩa với việc hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp sẽ tăng.

2.3.5. Phân tích các chỉ tiêu khái quát về tình hình tài chính

Bảng 2.9: Một số chỉ tiêu tài chính khác của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017

S TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017
1	Hệ số thanh toán tổng quát	Lần	1,51	1,35	1,24	1,22
2	Hệ số thanh toán ngắn hạn	Lần	1,16	1,03	1,09	0,88
3	Hệ số thanh toán nhanh	Lần	0,83	0,88	0,93	0,83
4	Hệ số thanh toán lãi vay	Lần	3,19	4,11	2,32	1,44
5	Hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu	Lần	1,96	2,88	4,16	4,47
6	Hệ số vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản	Lần	0,34	0,26	0,19	0,18
7	Số vòng quay hàng tồn kho	Vòng	228	112	80	147
8	Số ngày của vòng quay hàng tồn kho	Ngày	1,6	3,2	4,5	2,4
9	Số vòng quay nợ phải thu	Vòng	23,7	16,4	9,9	11,3
10	Số ngày của vòng quay nợ phải thu	Ngày	15,2	21,9	36,4	31,9

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC)

(1). Các Hệ số thanh toán

+ Hệ số thanh toán tổng quát.

Qua bảng số liệu ta thấy Hệ số thanh toán tổng quát của công ty đều lớn hơn 1, cụ thể: Hệ số thanh toán tổng quát từ năm 2014 đến năm 2017 lần lượt là: 1,51 - 1,35 - 1,24 - 1,22. Xét về mặt lý thuyết, điều đó cho thấy công ty có thể sử dụng tài sản của mình để thanh toán các khoản nợ ngắn hạn cũng như dài hạn. Tuy nhiên, xét về thực tế hệ số trên tương đối thấp đối với doanh nghiệp. Bởi để có thể hoạt động bền vững mà không ảnh hưởng bởi áp lực thanh toán thì hệ số này phải từ 2 trở lên.

Xét sự biến động trong giai đoạn từ năm 2014 đến năm 2017 thì ta thấy Hệ số thanh toán tổng quát đã giảm đều qua các năm. Cụ thể:

Năm 2015 so với năm 2014 thì Hệ số thanh toán tổng quát giảm xuống còn 1,35 lần, năm 2016 so với năm 2015 thì Hệ số thanh toán tổng quát vẫn tiếp tục giảm xuống còn 1,24 lần, năm 2017 so với năm 2016 thì Hệ số thanh toán giảm xuống chỉ còn 1,22 lần. Hệ số thanh toán tổng quát của công ty giảm thể

hiện tính thanh khoản của công ty giảm, đây là dấu hiệu không tốt đối với doanh nghiệp trong tương lai.

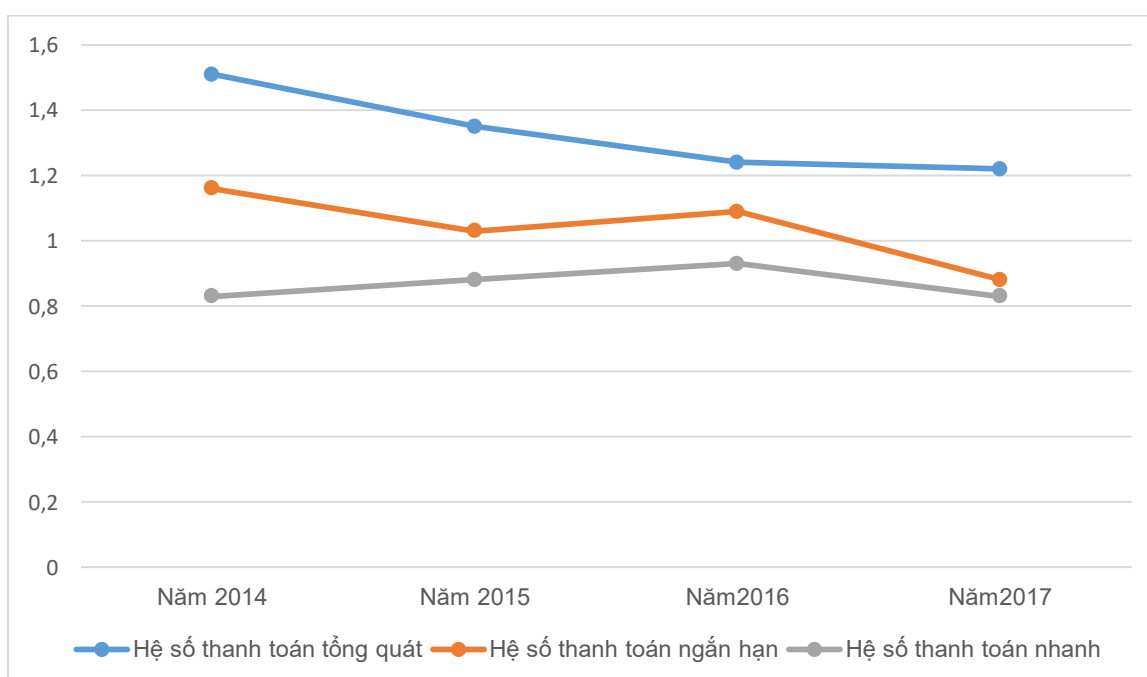
+ *Hệ số thanh toán ngắn hạn.*

Hệ số thanh toán ngắn hạn của công ty trong các năm 2014, 2015, 2016 đều lớn hơn 1, điều đó cho thấy trong các năm này Công ty đều có khả năng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn bằng tài sản ngắn hạn của mình. Tuy nhiên, Hệ số thanh toán ngắn hạn năm 2017 chỉ là 0,88. Điều đó cho thấy doanh nghiệp không có khả năng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn bằng nguồn lực tài sản của mình, làm ảnh hưởng đến uy tín của doanh nghiệp.

+ *Hệ số thanh nhanh.*

Hệ số thanh toán nhanh của doanh nghiệp trong giai đoạn này đều nhỏ hơn 1, cụ thể: Năm 2014 là: 0,83, năm 2015 là 0,88, năm 2016 là 0,93, năm 2017 là 0,83. Như vậy, Hệ số thanh toán nhanh trong suốt thời kỳ khảo sát của doanh nghiệp đều nhỏ hơn 1. Đây là một dấu hiệu không tốt bởi khi cần vốn nhanh để thanh toán các khoản nợ ngắn hạn thì doanh nghiệp không đảm bảo được. Xét về sự biến động thì ta thấy chỉ tiêu này không có sự biến động nhiều giữa các năm.

Biểu đồ số 2.8: Biểu đồ biểu diễn hệ số thanh toán của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014-2017



(2). Hệ số thanh toán lãi vay.

Hệ số thanh toán lãi vay của công ty từ năm 2014 đến năm 2017 lần lượt là: 3,19 – 4,11 – 2,32 – 1,44. Hệ số thanh toán lãi vay của công ty đều lớn hơn 1 điều đó cho thấy công ty hoàn toàn có khả năng thanh toán các khoản lãi vay cho ngân hàng và các tổ chức tín dụng khác. Hệ số thanh toán lãi vay năm 2017 là thấp nhất là do năm 2017 công ty phải trả lãi cho các khoản vay ngắn hạn ngân hàng phát sinh trong cuối năm 2016.

(3). Hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu.

Hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu tăng liên tục trong suốt giai đoạn từ năm 2014 đến năm 2017 (tăng từ 1,96 lên 4,47). Hệ số này dùng để so sánh mối quan hệ tương quan giữa nợ phải trả và vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp. Số liệu trên cho thấy tỷ lệ vốn chủ sở hữu ngày càng giảm trong khi tỷ lệ nợ phải trả ngày càng tăng thêm.

(4). Hệ số vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản.

Đây là chỉ tiêu phản ánh mức độ độc lập về mặt tài chính. Qua bảng số liệu trên ta thấy khả năng tự đảm bảo về mặt tài chính hay nói một cách khác là mức độ độc lập về mặt tài chính của doanh nghiệp là rất thấp. Năm 2014, trong tổng tài sản của doanh nghiệp, nguồn vốn chủ sở hữu chỉ chiếm 34%, năm 2015 giảm xuống còn 26%, sang năm 2016 tiếp tục giảm xuống còn 19% và kết thúc thời kỳ khảo sát thì vốn chủ sở hữu chỉ chiếm 18%. Như vậy, sự sụt giảm liên tục của Hệ số vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản qua các năm cho thấy mức độ độc lập về tài chính của doanh nghiệp giảm. Đây là một dấu hiệu không tốt đối với doanh nghiệp, doanh nghiệp cần có biện pháp để khắc phục tồn tại này.

(5). Các chỉ tiêu hoạt động.

+ Số vòng quay hàng tồn kho và số ngày của vòng quay hàng tồn kho.

Do đặc thù là doanh nghiệp thương mại kinh doanh trong lĩnh vực xăng dầu nên số vòng quay hàng tồn kho tương đối lớn. Tuy nhiên, số vòng quay của hàng tồn kho giảm mạnh trong giai đoạn từ năm 2014 đến năm 2016 kéo theo số ngày của một vòng quay hàng tồn kho tăng lên, Cụ thể: số vòng quay hàng tồn kho năm 2014 là 228 vòng/năm, số ngày một vòng quay hàng tồn kho

là 1,6 ngày/vòng. Năm 2014 có số vòng quay hàng tồn kho cao nhất do trong năm này có hoạt động bán giao tay ba chiếm tỷ lệ rất lớn. Năm 2015 số vòng quay của hàng tồn kho là 112 vòng/năm, số ngày một vòng quay hàng tồn kho là 3,2 ngày/vòng; năm 2016 là 80 vòng/năm, số ngày một vòng quay hàng tồn kho là 4,5 ngày/vòng. Rõ ràng trong giai đoạn này, hàng tồn kho tăng đã làm cho số vòng quay của hàng tồn kho giảm khiến cho khả năng luân chuyển hàng tồn kho giảm, từ đó làm tăng hiện tượng ứ đọng vốn, giảm hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Tuy nhiên, năm 2017 số vòng quay hàng tồn kho là: 147 vòng/năm, số ngày một vòng quay hàng tồn kho là 2,4 ngày/vòng, điều đó cho thấy hiện tượng ứ đọng hàng tồn kho đang dần được khắc phục, đây là dấu hiệu tốt cho doanh nghiệp trong năm tiếp theo.

+ *Số vòng quay nợ phải thu và số ngày của vòng quay nợ phải thu.*

Số vòng quay của nợ phải thu cũng có sự biến động tương tự số vòng quay hàng tồn kho, cụ thể: giảm giảm mạnh trong giai đoạn từ năm 2014 đến năm 2016 kéo theo số ngày của một vòng quay nợ phải thu tăng lên. Rõ ràng trong giai đoạn này, nợ phải thu giảm nhanh chóng mà đỉnh điểm là vào năm 2016 số vòng quay của nợ phải thu giảm còn 9,9 vòng/năm, điều này cho thấy khả năng thu hồi vốn của doanh nghiệp là không hiệu quả. Doanh nghiệp bị khách hàng chiếm dụng vốn nhiều trong khi doanh nghiệp thiếu vốn phải đi vay ở bên ngoài, điều này làm giảm hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Tuy nhiên, năm 2017 số vòng quay nợ phải thu là: 11,3 vòng/năm, số ngày một vòng quay nợ phải thu là 31,9 ngày/vòng. Điều đó cho thấy khả năng thu hồi vốn của doanh nghiệp đã tốt hơn, đây là dấu hiệu tốt trong công tác thu hồi vốn của doanh nghiệp.

2.4. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 - 2017.

Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC chưa thực sự tốt trong giai đoạn nghiên cứu có thể được chia thành hai nhóm đó là nhóm các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp và nhóm các nhân tố bên trong doanh nghiệp.

❖ *Các nhân tố thuộc môi trường bên trong*

Một yếu tố rất quan trọng quyết định hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC là yếu tố con người, đây là yếu tố quan trọng hàng đầu để đảm bảo thành công. Có thể thấy rằng, một doanh nghiệp có dây chuyền sản xuất với công nghệ hoàn thiện, máy móc tối tân cũng do con người chế tạo ra, thiết bị hiện đại cũng phải phù hợp với trình độ tổ chức, trình độ kỹ thuật, trình độ sử dụng máy móc của người lao động nhưng thiếu những người lao động lành nghề điều khiển hoạt động sản xuất thì doanh nghiệp đó cũng không thể vận hành được. Lực lượng lao động có thể sáng tạo ra công nghệ, kỹ thuật mới và đưa vào sử dụng tạo ra tiềm năng lớn cho việc nâng cao hiệu quả kinh doanh. Lực lượng lao động ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất lao động, trình độ sử dụng các nguồn lực khác... và tác động trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Tài sản vô hình của một doanh nghiệp chính là nguồn nhân lực. Nhưng trong giai đoạn vừa qua, Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC chưa chú trọng đến quá trình phát triển nguồn nhân lực, chưa có chế độ đãi ngộ phù hợp để thu hút các cá nhân có năng lực...

Ngoài yếu tố con người, vốn là một trong những yếu tố ảnh hưởng lớn đến hoạt động của công ty. Vốn của công ty luôn trong tình trạng thiếu trong những năm gần đây. Để đảm bảo vốn cho quá trình hoạt động kinh doanh, Công ty đã phải vay vốn từ ngân hàng (chủ yếu là vốn vay ngắn hạn). Hàng năm, công ty phải dành ra một khoản chi phí nhất định để thanh toán lãi cho các khoản vay này. Bên cạnh đó, do không huy động được vốn vay dài hạn nên một phần vốn vay ngắn hạn lại được đầu tư vào dài hạn. Điều này sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến cân cân thanh toán của doanh nghiệp.

Trong thời đại ngày nay, cùng với sự phát triển của khoa học kỹ thuật, công nghệ ngày càng có ảnh hưởng to lớn đến các hoạt động của doanh nghiệp có chỗ đứng trên thị trường, có khả năng cạnh tranh. Tuy nhiên, dây chuyền công nghệ tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC chưa được cải thiện, không theo kịp sự phát triển công nghệ của các công ty khác cùng ngành. Do đó, không giúp công ty có

thể đáp ứng các nhu cầu phong phú của thị trường. Hay nói các khác công nghệ là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của công ty.

Trình độ quản lý, quản trị doanh nghiệp trong giai đoạn vừa qua cũng chưa thật sự đem lại hiệu quả cao, vẫn chưa xác định được hướng đi đúng đắn trong một môi trường kinh doanh ngày càng biến động. Đây một trong những nhân tố quan trọng nhất quyết định sự thành công hay thất bại của một doanh nghiệp. Đội ngũ các nhà quản trị mà đặc biệt là các nhà quản trị cao cấp lãnh đạo doanh nghiệp bằng phẩm chất và tài năng của mình có vai trò và ảnh hưởng quyết định đến sự thành đạt của một công ty. Kết quả và hiệu quả hoạt động của quản trị doanh nghiệp đều phụ thuộc rất lớn vào trình độ chuyên môn của đội ngũ các nhà quản trị cũng như cơ cấu tổ chức bộ máy quản trị doanh nghiệp.

Chính những yếu tố này đã làm cho chi phí hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty khá cao. Là đơn vị có bề dày lịch sử nên trong điều kiện hiện tại, Công ty vẫn còn ảnh hưởng một phần việc quản lý bộ máy lao động công kênh. Trong những năm gần đây và tiếp theo, Công ty tiếp tục đầu tư cơ sở vật chất, hạ tầng để thực hiện tốt nhất nhiệm vụ giao nên tổng tài sản tăng cao, từ đó chi phí khấu hao tài sản cũng lớn. Việc quản trị nhân lực và đào tạo nhân lực chưa thực sự ưu việt nên còn đôi chỗ lãng phí.

Bên cạnh đó các khoản phải thu tăng và ở mức độ cao là do phương thức thanh toán chưa hợp lý. Với mục đích tiêu thụ hàng hóa trong điều kiện cạnh tranh ngày càng gay gắt. Công ty buộc phải áp dụng chính sách bán chịu để thu hút khách hàng nhưng chưa tính toán lựa chọn phương án kinh tế tối ưu giữa việc sử dụng phương án vay nợ ngân hàng để tài trợ các khoản phải thu với chính sách chiết khấu thanh toán cho khách hàng thanh toán sớm tiền hàng.

❖ *Nhóm các nhân tố thuộc môi trường bên ngoài*

Nhân tố môi trường bên ngoài làm giảm hiệu quả trong hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC trong thời gian qua chủ yếu là do giá. Ngành xăng dầu, xét từ nhiều góc độ, là một ngành hàng quan trọng mà cho đến nay vẫn chịu sự quản lý trực tiếp của Nhà nước. Giá dầu có xu hướng tăng lên trong thời gian qua do sự hạn chế của cung. Giá xăng dầu trong nước năm 2017

đã nhiều lần phải điều chỉnh tăng nên làm cho doanh thu tăng cao, nhưng bên cạnh đó, giá vốn của các mặt hàng mặt hàng xăng dầu cũng tăng cao, và theo kết quả tính toán, tốc độ tăng của giá vốn cao hơn tốc độ tăng của doanh thu, làm cho lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh các mặt hàng xăng dầu bị giảm sút.

Ngoài yếu tố giá cả thì sự biến động của thị trường cũng ảnh hưởng khá lớn đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Nhân tố thị trường bao gồm thị trường đầu vào và thị trường đầu ra của doanh nghiệp, là yếu tố quyết định quá trình tái sản xuất mở rộng của doanh nghiệp. Thị trường đầu vào cung cấp các yếu tố cho quá trình sản xuất như nguyên vật liệu, máy móc thiết bị... nên nó tác động trực tiếp đến giá thành sản phẩm, tính liên tục và hiệu quả của quá trình sản xuất. Thị trường đầu ra quyết định doanh thu của công ty trên cơ sở chấp nhận hàng hoá, dịch vụ của doanh nghiệp, quyết định tốc độ tiêu thụ, tạo vòng quay vốn nhanh hay chậm, từ đó tác động đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Do thị trường xăng dầu trên thế giới biến động theo các chiều hướng khác nhau, Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC không kiểm soát được hướng thay đổi của thị trường nên không thể đưa ra chiến lược dự trữ hàng tồn kho. Do vậy, khi giá cả của mặt hàng này trên thế giới biến động không ngừng sẽ tác động mạnh, trực tiếp đến lợi nhuận của công ty, cụ thể, làm cho giá vốn hàng bán tăng, lợi nhuận từ kinh doanh xăng dầu giảm. Bên cạnh đó, nhân tố này có tác động đến chiến lược kinh doanh của công ty. Việc phân tích thị trường là quá trình phân tích các thông tin về các yếu tố cấu thành thị trường để tìm hiểu quy luật vận động và những nhân tố ảnh hưởng đến thị trường.

Nhân tố luật pháp, thể chế cũng là một yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Từ một doanh nghiệp nhà nước chuyên đổi thành công ty cổ phần, hoạt động của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC chịu sự điều chỉnh và chịu ảnh hưởng của các luật, nghị định, thông tư hướng dẫn... liên quan đến công ty cổ phần, chứng khoán và thị trường chứng khoán. Tuy nhiên thị trường chứng khoán và quá trình cổ phần hoá các doanh nghiệp ở Việt Nam là một lĩnh vực mới mẻ, luật và các văn bản về vấn đề này đang trong quá trình hoàn thiện và còn rất nhiều vấn đề cần sửa đổi cho phù hợp với điều kiện thị trường chứng

khoản nước ta. Do đó, rủi ro về việc sửa chữa, thay đổi của các quy định từ các cơ quan quản lý Nhà nước là tất yếu và không thể tránh khỏi.

2.5. Đánh giá chung về kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 - 2017

Qua việc đánh giá khái quát hoạt động kinh doanh của Công ty, Chỉ tiêu tài chính về kết quả kinh doanh và qua phân tích hiệu quả kinh doanh của Công ty giai đoạn 2014 – 2017, ta thấy được tình hình hoạt động và hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC. Từ đó thấy được những mặt đạt được và hạn chế của Công ty:

2.5.1. Những mặt đạt được:

Trong thời gian qua, mặc dù gặp phải không ít những khó khăn và thách thức, từ thị trường trung của các hiệp định song phương giữa Việt Nam và chính phủ nước ngoài, từ sự tập trung của thị trường nhập khẩu, sự tăng trưởng của số lượng các thương nhân phân phối dẫn đến sự cạnh tranh ngành xăng dầu ngày càng khốc liệt nhưng công ty vẫn đạt được kết quả đáng kể nhờ đưa ra phương án kinh doanh hợp lý, 4 năm liền công ty làm ăn luôn có lãi. Công ty đã tạo được niềm tin đối với khách hàng. Công ty đã bước đầu khẳng định được chỗ đứng trong lĩnh vực kinh doanh của mình. Công ty đã biết nắm bắt những ưu điểm để thu được hiệu quả kinh doanh như mong muốn, những kết quả đạt được đó là:

- Nhờ sự chỉ đạo sáng suốt và kịp thời, phương án kinh doanh hợp lý của Hội đồng quản trị và Ban giám đốc đã góp phần củng cố khối đoàn kết nhất trí cao cho các đơn vị trong toàn Công ty, nâng cao ý thức trách nhiệm của các cá nhân trong công việc.

- Các hoạt động của công ty luôn tuân thủ đúng Luật doanh nghiệp, Luật chứng khoán, Điều lệ công ty, các quy định có liên quan và chấp hành đúng Nghị quyết của Đại hội đồng của công ty và Nghị quyết của Hội đồng quản trị. Hoạt động công bố thông tin của công ty cũng tuân thủ theo đúng quy định liên quan áp dụng cho doanh nghiệp cổ phần đại chúng.

- Thực hiện cải tiến, nâng cấp hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn IS 9001:2015 và đã được trung tâm chứng nhận phù hợp chất lượng – Quacert đánh giá và cấp chứng nhận.

- Hoàn thành xây dựng và đưa vào hoạt động các cửa hàng, trạm cấp Mai Dịch 1, Mai Dịch 2, Đền Lừ 2, Tam Hiệp; hoàn thành việc đàm phán và giải phóng mặt bằng dự án cửa hàng xăng dầu Đan Phượng.

- Nâng cấp khu văn phòng làm việc tại chi nhánh Hải Phòng, tiến hành sửa chữa và cải tạo công trình số 63 Tô Hiến Thành và số 1 Thi Sách chuẩn bị các hoạt động kinh doanh cho thời gian tới.

- Đào tạo nội bộ về chuyên môn, kỹ năng cho cán bộ công nhân viên đã được thực hiện thường xuyên, xuyên suốt từ các ban chuyên môn công ty đến các đơn vị, chi nhánh xí nghiệp. Đặc biệt quy định 5 bước giao dịch với khách hàng đã được xây dựng, treo tại tất cả các cửa hàng và hướng dẫn toàn bộ đến cán bộ công nhân viên bán hàng trực tiếp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, tạo niềm tin với khách hàng.

Quy trình bán hàng 5 bước tại CHXD HFC

Bước 1: Hướng dẫn khách hàng vào vị trí, chào hỏi và xác nhận nhu cầu của khách hàng.

Bước 2: Mời khách hàng xác nhận màn hình cột bơm đang ở số "0".

Bước 3: Bơm hàng đúng, đủ theo yêu cầu của khách hàng.

Bước 4: Mời khách hàng xác nhận màn hình cột bơm trước khi thanh toán.

Bước 5: Nhận và xác nhận số tiền, cảm ơn khách hàng

- Đáp ứng yêu cầu phát triển của công ty cả về chiều rộng và chiều sâu, Ban điều hành cùng các ban chuyên môn xây dựng và hoàn thiện các quy chế phân cấp và quản lý chuyên môn theo ngành dọc, quy chế quản lý và đánh giá chỉ số hiệu quả công việc chính, quy chế hoạt động của các đơn vị, bộ mô tả chức danh công việc và định biên nhân sự.

- Công ty luôn hoàn thành nghĩa vụ ngân sách đối với nhà nước. Đóng đầy đủ và đúng thời gian quy định. Hàng năm nộp thuế trăm tỷ đồng. Công ty đang hoàn toàn có khả năng phát triển hơn nữa. Sự phát triển của công ty không chỉ góp phần làm tăng nguồn ngân sách cho nhà nước mà còn góp phần

giải quyết việc làm cho lao động các tỉnh, thành phố mà công ty đang hoạt động. Công ty tiếp tục phấn đấu nộp ngân sách nhiều hơn nữa trong những năm tới để khẳng định vị trí và vai trò của mình trong nền kinh tế.

- Với mục tiêu tiến tới “*Doanh nghiệp vì cộng đồng*”, đời sống của người lao động đã được quan tâm, thu nhập của người lao động được ổn định và tăng cao, năm sau luôn cao hơn năm trước; Tiếp tục cùng với các đoàn thể ban điều hành đã xây dựng “*Hòm từ Thiện*” tại tất cả các địa điểm văn phòng và kinh doanh của công ty, với số tiền thu được từ các “*Hòm từ Thiện*”, Đại diện ban điều hành đã đến những nơi khó khăn ủng hộ cho các gia đình nghèo, gia đình chính sách.

2.5.2. Những mặt còn hạn chế

Qua tìm hiểu, có thể nhận thấy một số tồn tại, hạn chế cần thiết phải khắc phục để Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC có thể hoàn thiện hoạt động của mình, được thể hiện như sau:

- Từ các số liệu và phân tích về doanh thu của công ty cho thấy doanh của công ty tăng liên tục qua các năm nhưng doanh thu của công ty chưa thực sự đạt được mức như mong muốn; tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu rất thấp chưa năm nào vượt 1%. Điều này cho thấy tuy có nhiều lợi thế về cơ sở vật chất nhưng công ty chưa thích ứng kịp thời với những biến động của thị trường, chưa có các chính sách phù hợp. Để nâng cao hiệu quả kinh doanh thì công ty cần tìm giải pháp để tăng doanh thu, trong đó cần ưu tiên cho bán lẻ để đạt doanh thu cao nhất. Mức doanh thu bán ra không những thể hiện vị thế của công ty trên địa bàn các tỉnh, thành phố nơi công ty hoạt động, mà đó còn là cơ sở để tạo công ăn việc làm cho người lao động. Vì vậy công ty rất cần có giải pháp để tăng doanh thu mặt hàng xăng dầu và các hàng hóa khác.

- Tốc độ tăng chi phí kinh doanh xăng dầu nhanh hơn tốc độ tăng doanh thu trong năm 2017 cho thấy hiệu quả sử dụng chi phí của công ty giảm, do nhiều nguyên nhân trong đó có yếu tố cạnh tranh với các đối thủ lớn mạnh, thất thoát và hao hụt trong quá trình kinh doanh, sự tăng giá cả của hàng hóa dịch vụ đầu vào, cùng với việc phải thực hiện các quy định của Nhà nước về an toàn

phòng cháy, bảo vệ môi trường. Công ty cần có các giải pháp cụ thể để tiết kiệm chi phí, góp phần để tăng lợi nhuận.

- Số lượng lao động tại công ty tăng đều qua các năm, năng suất lao động tăng dần từ 2016 - 2017 nhưng tỷ suất sinh lời của lao động giảm. Điều đó chứng tỏ hiệu quả sử dụng lao động của công ty chưa cao. Cùng với việc phân công, bố trí lao động chưa hợp lý, công ty chưa áp dụng các giải pháp, các chính sách động viên phù hợp để khai thác được năng lực của nhân viên, tăng hiệu quả kinh doanh cho công ty.

- Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản, tài sản ngắn hạn cũng như tài sản dài hạn đều giảm. Sức sinh lời của vốn chủ sở hữu và Tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu cũng đều giảm.

- Khi phân tích các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng vốn, cho thấy hệ số thanh toán của công ty đều ở mức thấp và đến năm 2017 đều giảm so với năm 2016 điều này cho thấy tình hình thanh toán của doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn.

- Kinh doanh xăng dầu là một ngành kinh doanh có điều kiện và đặc thù. Tuy rủi ro xảy ra cháy nổ không thuộc các tồn tại hiện nay để công ty cần đưa ra giải pháp, nhưng công ty luôn phải thực hiện các biện pháp ngăn ngừa rủi ro của ngành nghề kinh doanh đặc thù này, cùng với việc ngăn ngừa rủi ro mất an toàn tài chính trong quản lý.

CHƯƠNG III

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN XĂNG DẦU HFC

3.1. Định hướng phát triển của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC trong thời gian tới

3.1.1. Các mục tiêu chủ yếu của công ty

Trong giai đoạn tới, công ty xác định mục tiêu chủ yếu là đảm bảo Công ty xây dựng được cơ cấu hợp lý, tập trung vào hoạt động chính là kinh doanh xăng dầu, từng bước tháo gỡ khó khăn trong giai đoạn 2018 - 2022, tạo sự ổn định và phát triển, là doanh nghiệp mạnh trong lĩnh vực kinh doanh xăng dầu, đủ sức cạnh tranh trong khu vực và quốc tế, góp phần thực hiện thành công chiến lược của doanh nghiệp đến năm 2022 và những năm tiếp theo.

3.1.2. Chiến lược phát triển trung và dài hạn

- Đối với lĩnh vực kinh doanh chính là xăng dầu, thị trường chính vẫn là khu vực thành phố Hà Nội và trọng tâm là bán lẻ xăng dầu. Phần đầu doanh thu gia tăng 10% mỗi năm.

- Duy trì, cải tiến hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9001:2015. Xây dựng kế hoạch tuyển dụng, dự trù nhân sự của công ty; tiếp tục triển khai các kế hoạch đào tạo, đào tạo lại nhằm bổ sung kiến thức trau dồi kinh nghiệm, trau dồi kỹ năng đối với toàn thể cán bộ công nhân viên. Triển khai áp dụng và đánh giá hiệu quả công việc thông qua chấm thâm định KPIs mới cho các ban, các đơn vị, cá nhân. Từ đó nâng cao nhận thức của cán bộ công nhân viên trong sắp xếp điều hành công việc được giao đi đúng mục tiêu đã đề ra, góp phần hoàn thành mục tiêu chung của Công ty.

- Hoàn thiện thủ tục pháp lý để tiếp tục thi công các cửa hàng xăng dầu: Đan Phượng, Cầu Bưu, Đền Lừ; trạm cấp: Lạc Trung, Đền Lừ và thủ tục xin cấp đất triển khai xây dựng thêm cửa hàng xăng dầu mới. Tăng cường công tác quản trị tín hiệu cột bơm, que đo để đảm bảo quản lý hao hụt hàng hóa ngay từ văn phòng Công ty.

- Tập trung vào công tác quản trị và sử dụng hiệu quả dòng tiền đáp ứng nhu cầu về vốn cho hoạt động đầu tư, hoạt động kinh doanh của công ty. Hoàn thiện việc xây dựng bộ tiêu chí quản lý về tài chính; Nghiên cứu cách thức kiểm soát, quản lý hiệu quả hơn các đơn vị nội bộ. Sử dụng hiệu quả các thiết bị tự động để kiểm soát hoạt động và hao hụt.

- Phối hợp, bám sát sản lượng thực hiện của các đơn vị theo ngày, tháng, quý. Hàng tháng có phương hướng phối hợp và đưa ra các ý kiến để các đơn vị kịp thời biết và đưa ra phương án hoàn thành kế hoạch. Theo dõi diễn biến thị trường, thực hiện chọn lọc nhà cung cấp đảm bảo đem lại hiệu quả tối đa cho Công ty.

- Tiếp tục phối hợp với các đơn vị kinh doanh phụ thuộc phát triển thị trường theo chiều sâu và chiều rộng; gắn liền với việc xây dựng hình ảnh Công ty trong mắt khách hàng.

- Xây dựng các chương trình Marketing phù hợp với từng giai đoạn phát triển của thị trường, tập trung tăng sản lượng bán lẻ.

- Đặt khách hàng làm trung tâm cho mọi sự suy nghĩ và hành động của mình, xây dựng giá trị nguồn nhân lực dựa trên năng lực và văn hóa doanh nghiệp.

- Xây dựng giá trị văn hóa HFC ***“Trung thực – Trách nhiệm – Tương hỗ”***

3.2. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC

Sau thời gian phân tích, nghiên cứu và tìm hiểu về tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC cho thấy công ty có khả năng tồn tại và phát triển trong thời kỳ khó khăn, là do công ty chú trọng phát

triển vào mặt hàng thế mạnh của mình và từng bước tạo dựng được vị trí khá vững chắc trên thị trường. Nhưng bên cạnh đó vẫn tồn tại những nhược điểm làm cho hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty chưa cao. Do đó, để khắc phục những hạn chế, yếu kém nói trên tôi đưa ra một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh nhằm đem lại hiệu quả cao hơn trong tương lai cho Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC như sau:

3.2.1 Giải pháp tăng doanh thu.

Hiệu quả kinh doanh được so sánh giữa kết quả đầu ra và các yếu tố, nguồn lực đầu vào. Vì vậy, để tối đa kết quả đầu ra để nâng cao hiệu quả kinh doanh thì công ty cần tăng doanh thu hàng bán ra. Các giải pháp để tăng doanh thu gồm:

❖ *Áp dụng chính sách khen thưởng phù hợp với người lao động của Công ty để tăng doanh thu.*

Thưởng vật bằng vật chất là biện pháp hữu hiệu để tăng doanh thu. Công ty cần đặt ra các tiêu chí cụ thể kèm theo mức thưởng xứng đáng cho các cửa hàng. Để tăng doanh thu bán lẻ, công ty cần thiết lập một hệ thống chỉ tiêu tổng hợp và số tiền thưởng mà từng cửa hàng sẽ được hưởng nếu hoàn thành toàn diện các chỉ tiêu này, cụ thể:

+ Quy định số tiền thưởng cho mỗi lít xăng dầu bán lẻ hay mỗi lít dầu nhờn vượt hơn so với kế hoạch giao, kèm theo các điều kiện như thu tiền đúng hạn, không để phát sinh nợ khó đòi, giữ an toàn tài chính và an toàn phòng cháy.

+ Mức thưởng sẽ càng cao khi bán được số hàng vượt mức càng nhiều theo biểu lũy tiến từng phần.

+ Mức thưởng mà công ty đưa ra phải đủ để trở thành động lực phấn đấu, thi đua cho nhân viên tại các cửa hàng.

+ Ngoài ra các cửa hàng thực hiện vượt mức kế hoạch doanh thu cũng tiến thành khen thưởng cho các cấp quản lý.

+ Việc sơ kết, tổng kết và khen thưởng phải được thực hiện hàng tháng, để kịp thời khuyến khích những người lao động đạt được kết quả lao động tốt và tạo động lực cho họ trong thời gian tiếp theo.

+ Việc tổng kết khen thưởng cho các đơn vị nên kết hợp thực hiện trong các cuộc họp sơ kết, tổng kết công tác của toàn công ty để khuyến khích về tinh thần cho những đơn vị được thưởng và đồng thời tạo động lực thi đua giữa các đơn vị.

+ Đối với các trưởng cửa hàng và trưởng đơn vị trực thuộc, việc giao các chỉ tiêu kèm với tiền thưởng xứng đáng, còn phải được xem là nhiệm vụ phải thực hiện trong thời kỳ nhất định như 3 tháng, 6 tháng. Sau một năm nếu các cửa hàng trưởng, trưởng đơn vị thường xuyên không đạt được chỉ tiêu kế hoạch giao thì sẽ không những bị cắt giảm lương thưởng mà còn không được tiếp tục giữ nhiệm vụ mà phải thay thế bằng người khác có năng lực hơn.

❖ *Áp dụng các chính sách đối với khách nhằm tăng doanh thu.*

+ Nhằm tăng cường hiệu quả bán hàng, tăng cường khả năng tìm kiếm khách hàng, đặc biệt là xây dựng mối quan hệ thân thiết với các khách hàng lớn, tiềm năng, Ban kinh doanh cần xây dựng riêng một kế hoạch marketing hiệu quả để quảng bá cho sản phẩm của Công ty.

+ Ban kinh doanh cần xây dựng chương trình để quản lý các nhóm khách hàng: nhóm khách hàng tiềm năng; nhóm khách hàng truyền thống; nhóm khách hàng dài hạn; nhóm khách hàng lẻ,...

+ Cùng với đó, cần xác định được ai là khách hàng mục tiêu, ai là khách hàng tiềm năng, những người sẽ góp phần quan trọng trong việc tạo ra những phân đoạn thị trường trọng điểm, xác định được ai là đối thủ trên thị trường, so sánh năng lực cạnh tranh, hạn chế điểm yếu và phát huy điểm mạnh của mình để xác lập năng lực của mình.

+ Ngoài ra, cần bố trí nhân viên kinh doanh chuyên làm nhiệm vụ tìm kiếm và quan hệ với các khách hàng để tăng cường tính chuyên môn hóa và tránh việc xao lãng công việc do phải kiêm nhiệm nhiều công việc. Chú trọng đào tạo nghiệp vụ bán hàng cho nhân viên bởi bộ phận kinh doanh chính là đội ngũ sẽ kéo hợp đồng về với công ty.

+ Công ty cần tìm hiểu, tiếp cận những đối tượng có nhu cầu lớn về xăng, dầu như các Công ty vận tải để họ trở thành những khách hàng tiềm năng của công ty, công ty cần có phong cách giao tiếp, phục vụ tốt để giữ các khách hàng.

+ Công ty cũng có chế độ đãi ngộ đặc biệt đối với khách hàng mới làm ăn với công ty.

❖ *Thực hiện cải tạo, nâng cấp các cửa hàng theo lộ trình hợp lý:*

+ Quy hoạch mạng lưới cửa hàng xăng dầu trong địa bàn thành phố Hà Nội cũng như các tỉnh thành công ty đang hoạt động để phục vụ tốt nhu cầu của người tiêu dùng.

+ Đối với hệ thống thiết bị cũ kỹ, xuống cấp cần phải có kế hoạch nâng cấp cải tạo, sửa chữa.

+ Hoàn thiện thủ tục pháp lý để tiếp tục thi công các cửa hàng xăng dầu: Đan Phượng, Cầu Bươu, Đền Lừ. Trạm cấp: Lạc Trung, Đền Lừ.

❖ *Luôn giữ gìn uy tín kinh doanh và hình ảnh công ty.*

+ Giao nhiệm vụ cho các cửa hàng trưởng, trưởng đơn vị thường xuyên nhắc nhở, kiểm tra, giáo dục tư tưởng cho người lao động thực hiện tốt trách nhiệm của người nhân viên HFC, để người tiêu dùng yên tâm, tin tưởng khi mua hàng của Công ty.

+ Công ty sẽ xử lý kỷ luật nghiêm khắc đối với tất cả các trường hợp cố tình thao tác, can thiệp vào thiết bị đo lường, gian lận khách hàng để trục lợi cá nhân làm ảnh hưởng đến uy tín của công ty. Trong thời gian vừa qua cũng đã xảy ra hiện tượng gian lận đo lường của nhân viên công ty nhằm mục đích trục lợi tại cây xăng đường Trần Khát Chân và xã Yên Viên huyện Gia Lâm. Công ty đã phối hợp chặt chẽ với cơ quan chức năng để xử nghiêm minh trước pháp luật nhằm răn đe những cá nhân có ý định gian dối trong kinh doanh, lừa đảo người tiêu dùng, làm ảnh hưởng đến uy tín của công ty.

Như vậy, việc công ty thực hiện tốt giải pháp này sẽ làm tăng năng suất của người lao động qua việc nâng cao tinh thần làm việc bằng thưởng vật chất; duy trì và phát triển lượng khách hàng trong tương lai sẽ giúp cho công ty tăng doanh số bán ra, góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của công ty.

3.2.2. Giải pháp tăng hiệu quả sử dụng chi phí.

❖ Quản lý, tiết giảm hao hụt xăng dầu:

Giá trị của lượng xăng dầu bị hao hụt là một bộ phận hình thành nên giá vốn của xăng dầu bán ra, vì vậy việc thực hiện quản lý nhằm hạn chế hao hụt xăng dầu đến mức thấp nhất để góp phần tăng thêm lợi nhuận cho công ty, nâng cao hiệu quả kinh doanh. Để giảm hao hụt xăng dầu, công ty cần:

+ Thường xuyên thực hiện đo lường các thiết bị trụ bơm đảm bảo sự chính xác, giữ mức tồn chứa xăng dầu hợp lý.

+ Cần rà soát lại hệ thống đường ống công nghệ nhập xuất xăng dầu ở kho, hệ thống thu hồi hơi, van thở ở các cửa hàng vì các thiết bị này có ảnh hưởng rất nhiều đến lượng hao hụt. Tuy công ty đã ban hành quy chế quản lý hao hụt xăng dầu, nhưng trên thực tế có nhiều trường hợp xảy ra hao hụt ngoài định mức phải xử lý.

❖ Thực hiện khoán mức chi phí cho các cửa hàng gắn với doanh thu bán lẻ

Có một số khoản chi phí phát sinh tại các cửa hàng hiện nay được công ty giải quyết thanh toán theo số tiền thực tế phát sinh mà cửa hàng đề nghị do Công ty chưa quy định mức khống chế chi phí nên khó kiểm soát. Công ty cần có bước cải tiến bằng cách tính toán để khoán định mức chi phí đồng/lít gắn với doanh thu thực hiện được trong tháng, và các khoản chi này phải yêu cầu đảm bảo chứng từ thanh toán hợp lệ. Mức chi phí được thanh toán sẽ tương ứng với phần doanh thu bán ra của cửa hàng; các cửa hàng có doanh cao thì được thanh toán chi phí cao, có doanh thu thấp thì chi phí được thanh toán cũng ở mức thấp hơn. Bằng cách này công ty vừa kiểm soát được chi phí, vừa khuyến khích cửa hàng tìm biện pháp tăng doanh thu bán ra. Trong quá trình thực hiện, cần theo dõi, đánh giá và điều chỉnh theo mức phù hợp với tình hình thực tế của từng thời kỳ.

❖ Áp dụng hình thức bán hàng tự phục vụ tại các trạm bơm xăng dầu.

Công ty có thể triển khai hình thức bán hàng mà khách hàng tự phục vụ tại các trạm xăng dầu. Thay vì việc cần có nhân viên cây xăng đổ xăng như thông thường, khách hàng có thể tự bơm xăng, dầu cho phương tiện của mình.

Đây là hình thức bán hàng được nhiều nước đang áp dụng và tại Việt Nam cũng đã có một số công ty áp dụng hình thức bán hàng này.

Theo như hình thức kinh doanh xăng dầu tự phục vụ, người mua xăng dầu chỉ cần thực hiện 6 bước đơn giản:

Bước 1: khách hàng đưa xe vào vị trí cột bơm;

Bước 2: Đến cabin khai báo dữ liệu mua xăng dầu, loại, số tiền;

Bước 3: Khách hàng thao tác tại cột bơm;

Bước 4: Kết thúc bơm hàng;

Bước 5: Khách hàng trở lại cabin;

Bước 6: Đánh xe ra khỏi vị trí mua xăng dầu.

Cửa hàng xăng dầu vẫn thực hiện song song cả mô hình tự phục vụ lẫn có nhân viên phục vụ tại các cột xăng. Trong quá trình khách hàng mua xăng, mọi điều kiện đảm bảo thực hiện về an toàn trong kinh doanh xăng dầu vẫn được cửa hàng giám sát chặt chẽ. Cửa hàng cũng bố trí nhân viên phân luồng nhằm tránh ùn ứ khi khách hàng vào mua xăng.

Áp dụng phương thức này giúp cho công ty bắt kịp xu hướng thời đại công nghiệp 4.0 là đưa tự động hóa vào phục vụ cho hoạt động kinh doanh của công ty. Áp dụng biện pháp bán hàng này vừa nhằm minh bạch hóa việc cung cấp dịch vụ cho khách hàng vừa giảm được chi phí nhân công góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh cho công ty.

❖ *Tiết giảm chi phí quản lý*

Ngoại trừ xăng xe đi công tác đã có định mức nhiên liệu thì các khoản chi phí như: Chi phí tiếp khách, chi phí văn phòng phẩm, chi phí điện thoại,... vẫn chưa được khoán. Để mang lại hiệu quả chung, việc tiết giảm chi phí phải được tất cả mọi người trong công ty thực hiện, tùy từng vị trí và các khoản chi phí liên quan. Vì vậy công ty cần xây dựng định mức khoán chi phí quản lý. Ví dụ như chi phí tiếp khách thì Công ty cần quy định những đối tượng nào được phép đi tiếp khách và định mức chi phí tiếp khách cho một tháng hay một quý là bao nhiêu. Trong trường hợp chi không đúng đối tượng hoặc chi vượt quá quy định

thì phải trả lại cho công ty và có chế tài xử lý. Công ty cũng cần xây dựng định mức về chi phí văn phòng phẩm, chi phí điện thoại tới từng phòng ban của công ty cũng như các chi nhánh và cửa hàng bán lẻ.

❖ *Giảm chi phí dự phòng phải thu khó đòi và dự phòng đầu tư chứng khoán.*

Như phần trên đã trình bày thì Công ty sẽ đặt ra mức khen thưởng xứng đáng cho những người hoàn thành vượt mức các chỉ tiêu trong đó có thu hồi nợ đúng hạn. Bởi thu nợ đúng hạn vừa tạo vốn cho Công ty trong quá trình hoạt động kinh doanh trong bối cảnh Công ty luôn trong tình trạng khan vốn phải đi vay bên ngoài vừa góp phần ngăn ngừa phát sinh các khoản nợ khó đòi làm ảnh hưởng đến tình hình tài chính của doanh nghiệp. Trong trường hợp phát sinh nợ phải thu khó đòi cần có những hình thức chế tài đối với những người có liên quan như giảm lương, cắt thưởng và các chế độ đãi ngộ khác. Ngoài ra, công ty cần thực hiện tốt việc dự báo, thẩm định để làm cơ sở cho việc định ra hạn mức nợ và thời hạn thanh toán cho khách hàng.

Công ty có khoản đầu tư tài chính dài hạn trên 4 tỷ đồng nhưng giá trị luôn sụt giảm trong các năm qua, Công ty đã phải tiến hành trích lập dự phòng giảm giá đầu tư chứng khoán hàng năm, điều này làm tăng chi phí của doanh nghiệp. Vì vậy, doanh nghiệp cần có phương án thu hồi khoản đầu tư này trong trường hợp đầu tư không thấy hiệu quả.

❖ *Giảm chi phí trong lĩnh vực xây dựng cơ bản và quản lý kỹ thuật*

Đối với các thiết bị chuyên ngành, khi có nhu cầu mua sắm thì sử dụng hàng hóa trong ngành để đảm bảo chất lượng. Các công trình phụ như tường rào ngăn cháy, sửa chữa nhỏ các hạng mục trong cửa hàng, hay sửa chữa phương tiện vận tải... thì sử dụng dịch vụ tại địa phương với hình thức chào giá để tiết kiệm chi phí.

Trong quá trình thực hiện, giao các bộ phận có liên quan như Ban Kỹ thuật - Dự án, cửa hàng theo dõi, giám sát và nghiệm thu sau khi hoàn thành. Đối với các công trình thi công kéo dài do các vướng mắc trong quá trình thực hiện như dự án xây dựng các cửa hàng xăng dầu tại Đan Phượng công ty cần có phương án giải quyết triệt để, tránh dây dưa kéo dài làm cho vốn của doanh nghiệp chậm đưa vào sử dụng, làm giảm hiệu quả sử dụng vốn cho doanh nghiệp.

Chi phí hoạt động của công ty gồm nhiều khoản mục, cần phải được hạch toán riêng cho từng loại hình kinh doanh. Ở từng đơn vị như văn phòng, chi nhánh, kho, đội vận tải hay hệ thống cửa hàng bán lẻ sẽ phát sinh từng khoản chi phí khác nhau, vì vậy công ty cần theo dõi chi tiết theo từng khoản mục để thấy được cơ cấu cũng như sự biến động của các khoản mục chi phí từ đó có biện pháp quản lý chi phí cho phù hợp.

Việc công ty thực hiện tốt giải pháp này sẽ giúp cho công ty giảm được chi phí giá vốn cũng như giảm thiểu được chi phí quản lý, chi phí xây dựng cơ bản góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh cho công ty.

3.2.3. Giải pháp tăng hiệu quả sử dụng lao động.

Công tác tổ chức - nhân sự là một công tác quan trọng đối với mỗi doanh nghiệp. Việc phân công lao động không hợp lý sẽ gây ra lãng phí nguồn lao động, người lao động không được làm việc đúng chuyên môn sẽ gây ra tâm lý chán nản, tinh thần làm việc uể oải, kém hiệu quả. Vì vậy, lao động của Công ty sử dụng và phân công phải hợp lý, làm sao cho phù hợp với từng đối tượng, đúng người, đúng việc, đúng chuyên môn, đúng khả năng, đúng sở trường. Điều này sẽ giúp cho các bộ phận làm việc nhịp nhàng, ăn ý để đạt được hiệu suất lao động cao nhất. Nếu tổ chức lao động tốt sẽ khuyến khích người lao động phát huy sở trường, các bộ phận hoạt động hăng say hơn, năng suất lao động cao hơn.

❖ Đối với khối các cửa hàng bán lẻ:

Công ty cần có các phương án giao khoán cho người lao động triệt để hơn nữa để người lao động tự giác và cố gắng hơn trong công việc. Cần thay đổi mô hình định biên như hiện nay (gồm 1 cửa hàng trưởng phụ trách chung, 1 kế toán kiêm bán hàng, bốn nhân viên chia ca) theo hướng: khoán quỹ tiền lương ở mức độ hợp lý cho các cửa hàng để cửa hàng trưởng có thể tham gia bán hàng, có chế độ luân phiên tăng ca hợp lý. Như vậy các cửa hàng có sản lượng thấp có thể rút biên chế tối thiểu xuống còn 4 đến 5 người/cửa hàng. Khi khoán quỹ tiền lương, người lao động được tăng thu nhập, Công ty cũng giảm

được các chi phí khác cho người lao động như bảo hiểm các loại, bảo hộ, y tế, chi phí hành chính....

❖ *Đối với khối lao động văn phòng:*

Hiện nay quỹ lương khối lao động văn phòng chiếm một tỷ lệ khá lớn trong quỹ tiền lương, đặc biệt do yêu cầu về công tác quản lý ngày càng cao, các phòng ban luôn cần bổ sung lao động. Tuy nhiên, vẫn có thể thực hiện tiết giảm được số lao động văn phòng nói trên nếu có phương án quản lý hợp lý hơn như: khoán quỹ lương theo định biên cho các phòng nghiệp vụ để khuyến khích nhân viên làm thêm giờ, đảm nhiệm thêm các phần việc ngoài phân công nhiệm vụ; đẩy mạnh phân cấp phân quyền cho các đơn vị cấp dưới để giảm bớt khối lượng công việc kiểm tra, phê duyệt các văn bản, hợp đồng kinh tế do các đơn vị dưới quyền thực hiện.

❖ *Đối với nguồn lao động trẻ:*

Nguồn lao động trẻ cũng cần được quan tâm đúng mức. Số lao động trẻ trước khi được tuyển dụng phải qua thử việc và kiểm tra tay nghề, làm việc tại các phòng chức năng. Qua thời gian thử việc, căn cứ trình độ thực tế công ty sẽ xem xét ký hợp đồng lao động và bố trí vào vị trí nào. Với nguồn lao động trẻ, Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC nên có kế hoạch đào tạo lâu dài để tiến tới thay thế lực lượng lao động cũ không kịp thích nghi với sự phát triển của công nghệ thông tin và các kỹ thuật hiện đại. Công ty có thể tự mở các khóa đào tạo ngắn hạn, mời các giảng viên chuyên nghiệp về xây dựng chương trình đào tạo và trực tiếp giảng dạy. Cũng có thể cử nhân viên đi tập huấn, nghiệp vụ ở các cơ sở đào tạo uy tín.

Để thu hút nguồn lao động có trình độ và năng lực cao, công ty có thể khuyến khích việc tự học nâng cao trình độ bằng các hình thức tạo điều kiện về mặt thời gian, hỗ trợ một phần kinh phí đào tạo, giữ nguyên lương và bố trí công việc ngay sau khi hoàn thành khóa học.

Các biện pháp trên sẽ giúp công ty có được lực lượng lao động có chất lượng, nâng cao hiệu quả công việc và góp phần phát triển mở rộng Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC trong tương lai.

Giải pháp này sẽ giúp cho công ty tạo ra đội ngũ lao động có năng suất cao, đầy nhiệt huyết trong công việc là một trong những nhân tố góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của công ty trong tương lai.

3.2.4. Giải pháp tăng hiệu quả sử dụng vốn

Để tăng hiệu quả sử dụng vốn, công ty cần thực hiện đồng thời các giải pháp để tăng vòng quay các khoản phải thu, tăng vòng quay hàng tồn kho, tăng hiệu quả sử dụng vốn cố định.

❖ Tăng cường công tác quản lý công nợ.

Qua phân tích số liệu ta thấy khoản phải thu của công ty tăng lên đáng kể và chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng tài sản ngắn hạn, việc tăng các khoản phải thu kéo theo rất nhiều chi phí khác như chi phí theo dõi công nợ, chi phí thu hồi nợ, chi phí quản lý nợ... Do vậy, công ty cần thực hiện các giải pháp sau:

- Trong các hợp đồng tiêu thu phải quy định rõ thời hạn thanh toán, phương thức thanh toán và yêu cầu các bên phải chịu trách nhiệm một cách đầy đủ, nghiêm túc các điều khoản trong hợp đồng. Nếu thanh toán chậm tiền hàng sẽ chịu lãi phạt...

- Tiến hành rà soát, phân loại các khoản phải thu đến hạn, quá hạn, các khoản phải thu khó đòi để có biện pháp xử lý kịp thời.

- Trích lập dự phòng nợ phải thu khó đòi để có nguồn bù đắp các khoản tổn thất về nợ không thu hồi được. Theo thông tư 228/TT/TT-BTC, số dự phòng được trích lập căn cứ vào số tuổi và khả năng thu hồi các khoản nợ đến hạn của khách hàng. Cụ thể:

30% giá trị đối với các khoản nợ quá hạn từ 6 tháng đến dưới 1 năm

50% giá trị đối với các khoản nợ quá hạn từ 1 năm đến dưới 2 năm

70% giá trị đối với khoản nợ quá hạn từ 2 năm đến dưới 3 năm

100% giá trị đối với khoản nợ quá hạn từ 3 năm trở lên

❖ Tăng vòng quay các khoản phải thu:

Hiện nay hầu hết mọi đối tượng khách hàng đều có xu hướng chiếm dụng vốn, kể cả đại lý hay cá nhân, đơn vị mua hàng để sử dụng. Tùy từng nhóm khách hàng, Công ty cần có chính sách phù hợp tùy để thu tiền nhanh hơn.

+ Kiểm soát việc nộp tiền bán hàng hàng ngày.

Hiện nay, Công ty có 15 cửa hàng và các trạm cấp lưu động đang hoạt động trên địa bàn thành phố Hà Nội trực thuộc các xí nghiệp, lượng tiền mặt thu về từ bán hàng ở các trạm xăng hàng ngày là rất lớn vì vậy công ty cần thực hiện kiểm soát chặt chẽ việc thu, nộp số tiền bán hàng hàng ngày ở các cửa hàng. Tiền thu được phải chuyển về công ty nhằm mục đích giữ an toàn tài chính cũng như giúp doanh nghiệp chủ động trong việc bố trí vốn trong quá trình hoạt động kinh doanh. Để đảm bảo an toàn, nhanh chóng và hiệu quả, các cửa hàng nên nộp theo hình thức chuyển khoản qua ngân hàng gần nơi gần cửa hàng hoạt động.

+ Thưởng cho các cửa hàng thu được tiền của các khách hàng đúng hạn.

Muốn giải pháp đưa ra được hưởng ứng nhiệt tình của người lao động thì giải pháp đó cần phải gắn liền với giá trị vật chất – đó chính là các khoản tiền thưởng mà họ nhận được. Vì vậy, Công ty cần xây dựng chế độ tiền thưởng hợp lý đối với các cá nhân, đơn vị hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao trong đó có nhiệm vụ thu hồi vốn.

Hiện nay có nhiều cơ quan, đơn vị mua theo hình thức dịch vụ cấp lẻ, thời gian cho nợ phổ biến nhất hiện nay là 15 ngày. Thực tế có nhiều đơn vị thanh toán tiền rất chậm, một số trường hợp nợ kéo dài đến hơn 3 tháng hoặc thậm trí còn lâu hơn. Vì mối quan hệ làm ăn và cũng vì doanh thu tiêu thụ nên công ty không thể ngừng cấp hàng cho họ để chờ thu tiền. Vì vậy, Công ty nên áp dụng tiêu chí thưởng cho các cửa hàng bán hàng và thu tiền đúng hạn đối với khách hàng.

+ Áp dụng chính sách chiết khấu thanh toán cho khách hàng.

Công ty nên áp dụng chiết khấu thanh toán cho các khách hàng trả tiền trước thời hạn, để công ty thu được tiền nhanh hơn. Điều kiện thực hiện là khách hàng không còn thiếu nợ cũ. Đầu tiên nên đưa mức chiết khấu hấp dẫn để thu được số tiền mà khách đang còn nợ và điều chỉnh dần theo hướng vừa có lợi cho khách hàng vừa có lợi cho người tiêu dùng. Tuy nhiên, mức chiết khấu này phải được xây dựng dựa trên mức lãi suất huy động và lãi suất cho vay mà các ngân hàng thương mại đang áp dụng và nhu cầu vốn của công ty. Mức lãi suất phải đảm bảo vừa có lợi cho doanh nghiệp vừa có lợi cho khách hàng. Khi áp dụng

chính sách này để đạt mục tiêu thu tiền nhanh hơn đồng nghĩa với việc chi phí sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp sẽ tăng lên, công ty sẽ bị giảm đi một phần lợi nhuận. Vì vậy, Công ty cũng cần phân tích để lựa chọn phương án sao cho phù hợp với tình hình thực tế.

❖ *Tăng vòng quay hàng tồn kho:*

Công ty cần Tăng vòng quay hàng tồn kho bằng việc giữ mức tồn kho hợp lý. Công ty cần xây dựng định mức dự trữ xăng dầu cho hợp lý đồng thời rà soát lại các mặt hàng tồn kho khác như dầu mỡ nhờn, so sánh với lượng xuất bán hàng tháng tại mỗi điểm bán để xác định lượng tồn kho cần thiết, thực hiện di chuyển hàng hóa từ các nơi bán chậm đến nơi có lượng bán cao hơn để tăng vòng quay hàng tồn kho toàn công ty.

❖ *Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn cố định*

Bên cạnh các giải pháp liên quan đến quản lý và sử dụng vốn lưu động, công ty cũng cần quan tâm đến quản lý và sử dụng vốn cố định. Để nâng cao hiệu quả sử dụng vốn cố định, công ty cần:

Thứ nhất, tăng cường đầu tư đổi mới, sửa chữa và bảo dưỡng tài sản cố định nhằm phát huy tối đa công suất máy móc thiết bị.

Qua phân tích thực trạng công ty thời gian qua, có thể thấy rõ việc đầu tư vào tài sản cố định được công ty quan tâm hơn nhiều. Tuy nhiên trong thời gian tới, công ty cần quan tâm đến việc đầu tư có chiều sâu vào tài sản cố định, triệt để thay thế máy móc thiết bị đã hư hỏng hoặc khấu hao hết.

Để đẩy nhanh tốc độ đổi mới máy móc, thiết bị với khả năng hạn chế về tài chính, công ty có thể chọn hình thức thuê tài chính tài sản cố định. Đây là một phương pháp cung ứng tín dụng trung hạn hay dài hạn theo hợp đồng. Tuy nhiên, trước khi đưa ra quyết định thuê tài chính, công ty cũng cần cân nhắc giữa chi phí bỏ ra và lợi ích thu được.

Thứ hai, cần cải thiện công tác tính khấu hao và sử dụng quỹ khấu hao.

Hiện tại, công ty đang trích khấu hao theo phương pháp đường thẳng, phương pháp này mặc dù phương pháp này đơn giản, dễ sử dụng song lại có hạn chế lớn là bình quân hóa mức độ hao mòn của tài sản cố định theo thời gian. Do

vậy, trong thời gian tới, công ty cần trích khấu hao theo phương pháp giảm dần có điều chỉnh đối với các tài sản là máy móc, thiết bị quản lý cần thu hồi vốn nhanh. Sử dụng phương pháp khấu hao đường thẳng với tài sản cố định là nhà cửa, vật kiến trúc.

Thứ ba, công ty cần xử lý nhanh những tài sản cần thanh lý. Những tài sản cố định chưa hoặc không cần dùng của công ty là những tài sản cũ, lạc hậu, năng suất thấp, công ty cần nhanh chóng thanh lý những tài sản này nhằm thu hồi vốn cố định, bổ sung thêm cho nguồn vốn kinh doanh, hoặc để tái đầu tư vào tài sản cố định mới.

Thực hiện tốt giải pháp trên sẽ giúp cho công ty quản lý tốt công nợ; tăng nhanh vòng quay của hàng tồn kho, nợ phải thu cũng như nâng cao hiệu quả sử dụng vốn cố định, giúp cho công ty tăng hiệu quả kinh doanh.

3.2.5. Giải pháp về quản lý rủi ro.

Cùng với việc thực hiện đồng thời các giải pháp tổng hợp để nâng cao hiệu quả kinh doanh, bên cạnh việc quản lý ngăn ngừa rủi ro về tài chính công ty phải rất chú trọng đến công tác quản lý rủi ro về nguy cơ cháy nổ vì công ty đang kinh doanh các loại hàng có nguy cơ cháy nổ rất cao.

❖ Quản lý ngăn ngừa rủi ro về tài chính.

Thường xuyên nắm bắt thông tin có liên quan đến việc kinh doanh của công ty, trong đó có thông tin về khách hàng, theo dõi sát sao tình hình công nợ và tiến độ thanh toán của các khách hàng so với hợp đồng đã ký kết. Chuyển dần công nợ các khách hàng từ tình trạng quá hạn như hiện nay theo hướng giảm về hạn mức nợ hay thời hạn đã thỏa thuận trong mọi thời điểm.

Quản lý chặt chẽ tiền bán hàng tại mỗi điểm bán, giám sát việc tuân thủ quy trình thu, nộp tiền hàng ngày ở các cửa hàng. Với doanh thu hiện nay mỗi tháng bình quân là 150 tỷ đồng, nếu công ty không quản lý tốt sẽ dễ xảy ra sự cố tài chính.

❖ Quản lý rủi ro xảy ra nguy cơ cháy nổ.

Xăng dầu là nguyên liệu dễ cháy lên nguy cơ hỏa hoạn luôn tiềm ẩn. Việc tuân thủ các quy định về phòng cháy chữa cháy đòi hỏi rất nghiêm ngặt. Khi sự cố xảy ra có thể gây ra những thiệt hại nghiêm trọng về tài sản và kết quả hoạt

động sản xuất kinh doanh của Công ty. Vậy nên công tác này phải được xem là nhiệm vụ quan trọng hàng đầu, xuyên suốt trong quá trình hoạt động kinh doanh. Để thực hiện tốt điều này:

+ Mọi người phải thực hiện phòng cháy là chính, vì khi xảy ra cháy thì hậu quả không thể nào lường được đối với tài sản và tính mạng con người.

+ Hàng ngày, hàng giờ trong từng khâu bán hàng, vận chuyển, nhập xuất xăng dầu đều tiềm ẩn nguy cơ cháy nổ rất cao, bắt buộc người lao động phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy trình, quy định.

+ Bên cạnh việc công ty trang bị đầy đủ các thiết bị cho việc phòng cháy, chữa cháy thì việc tự giác và nhắc nhở tuân thủ quy định phải luôn được thực hiện ở từng nơi, từng cấp trong công ty.

+ Các trường hợp vi phạm quy định dù chưa xảy ra hậu quả nghiêm trọng cũng phải cần có hình thức kỷ luật thích đáng để ngăn ngừa việc xảy ra cháy nổ.

+ Cùng với các biện pháp ngăn ngừa rủi ro cháy nổ, công ty cần xây dựng kế hoạch, phối hợp với cơ quan cảnh sát phòng cháy chữa cháy ở địa phương tổ chức thực hiện, để nhân viên diễn tập thao tác xử lý tức thời trong các tình huống xảy ra cháy.

+ Để phòng rủi ro này Công ty cần ký bảo hiểm hỏa hoạn và các rủi ro khác nhằm bảo đảm hạn chế tối đa thiệt hại tài chính cho Công ty.

Như vậy, việc công ty giảm thiểu được rủi ro từ các khoản đầu tư tài chính, rủi ro từ cháy nổ sẽ giúp cho công ty tránh được những thiệt hại xảy ra trong quá trình hoạt động kinh doanh, góp phần giảm chi phí sản xuất nâng cao hiệu quả kinh doanh cho công ty.

3.3. Một số kiến nghị để thực hiện hiệu quả các giải pháp trên

+ Để phát huy được tối đa tiềm lực của các doanh nghiệp kinh doanh xăng dầu nói chung cũng như công ty nói riêng chỉ có thể phát triển vững chắc và ổn định nếu Nhà nước sớm hoạch định chiến lược phát triển lâu dài. Sớm tạo ra một hành lang pháp lý thông thoáng, các văn bản pháp quy đồng bộ, đặc biệt có những biện pháp cụ thể và hữu hiệu nhằm bảo hộ giá xăng dầu. Tăng cường những khoản cho vay vốn

đầu tư ưu đãi và kéo dài thời hạn trả nợ để doanh nghiệp có điều kiện đầu tư chiều sâu, phát triển sản xuất theo định hướng công nghiệp hóa - hiện đại hóa

+ Để thị trường xăng dầu phát triển lành mạnh, Nhà nước cần tạo môi trường cạnh tranh, điều kiện pháp lý bình đẳng giữa các doanh nghiệp, đồng thời có biện pháp hữu hiệu để ngăn chặn tình trạng liên kết tăng giá bán, các hành vi làm mất ổn định thị trường.

- Các tỉnh, thành phố nên tạo điều kiện cho Công ty làm các thủ tục đăng ký mở các chi nhánh cũng như tạo điều kiện để có thể mở các cửa hàng được nhanh chóng.

- Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội cần tạo điều kiện hơn nữa trong việc giúp Công ty hoàn tất thủ tục thuê đất và giải phóng mặt bằng tại huyện Đan Phượng và một số địa điểm khác.

KẾT LUẬN

Kinh doanh xăng dầu là lĩnh vực luôn được Đảng và Nhà nước ta quan tâm, coi đây là một mũi nhọn, then chốt tập trung đầu tư phát triển. Những năm qua, lĩnh vực kinh doanh xăng dầu đã và đang góp một phần không nhỏ vào công cuộc công nghiệp hoá hiện đại hoá đất nước, ổn định an sinh xã hội, hỗ trợ cho nhiều ngành công nghiệp khác phát triển. Các đơn vị hoạt động sản xuất kinh doanh trong lĩnh vực xăng dầu không những cung cấp một phần lớn nguyên liệu, nhiên liệu phục vụ đời sống sinh hoạt xã hội, mà quan trọng hơn là cung cấp nguyên - nhiên liệu đầu vào không thể thiếu được cho các ngành công nghiệp khác. Do vậy, lĩnh vực kinh doanh xăng dầu phải không ngừng được đổi mới và hoàn thiện. Thông qua luận văn “*Nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC*” tác giả đã đưa ra được những vấn đề sau:

Thứ nhất, khái quát được những nét cơ bản của lý thuyết về nâng cao hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp thông qua việc phân tích các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh như: Các chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lời, các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn, các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng

chi phí, các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động và các chỉ tiêu khái quát về tình hình tài chính khác. Đồng thời luận văn cũng chỉ ra đâu là những nhân tố bên trong cũng như nhân tố bên ngoài sẽ ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của công ty.

Thứ hai, sau khi đi vào giới thiệu khái quát về công ty như: quá trình hình thành phát triển, ngành nghề kinh doanh ... Luận văn đã đi vào đánh giá khái quát kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014-2017. Đồng thời, luận văn đi sâu phân tích, đánh giá hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017 thông qua hệ thống các chỉ tiêu:

+ Các chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lời: Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu khá thấp, luôn nhỏ hơn 1%. So sánh giữa các năm thì Tỷ suất sinh lời trên tài sản giai đoạn 2014 – 2017 có sự biến động mạnh. Tỷ suất sinh lời trên tài sản năm 2014 là 3,3% tuy nhiên đến năm 2015 tăng lên 7,3%, đến năm 2016 giảm xuống 3,9% và kết thúc chu kỳ phân tích vào năm 2017 thì tỷ suất sinh lời trên tài sản chỉ đạt 1,3 % - thấp nhất trong 4 năm khảo sát. Đây là một dấu hiệu không tốt đối với doanh nghiệp.

Tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu có sự biến động gần như tung tữ Tỷ suất sinh lời trên tài sản, đó là: Tăng trong giai đoạn từ năm 2014 đến 2015 từ 9,9% lên đến 28,2% và giảm xuống chỉ còn 6,9% vào năm 2017.

Công ty là một đơn vị kinh doanh trong lĩnh vực thương mại nên tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu thường thấp hơn các lĩnh vực khác là một điều dễ hiểu. Tuy nhiên, với tỷ lệ trên còn khá khiêm tốn. Vì vậy, để tạo ra sự phát triển bền vững doanh nghiệp cần có những biện pháp để kiểm soát được chi phí.

+ Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn của doanh nghiệp cho thấy sức sản xuất của tài sản giảm mạnh. Tuy nhiên, sức sản xuất của tài sản ngắn hạn tăng từ 6,7 lần năm 2016 lên 9,28 lần năm 2017 và sức sản xuất của tổng tài sản tăng từ 5,4 lần năm 2016 lên 6,37 lần năm 2017.

+ Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng chi phí: Tỷ suất sinh lời của tổng chi phí của công ty giảm đáng kể trong năm 2017 (từ 0,7% năm 2016 xuống còn 0,2% năm 2017) cho thấy hiệu quả sử dụng chi phí của công ty giảm, bên cạnh đó sức sản xuất của chi phí cũng giảm trong năm 2017, điều này cho thấy hiệu quả sử dụng chi phí của công ty đang giảm.

+ Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động ta thấy Tỷ suất sinh lời của lao động giảm đến cuối kỳ khảo sát nhưng sức sản xuất của lao động đã tăng trở lại trong năm 2017, đây là một dấu hiệu tích cực đối với doanh nghiệp.

+ Các chỉ tiêu khái quát về tình hình tài chính khác: Các chỉ tiêu về hệ số thanh toán của công ty đều thấp và có xu hướng giảm, đây cũng là dấu hiệu không tốt đối với doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, luận văn cũng chỉ ra được các nhân tố bên trong và nhân tố bên ngoài ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn 2014 – 2017 và chỉ ra được những mặt đạt được cũng như các hạn chế làm giảm hiệu quả kinh doanh của công ty trong thời gian qua.

Thứ ba, Trên cơ sở phân tích các hạn chế, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh cho Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC. Các giải pháp gồm:

+ Giải pháp để tăng kết quả đầu ra nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh như: giải pháp tăng doanh thu.

+ Các giải pháp nhằm giảm thiểu các yếu tố đầu vào nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh như: giải pháp tăng hiệu quả sử dụng vốn, giải pháp tăng hiệu quả sử dụng chi phí, giải pháp tăng hiệu quả sử dụng lao động và giải pháp về quản lý rủi ro.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Thị Ngọc Bích (2017), “*Một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty VNPT Hải Phòng*”, Luận văn thạc sĩ, Đại học DL Hải Phòng.
2. Nguyễn Văn Công (2009). “*Giáo trình Phân tích kinh doanh*”, Nhà Xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
3. Nguyễn Trọng Cơ, Nghiêm Thị Thà (2015). “*Giáo trình Phân tích tài chính doanh nghiệp*”, Nhà Xuất bản Tài chính.
4. Nguyễn Thị Hoa. < <http://Đầu tư khách sạn.com> >.
5. Đoàn Thị Nhật Hồng (2014), “*Một số giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty Cổ phần Simco Sông Đà*”, Luận văn thạc sĩ, Học Viện Công Nghệ Bưu Chính Viễn Thông Hà Nội.
6. Trương Ngọc Lợi (2015), “*Một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty Xăng dầu Bến Tre đến năm 2020*”, Luận văn thạc sĩ, Đại học Kinh tế TP Hải Phòng.
7. Phạm Thị Thủy và Nguyễn Thị Lan Anh. < <http://Quản trị.vn> >

8. Nguyễn Thị Tuyết (2016), “*Một số biện pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty Cổ phần Thương mại và Sản xuất Vật liệu Xây dựng Công nghệ cao HCM*”, Luận văn thạc sĩ, Đại học Hàng Hải – Việt Nam.

9. Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC, Ban Tài chính - Kế toán, *Báo cáo tài chính giai đoạn từ năm 2014 – 2017*.

10. Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC, Ban Tài chính - Kế toán, *Báo cáo quản trị giai đoạn từ năm 2014 – 2017*.

11. Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC, Ban Tài chính - Kế toán, *Báo cáo tài chính hợp nhất đã được kiểm toán giai đoạn từ năm 2014 - 2017*.

12. Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC, Ban Hành chính - Nhân sự, *Báo cáo lao động, Các tài liệu, văn bản về Quy chế hoạt động của Công ty Cổ phần Xăng dầu HFC giai đoạn từ năm 2014 - 2017*.