

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG



# KHOÁN LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA  
CÔNG TY CỔ PHẦN QUỐC TẾ BẮC VIỆT NAM

Sinh viên: Bùi Huy Hùng

Lớp: QT2301N

Giáo viên hướng dẫn: Phạm Thị Nga

HẢI PHÒNG – 2023

## **LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan luận văn này là công trình nghiên cứu của riêng cá nhân tôi. Mọi số liệu được sử dụng trong đề tài này trung thực và chưa được công bố trong bất cứ một công trình nghiên cứu nào. Kết quả nghiên cứu được trình bày trong luận văn là do tôi nghiên cứu. Những thông tin và nguồn dữ liệu được tham khảo trong luận văn đều được trích dẫn cụ thể và ghi rõ nguồn sử dụng, đảm bảo tuân thủ đúng các quy định về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ.

Tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm về kết quả nghiên cứu của mình.

**Sinh viên thực hiện**

Bùi Huy Hùng

## LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành khoá luận, trước hết em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến quý thầy cô giáo trong ngành Quản trị doanh nghiệp trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng. Đặc biệt, em xin gửi đến cô Phạm Thị Nga đã tận tình hướng dẫn, nhận xét và góp ý giúp em hoàn thành khoá luận lời cảm ơn sâu sắc nhất.

Tiếp theo, em xin gửi lời cảm ơn đến Ban lãnh đạo và các phòng ban của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam đã tạo điều kiện thuận lợi cho em được tìm hiểu thực tế và hoàn thành 6 tuần thực tập tại công ty. Em xin cảm ơn các anh chị trong phòng Kinh doanh đã hỗ trợ và cung cấp số liệu thực tế giúp em hoàn thành bài báo cáo thực tập này.

Vì kiến thức có hạn nên trong quá trình thực tập, hoàn thiện khoá luận em không tránh khỏi những sai sót, kính mong nhận được sự góp ý quý giá từ quý thầy cô cũng như quý công ty.

Em xin chân thành cảm ơn!

**Sinh viên thực hiện**

Bùi Huy Hùng

## MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN .....	2
LỜI CẢM ƠN .....	3
DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ .....	8
PHẦN 1: PHẦN MỞ ĐẦU.....	9
1.    Tính cấp thiết của đề tài .....	9
2.    Mục tiêu nghiên cứu của đề tài.....	9
3.    Đối tượng và phạm vi nghiên cứu .....	10
4.    Phương pháp nghiên cứu .....	10
5.    Kết cấu của đề tài.....	11
CHƯƠNG 1: LÝ LUẬN CHUNG VỀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP.....	12
1.1.    Tổng quan về hiệu quả kinh doanh .....	12
1.1.1.    Khái niệm về hiệu quả kinh doanh.....	12
1.1.2.    Bản chất hiệu quả kinh doanh .....	14
1.1.3.    Sự cần thiết phải nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh trong doanh nghiệp.....	15
1.1.4.    Phân loại hiệu quả sản xuất kinh doanh .....	16
1.2.    Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của DN .....	18
1.2.1.    Các chỉ tiêu đánh giá kết quả SXKD của doanh nghiệp.....	18
1.2.2.    Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của DN.....	19
1.3.    Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả SXKD của DN .....	21
1.3.1.    Nhóm các nhân tố bên trong DN.....	21
1.3.2.    Nhóm các nhân tố bên ngoài DN .....	24
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN QUỐC TẾ BẮC VIỆT NAM.....	26
2.1.    Giới thiệu tổng quan về Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam.....	26
2.1.1.    Quá trình hình thành và phát triển của doanh nghiệp .....	26
2.1.2.    Ngành nghề, lĩnh vực kinh doanh của Công ty .....	27
2.1.3.    Cơ cấu tổ chức .....	28
2.1.3.1.    Sơ đồ cơ cấu tổ chức.....	28

2.1.3.2. Chức năng, nhiệm vụ của từng bộ phận .....	28
2.1.4. Tình hình lao động của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam.....	34
2.2. Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam giai đoạn 2021 – 2022 .....	37
2.2.1. Sản phẩm và dịch vụ của Công ty .....	37
2.2.2. Đặc điểm tổ chức sản xuất kinh doanh của Công ty .....	37
2.2.3. Hoạt động Marketing của Công ty .....	38
2.2.4. Những thuận lợi và khó khăn trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp	46
2.2.4.1. Những thuận lợi .....	46
2.2.4.2. Những khó khăn.....	46
2.3. Đánh giá hiệu quả hoạt động SXKD của Công ty Cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam giai đoạn 2021 – 2022 .....	47
2.3.1. Phân tích kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty qua 2 năm 2021 – 2022.	47
2.3.1.1. Phân tích doanh thu, chi phí, lợi nhuận của HĐKD của Công ty 2021 - 2022	47
2.3.1.2. Tài chính doanh nghiệp .....	51
2.3.2. Đánh giá hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam 2021 – 2022 .....	58
2.4. Đánh giá chung về hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp .	61
2.4.1. Những thành tích đạt được .....	61
2.4.2. Những hạn chế còn tồn tại.....	62
<b>CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN QUỐC TẾ BẮC VIỆT NAM .....</b>	<b>64</b>
3.1. Mục tiêu và định hướng phát triển của Công ty trong thời gian tới .....	64
3.2. Một số giải pháp góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam .....	65
3.2.1. Nhóm giải pháp cải thiện khả năng thanh toán và cơ cấu lại nguồn .....	65
3.2.2. Nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý chi phí.....	67
3.2.3. Nhóm giải pháp nâng cao năng lực quản trị DN.....	67
3.2.4. Đẩy mạnh hoạt động thực hiện biện pháp về Marketing .....	69

3.2.5. Đào tạo bồi dưỡng đội ngũ lao động.....	71
KẾT LUẬN.....	72
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	74

## DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

DN	Doanh nghiệp
HĐQT	Hội đồng quản trị
KH	Khách hàng
KQKD	Kết quả kinh doanh
SXKD	Sản xuất kinh doanh

## DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ

Sơ đồ 1.1: Quy trình nghiên cứu của luận văn.....	12
Sơ đồ 2.1 Cơ cấu tổ chức của Công ty CP Quốc tế Bắc Việt Nam.....	34
Bảng 2.2 Cơ cấu nhân sự tại Công ty CP Quốc tế Bắc Việt Nam 2021 – 2022.....	41
Bảng 1.3. Bảng giá thi công lắp đặt điện nước Công ty CP Quốc tế Bắc Việt Nam đầu năm 2023.....	51
Bảng 2.4 Kết quả kinh doanh của Công ty trong năm 2021 – 2022.....	56
Bảng 1.5 Các chỉ tiêu phản ánh mức độ sử dụng chi phí của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam 2021 - 2022.....	57
Bảng 2.6: Cơ cấu tài sản của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam.....	60
Biểu đồ 2 7. Quy mô tài sản của Công ty.....	61
Bảng 2.8: Bảng cơ cấu nguồn vốn của Công ty giai đoạn 2021 – 2022.....	65
Biểu đồ 2 9. Biểu đồ nợ phải trả.....	66
Bảng 2.10. Tỷ suất lợi nhuận theo doanh thu giai đoạn 2021 - 2022.....	68
Bảng 2.11. Tỷ suất lợi nhuận theo chi phí giai đoạn 2021 - 2022.....	69
Bảng 2.12. Tỷ suất lợi nhuận theo vốn kinh doanh giai đoạn 2021 – 2022.....	69
Bảng 2.13. Năng suất lao động giai đoạn 2021 - 2022.....	70



## PHẦN 1: PHẦN MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Ngày nay, toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế mang lại những cơ hội kinh doanh mới cho doanh nghiệp song cũng chứa đựng đầy dẫy 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. Phát triển kinh tế thị trường đã, đang và sẽ đạt 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.

Đối với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh xây lắp hệ thống điện 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 Quốc tế Bắc Việt Nam 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 vào ngành kinh doanh lắp đặt hệ thống điện 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 Quốc tế Bắc Việt Nam nói riêng và ngành xây lắp 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. 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 hoạt động kinh doanh của công ty cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam***” làm đề tài khoá luận của mình.

### 2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài

Trên cơ sở phân tích thực trạng tình hình sản xuất kinh doanh tại Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam, đề xuất một số biện pháp nhằm đẩy mạnh hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty, góp phần tăng cường khả năng cạnh tranh trong quá trình hội nhập.

### **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

- Đối tượng nghiên cứu: các vấn đề liên quan đến hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam.
- Phạm vi nghiên cứu
  - + Về không gian: Khoá luận nghiên cứu hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam.
  - + Về thời gian: Đánh giá hiệu quả kinh doanh của Công ty cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam trong khoảng thời gian 2020 – 2022, định hướng và xây dựng giải pháp đề xuất cho giai đoạn 2023 – 2025.

### **4. Phương pháp nghiên cứu**

#### ***4.1. Phương pháp thu thập dữ liệu***

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

Các công trình khoa học và các tác phẩm nghiên cứu trong nước 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 xây lắp hệ thống điện;

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 Quốc tế Bắc Việt Nam trong các năm giai đoạn 2020 – 2022.

#### ***4.2. Phương pháp phân tích số liệu***

Khoá luận đã sử dụng một số phương pháp phân tích thông tin nhằm đánh giá hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam thời gian từ năm 2020 đến năm 2022 như sau:

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

- Phương pháp so sánh: Sau khi tổng hợp các số liệu, ta tiến hành so sánh các số liệu giữa các năm. Từ đó đưa ra những nhận xét, đánh giá thông qua kết quả tổng hợp và tính toán số liệu về hiệu quả kinh doanh các mặt hàng tại Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam.

## **5. Kết cấu của đề tài**

Ngoài phần mở đầu, kết luận và tài liệu tham khảo thì khoá luận bao gồm 3 chương:

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

Chương 2: Thực trạng hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam.

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam

# CHƯƠNG 1: 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 và 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 đánh 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 hóa lợi nhuận. Để đạt được mục tiêu lớn nhất này, doanh nghiệp phải xác định chính sách chiến lược kinh doanh phù hợp trong từng giai đoạn thích ứng với những thay đổi của môi trường kinh doanh, 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 trong 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 cần 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 Tuấn, 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, 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 phải doanh thu, lợi nhuận.

Yếu tố 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 nghiệp 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”  $\leq 0$ , cho thấy các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh không hiệu quả, thậm chí thua lỗ và 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 việc kết quả đạt được lớn hơn các yếu tố nguồn lực bỏ ra.

+ Nếu chỉ tiêu trên  $\geq 1$ , 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 và 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 ham mà 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 thỏa mãn nhu cầu ngày càng tăng của xã hội đặt ra yêu cầu phải khai thác, tận dụng triệt để và tiết kiệm các nguồn lực. Để đạt được mục tiêu kinh doanh buộc phải chú trọng vào các điều kiện nội tại phát huy năng lực của các yếu tố sản xuất và chi phí tiết kiệm.

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 chi phí của sự hy 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 trong hoạt động của mình.

### ***1.1.3. Sự cần thiết phải nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh trong doanh nghiệp***

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 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 làm 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, DN không những cần phải sản xuất, cung ứng những hàng hoá, 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 hoá, 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 sự 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 trên thế giới, sự yếu kém của các DN Việt Nam đang buộc họ đứng trước những sức ép to lớn từ các DN 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 ânng cao thu nhập cho chủ sở hữu và cho người lao động trong DN, 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 với xu hướng quốc tế hoá nền kinh tế toàn cầu. DN 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 DN.

#### ***1.1.4. Phân loại hiệu quả sản xuất kinh doanh***



Hiệu quả là phạm trù phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực để đạt được mục tiêu xác định. Nó được đánh giá trong mối quan hệ với kết quả tạo ra để xem xét xem với mỗi sự hao phí nguồn lực xác định có thể tạo ra kết quả ở mức độ nào.

Công thức:

$$H = K/C$$

Trong đó:

H – Hiệu quả của hiện tượng (quá trình) nào đó

K – Kết quả đạt được của hiện tượng (quá trình) đó

C – Hao phí nguồn lực cần thiết gắn với kết quả đó

- Hiệu quả phản ánh mặt chất lượng các hoạt động.

- Phân loại hiệu quả SXKD như sau:

#### *1.1.4.1. Hiệu quả kinh tế, xã hội, kinh tế - xã hội và kinh doanh:*

- Hiệu quả kinh tế: phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực để đạt các mục tiêu kinh tế (tốc độ tăng trưởng kinh tế, tổng sản phẩm quốc nội, thu nhập quốc dân...).

- Hiệu quả xã hội: phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực sản xuất nhằm đạt được các mục tiêu xã hội nhất định (giải quyết công ăn, việc làm, nâng cao phúc lợi xã hội...).

- Hiệu quả kinh tế - xã hội: phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực sản xuất xã hội để đạt được các mục tiêu kinh tế - xã hội nhất định (tốc độ tăng trưởng kinh tế, tổng sản phẩm quốc nội, thu nhập quốc dân, giải quyết việc làm...).

- Hiệu quả kinh doanh: phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực để đạt được các mục tiêu kinh doanh xác định.

#### *1.1.4.2. Hiệu quả đầu tư và hiệu quả kinh doanh*

- Hiệu quả đầu tư: phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực để đạt được các mục tiêu đầu tư xác định.

- Hiệu quả kinh doanh: phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực để đạt được các mục tiêu kinh doanh xác định.

#### *1.1.4.3. Hiệu quả kinh doanh tổng hợp và hiệu quả từng lĩnh vực*

- Hiệu quả kinh doanh tổng hợp: phản ánh trình độ lợi dụng mọi nguồn lực để đạt mục tiêu của toàn doanh nghiệp hoặc từng bộ phận của nó.

- Hiệu quả lĩnh vực hoạt động: phản ánh trình độ lợi dụng một nguồn lực cụ thể theo mục tiêu đã xác định.

#### *1.1.4.4. Hiệu quả kinh doanh ngắn hạn và dài hạn*

- Hiệu quả kinh doanh ngắn hạn: hiệu quả kinh doanh được xem xét, đánh giá ở từng khoảng thời gian ngắn như tuần, tháng, quý, năm...

- Hiệu quả kinh doanh dài hạn: hiệu quả kinh doanh được xem xét, đánh giá trong khoảng thời gian dài.

### **1.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của DN**

#### *1.2.1. Các chỉ tiêu đánh giá kết quả SXKD của doanh nghiệp*

##### *1.2.1.1. Chỉ tiêu doanh thu*

Doanh thu của doanh nghiệp chính là tổng giá trị thực hiện có được do việc bán sản phẩm hàng hóa, cung cấp dịch vụ do khách hàng mang lại.

Công thức tính:

$$D = \sum D_i$$

Trong đó:

**D** là Tổng doanh thu.

**D<sub>i</sub>** là Doanh thu của các bộ phận.

Doanh thu là giá trị quan trọng thể hiện kết quả tài chính cuối cùng cho hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, doanh thu là cơ sở tạo điều kiện cho doanh nghiệp hoàn thành nghĩa vụ đối với người lao động và Nhà nước.

##### *1.2.1.2. Chỉ tiêu chi phí*

Chi phí là một trong những yếu tố trung tâm của công tác quản lý hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Chi phí được nhìn nhận theo nhiều góc độ khác nhau: Hiểu một cách trừu tượng thì chi phí là biểu hiện bằng tiền của những hao phí lao động sống và lao động vật hoá phát sinh trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh được tính trong một thời kì nhất định. Hoặc có thể hiểu chi phí là những phí tổn về nguồn lực, tài sản cụ thể và dịch vụ sử dụng trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

Công thức tính:

$$C = \sum C_i$$

Trong đó:

**C** là Tổng chi phí.

**C<sub>i</sub>** là Chi phí của các bộ phận.

### 1.2.1.3. *Chỉ tiêu lợi nhuận*

Trong mỗi thời kỳ khác nhau người ta có những khái niệm khác nhau và từ đó cũng sẽ có những cách tính khác nhau về lợi nhuận. Lợi nhuận hoạt động kinh doanh có thể hiểu là khoản chênh lệch giữa tổng doanh thu bán sản phẩm trừ đi các khoản giảm trừ, khoản chi phí bán hàng, giá thành toàn bộ sản phẩm, và chi phí quản lý doanh nghiệp.

Công thức tính:

$$F = D - C$$

Trong đó: **F** là Lợi nhuận.

**D** là Doanh thu.

**C** là Chi phí.

Lợi nhuận là kết quả tài chính cuối cùng của các hoạt động sản xuất, hoạt động kinh doanh, hoạt động tài chính, hoạt động khác đưa lại, đó là chỉ tiêu chất lượng để đánh giá hiệu quả kinh tế các hoạt động của doanh nghiệp.

### 1.2.1.4. *Chỉ tiêu sản lượng*

Sản lượng hay đầu ra (output) là hàng hóa và dịch vụ được sản xuất ra bằng cách kết hợp các nhân tố đầu vào.

$$Q = \sum q_i$$

Trong đó:

**Q** là Tổng sản lượng.

**q<sub>i</sub>** là Sản lượng các loại sản phẩm *i*.

Sản lượng là chỉ tiêu phản ánh mức bán hàng của doanh nghiệp. Sản lượng có thể được đo lường bằng số lượng sản phẩm tiêu thụ hoặc doanh thu tiêu thụ. Việc phân tích chỉ tiêu này là rất cần thiết và quan trọng, đó sẽ là cơ sở để phân tích các chỉ tiêu khác. Nếu việc phân tích đạt yêu cầu đầy đủ, khách quan, triệt để và thực hiện mục đích trên sẽ là điều kiện thuận lợi để xác định nguyên nhân gây ra tình hình thực hiện các chỉ tiêu kết quả sản xuất cuối cùng.

## 1.2.2. *Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của DN*

### 1.2.2.1. *Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận theo doanh thu*

Là một chỉ tiêu tương đối phản ánh quan hệ giữa tổng mức lợi nhuận đạt được trong kỳ với tổng doanh thu bán hàng trong kỳ.

Tỷ suất lợi nhuận theo doanh thu được xác định như sau:

$$Pd = \frac{F}{D}$$

Pd: là tỷ suất lợi nhuận theo doanh thu trong kỳ.

F: Tổng lợi nhuận thu được trong kỳ.

D: Doanh thu bán hàng trong kỳ.

Tỷ suất này cho biết lợi nhuận chiếm bao nhiêu phần trăm trong doanh thu. Tỷ số này mang giá trị dương nghĩa là doanh nghiệp kinh doanh có lãi; tỷ số càng lớn nghĩa là lãi càng lớn. Tỷ số mang giá trị âm nghĩa là công ty thua lỗ.

#### 1.2.2.2. *Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận theo chi phí*

Là chỉ tiêu tương đối phản ánh quan hệ tỷ lệ giữa tổng lợi nhuận và tổng chi phí kinh doanh trong kỳ.

Tỷ suất lợi nhuận theo chi phí được xác định như sau:

$$Pc = \frac{F}{C}$$

Pc: là tỷ suất lợi nhuận theo chi phí trong kỳ.

F: Tổng lợi nhuận thu được trong kỳ.

C: là tổng mức chi phí kinh doanh phân bổ cho hàng hoá và dịch vụ đã tiêu thụ trong kỳ.

P: Tổng lợi nhuận thu được trong kỳ.

Chỉ tiêu này phản ánh cứ một đồng chi phí bỏ ra thì thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận, chỉ tiêu này càng lớn thì chứng tỏ với một mức chi phí thấp cũng cho phép mang lại lợi nhuận cao cho hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

#### 1.2.2.3. *Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận theo vốn kinh doanh*

Là quan hệ tỷ lệ giữa số lợi nhuận đạt được trong kỳ so với số vốn bình quân sử dụng trong kỳ bao gồm vốn cố định và vốn lưu động.

Tỷ suất lợi nhuận theo vốn kinh doanh được xác định như sau:

$$Pv = \frac{F}{vkd}$$

Trong đó:

Pv: là tỷ suất lợi nhuận theo vốn kinh doanh trong kỳ.

F: tổng lợi nhuận đạt được trong kỳ.

Vkd: Tổng vốn kinh doanh trong kỳ.

Chỉ tiêu này phản ánh số lợi nhuận được sinh ra do sử dụng một đồng vốn kinh doanh.

#### 1.2.2.4. *Chỉ tiêu năng suất lao động*

Chỉ tiêu năng suất lao động là chỉ tiêu thường được đề cập, quyết định sự phát triển của một đơn vị sản xuất kinh doanh, chỉ tiêu này được tính như sau:

$$P_n = \frac{D}{N}$$

Trong đó:

P<sub>n</sub>: Năng suất lao động.

D: Doanh thu trong kỳ.

N: Tổng số lao động bình quân.

Chỉ tiêu này phản ánh một người trong doanh nghiệp trong một năm tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này càng cao càng tốt.

#### 1.2.2.5. *Chỉ tiêu lương bình quân*

Chỉ tiêu này phản ánh mức thu nhập bình quân trên một lao động, nó thể hiện kết quả hoạt động của doanh nghiệp vào việc cải thiện đời sống của người lao động.

Chỉ tiêu này được tính như sau:

$$\text{Lương bình quân} = \frac{\text{Tổng quỹ lương}}{\text{Tổng số lao động}}$$

### 1.3. **Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả SXKD của DN**

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 những 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 hai 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 DN*

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 và 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 do, vốn nâng 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.

Tùy 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 trong 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 này đòi hỏi doanh nghiệp phải có kế hoạch tỷ 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 DN

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 cấp cao 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 thì 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 hóa, là đối tượng kinh doanh và nền kinh tế thị trường hiện nay được coi là nền kinh tế thông tin hóa. 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 việc cung cầu thị trường hàng hóa, về công nghệ kỹ thuật, về người mua, về các đối thủ cạnh tranh...Ngoài ra, doanh nghiệp cần rất cần đến các thông tin việc 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 bắt được các thông tin cần thiết và biết xử 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.

- Chính sách giá

Mục tiêu của Marketing đến cuối cùng vẫn là đảm bảo lợi nhuận cho doanh nghiệp khi tham gia vào quá trình kinh doanh trên thị trường. Nhưng mục tiêu trực tiếp của Marketing thương mại được xác định là tạo ra những cơ hội lớn nhất để có thể tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp, qua đó mới có thể đạt đến mục tiêu lợi nhuận. Marketing thương mại được nghiên cứu và phát triển là để nhằm mục đích giảm thiểu rủi ro trong hoạt động thương mại.

### **1.3.2. Nhóm các nhân tố bên ngoài DN**

- Môi trường chính trị - luật pháp

Các nhân tố chính phủ, luật pháp và chính trị tác động đến doanh nghiệp theo nhiều hướng khác nhau. Chúng có thể tạo ra cơ hội, trở ngại đôi khi là rủi ro cho doanh nghiệp. Có thể kể đến đó là: Sự ổn định về chính trị, sự nhất quán về quan điểm, chính sách lớn luôn là sự hấp dẫn các nhà đầu tư. Hệ thống luật pháp được xây dựng và hoàn thiện sẽ là cơ sở cho việc kinh doanh ổn định. Các quyết định về quảng cáo đối với một số doanh nghiệp, lĩnh vực kinh doanh sẽ là mối đe dọa, tiêu biểu như các công ty rượu sản xuất rượu cao độ, thuốc lá... Quyết định về các loại thuế và các lệ phí vừa có thể tạo cơ hội nhưng cũng có thể là những phanh hãm sự phát triển sản xuất. Luật lao động, quy chế tuyển dụng, chế độ hưu trí, trợ cấp thất nghiệp,... cũng là những điều mà doanh nghiệp cần phải lưu tâm đến.

- Môi trường kinh tế

Môi trường kinh tế vĩ mô bao gồm các yếu tố nằm bên ngoài doanh nghiệp không chỉ định hướng và có ảnh hưởng trực tiếp đến các hoạt động quản trị của doanh nghiệp mà còn ảnh hưởng cả tới môi trường vi mô bên ngoài và môi trường nội bộ bên trong của doanh nghiệp đó. Các yếu tố này có thể coi là những nguyên nhân chính tạo ra cơ hội cũng như nguy cơ cho các hoạt động của nó. Nghiên cứu kỹ lưỡng các yếu tố môi trường kinh tế vĩ mô có vai trò khá quan trọng đối với hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Nhìn chung chúng bao gồm từ các yếu tố sau: Tổng sản phẩm quốc nội (GDP), Yếu tố lạm phát, Tỷ giá hối đoái và lãi suất cho và Tiền lương và thu nhập.

- Môi trường Khoa học công nghệ



“Nhờ ứng dụng các thành tựu mới của khoa học, kỹ thuật và công nghệ mà các doanh nghiệp có thể nhanh chóng đưa ra các sản phẩm hoặc dịch vụ có chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu thị trường với giá thành hạ, làm tăng lợi nhuận, tăng hiệu quả kinh doanh, tăng khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp trên thị trường. Do vậy khi xây dựng chiến lược kinh doanh, đầu tư công nghệ mới, sản phẩm hoặc dịch vụ mới...doanh nghiệp cần phải tính toán thật kỹ lưỡng trên cơ sở xu hướng phát triển kỹ thuật, công nghệ...của ngành mình”.

- Môi trường cạnh tranh ngành

Trong nền kinh tế toàn cầu hiện nay sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt, các doanh nghiệp không chỉ cạnh tranh với các doanh nghiệp trong nước mà còn phải cạnh tranh với các doanh nghiệp ngoài nước, để tồn tại và phát triển các doanh nghiệp phải thường xuyên hoàn thiện mình, duy trì lợi thế cạnh tranh sẵn có và khắc phục các yếu điểm so với đối thủ cạnh tranh. Đối thủ cạnh tranh luôn là trở ngại lớn cho doanh nghiệp trong việc nâng cao hiệu quả kinh tế. Các doanh nghiệp trong lĩnh vực dịch vụ cũng không ngoài các điều kiện này”.

- Thị trường, khách hàng

“Thị trường đầu vào cung cấp các yếu tố phục vụ cho quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Trong dịch vụ, thị trường này cũng rất quan trọng vì các yếu tố đầu vào như: Nhiên liệu, vật tư phụ tùng thay thế, lao động ....luôn chiếm tỉ lệ rất lớn trong chi phí kinh doanh, nó tác động trực tiếp đến chi phí kinh doanh và do vậy tác động trực tiếp đến hiệu quả của doanh nghiệp. Thị trường đầu ra là người sử dụng sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp, nó tạo ra doanh thu, quyết định quá trình tái sản xuất và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Việc tạo lập thị trường đầu ra có ý nghĩa sống còn đối với mỗi doanh nghiệp”.

## **CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN QUỐC TẾ BẮC VIỆT NAM**

### **2.1. Giới thiệu tổng quan về Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam**

- Tên công ty: CÔNG TY CỔ PHẦN QUỐC TẾ BẮC VIỆT NAM
- Tên quốc tế: BAC VIET NAM INTERNATIONAL JOINT STOCK COMPANY
- Tên viết tắt: BAC VIET NAM JSC
- Ngày thành lập: 28/09/2016
- Người đại diện pháp luật: Bùi Văn Mạnh
- Địa chỉ trụ sở: Số 12, lô LK18, khu đô thị Quang Minh, xã Thuỷ Sơn, huyện Thuỷ Nguyên, thành phố Hải Phòng, Việt Nam
- Mã số thuế: 0201744739
- Cơ sở cấp: Sở Kế hoạch và Đầu tư thành phố Hải Phòng
- Số điện thoại công ty: 02253675029
- Fax công ty: 02253675209
- Loại hình doanh nghiệp: Công ty cổ phần ngoài nhà nước
- Vốn điều lệ: 1.000.000.000 (1 tỷ đồng chẵn)
- Số nhân viên: 121 người

#### **2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của doanh nghiệp**

Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam hoạt động theo giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh Công ty Cổ phần có mã số thuế 0201744739 do Sở Kế hoạch và Đầu tư thành phố Hải Phòng cấp ngày 28/09/2016 tại địa chỉ số 46B, tổ dân phố Quyết Thành, thị trấn Minh Đức, huyện Thuỷ Nguyên, thành phố Hải Phòng. Công ty có tư cách pháp nhân kể từ ngày được cấp Giấy chứng nhận Đăng ký kinh doanh, có con dấu riêng, có tài khoản. Chủ sở hữu Công ty lúc bấy giờ là ông Bùi Văn Dũng chịu trách nhiệm về các khoản nợ và nghĩa vụ tài sản khác của Công ty trong phạm vi số vốn điều lệ của Công ty.

Suốt thời gian hoạt động, công ty luôn không ngừng cố gắng, nỗ lực và đã có chỗ đứng trên thương trường trong lĩnh vực mà công ty kinh doanh. Số lượng lao động trong công ty đã tăng lên đáng kể. Vào những năm đầu kinh doanh, nhân viên của công ty chỉ có 15 người, chủ yếu nằm trong các phòng Kinh doanh và Kỹ thuật. Đến năm 2018, Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam chuyển trụ sở về địa chỉ số 12, lô LK18, khu đô thị Quang

Minh, xã Thủy Sơn, huyện Thủy Nguyên, thành phố Hải Phòng, Việt Nam do ông Bùi Văn Mạnh làm người đại diện pháp luật. Đến nay, số lượng nhân viên cũng tăng lên thành 121 người với trình độ vững chắc, có tay nghề và ý thức trách nhiệm cao. Quy mô hoạt động của công ty giờ đây không chỉ nằm trong địa bàn huyện Thủy Nguyên mà còn mở rộng sang các huyện, xã khác trong thành phố Hải Phòng và các thành phố khác như Quảng Ninh, Hải Dương.

Những năm đầu thành lập, Công ty đã hoàn thành tốt nhiều dự án, công trình đường dây và trạm quy mô lớn, chất lượng cao. Các công trình xây lắp của Công ty đã mang nguồn năng lượng đến mọi miền đất nước.

Đến nay, Công ty đã có hơn 7 năm hoạt động, với cách làm việc uy tín, đảm bảo sản phẩm dịch vụ chất lượng đã giúp công ty nâng cao uy tín, cạnh tranh được với các công ty khác. Những năm qua với ngành nghề kinh doanh và năng lực của mình, Công ty đã thực hiện hoàn thành chục nghìn km đường dây 500kV, 220 kV, 110kV và hàng chục nghìn km đường dây 35kV, hoàn thành nhiều sự án trạm biến áp đến 500kV với tổng công suất hàng chục nghìn MVA.

### ***2.1.2. Ngành nghề, lĩnh vực kinh doanh của Công ty***

Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam hoạt động chủ yếu trong các lĩnh vực sản xuất thiết bị, xây dựng công trình, lắp đặt hệ thống, bán buôn, kiến trúc và tư vấn kỹ thuật. Các ngành nghề kinh doanh cụ thể như:

- Lắp đặt hệ thống điện.
- Xây dựng công trình điện, cụ thể công trình điện từ 0,4 đến 35kV; xây dựng công trình đường dây và trạm biến áp cấp điện áp 220kV và từng phần của đường dân 500kV; xây dựng, cải tạo, vận hành lưới điện có điện áp đến 110kV.
- Xây dựng các công trình viễn thông, thông tin liên lạc.
- Xây dựng các công trình kỹ thuật dân dụng.
- Sửa chữa máy biến áp.
- Sửa chữa máy móc, thiết bị điện.
- Truyền tải và phân phối điện: Vận hành các trạm phát điện đến cấp điện áp 110KV; quản lý và vận hành lưới điện phân phối đến điện áp 110KV.
- Bán buôn máy móc, thiết bị điện, vật liệu điện.

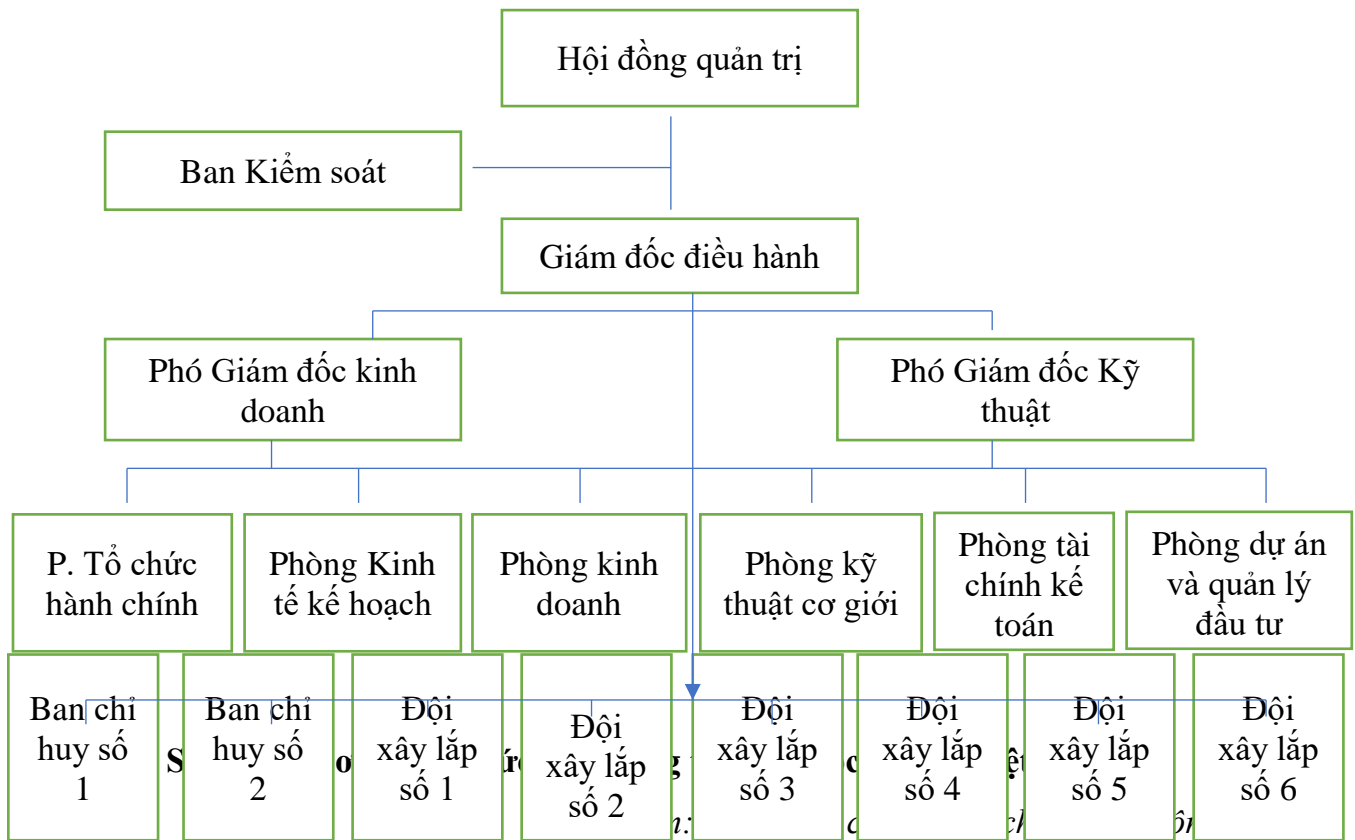
- Kho bãi là lưu giữ hàng hoá.

Trong đó lĩnh vực kinh doanh chủ yếu của công ty hiện nay là: Lắp đặt hệ thống điện (mã ngành: 43210).

### 2.1.3. Cơ cấu tổ chức

#### 2.1.3.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức

Để đảm bảo tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty có hiệu quả, công ty đã tiến hành sắp xếp lại bộ máy tổ chức, quản lý thể hiện qua bảng sau:



#### 2.1.3.2. Chức năng, nhiệm vụ của từng bộ phận

- Hội đồng quản trị: Vì là cơ quan quản lý trong công ty nên Hội đồng quản trị có các chức năng, nhiệm vụ để thực hiện các quyền và nghĩa vụ của mình đối với hoạt động kinh doanh, tổ chức và điều hành công ty như:

Quyết định chiến lược, kế hoạch phát triển trung hạn và kế hoạch kinh doanh hằng năm của công ty.

Quyết định bán cổ phần mới trong phạm vi số cổ phần được quyền chào bán của từng loại; quyết định huy động thêm vốn theo hình thức khác.

Quyết định phương án đầu tư và dự án đầu tư trong thẩm quyền và giới hạn theo quy định của pháp luật.

Quyết định giải pháp phát triển thị trường, tiếp thị và công nghệ.

Giám sát, chỉ đạo Giám đốc hoặc Tổng giám đốc và người quản lý khác trong điều hành công việc kinh doanh hằng ngày của công ty.

Quyết định cơ cấu tổ chức, quy chế quản lý nội bộ của công ty, quyết định thành lập công ty con, lập chi nhánh, văn phòng đại diện và việc góp vốn, mua cổ phần của doanh nghiệp khác.

Hội đồng quản trị họp và thảo luận các vấn đề liên quan đến chiến lược phát triển của công ty, kế hoạch sản xuất kinh doanh, chính sách chi trả cổ tức và các vấn đề doanh nghiệp khác.

- Ban kiểm soát

Kiểm tra, đánh giá các thông tin kinh tế, tài chính và phi tài chính đã và đang cũng như sẽ phát sinh trong quá trình hoạt động của Công ty.

Xác nhận và báo cáo về chất lượng và độ tin cậy của thông tin quản trị, thông tin tài chính do các cá nhân, phòng ban, bộ phận và Ban điều hành công ty. Báo cáo cho Hội đồng quản trị.

Kiến nghị giải pháp quản lý rủi ro tiềm tàng vốn có và có thể xảy ra trong tương lai đối với hoạt động của doanh nghiệp.

Xác nhận việc tuân thủ pháp luật, tuân thủ nghị quyết của Hội đồng quản trị mà Ban điều hành doanh nghiệp đã và đang thực hiện trong quá trình điều hành hoạt động.

Giám sát thực hiện các giải pháp để chỉnh sửa, khắc phục sai phạm, rủi ro trong mỗi bộ phận, phòng ban và toàn bộ quá trình hoạt động của doanh nghiệp.

Thực hiện việc kiểm tra những sai sót, khi có yêu cầu của cổ đông, Ban Kiểm soát sẽ chịu trách nhiệm kiểm tra theo một khoản thời gian quy định, kể từ ngày nhận được yêu cầu.

Trực tiếp can thiệp vào hoạt động công ty khi cần thiết. Tiến hành kiến nghị với Hội đồng quản trị để đưa ra các biện pháp sửa đổi, bổ sung, cải tiến cơ cấu tổ chức quản lý, điều hành hoạt động kinh doanh của công ty.

Thường xuyên báo cáo với Hội đồng quản trị về tính trung thực, chính xác, hợp pháp của kết quả hoạt động của công ty, báo cáo tài chính, lập sổ kế toán, các báo cáo khác của công ty.

- Giám đốc điều hành

Lập kế hoạch và định hướng chiến lược phát triển chung cho toàn công ty; Thiết lập mục tiêu, hướng phát triển và chiến lược kinh doanh.

Điều hành và chịu trách nhiệm về toàn bộ hoạt động của công ty; Lập kế hoạch kinh doanh và marketing.

Thực hiện các nghị quyết, kế hoạch kinh doanh và đầu tư mà Hội đồng quản trị đã thông qua; Chịu trách nhiệm về lợi nhuận, mức độ phát triển và tăng trưởng của công ty; Đảm bảo đạt được các mục tiêu về tăng trưởng và phát triển.

Quản lý nhân viên trong công ty, đảm bảo hiệu suất làm việc luôn được tối ưu; Đánh giá tình hình và kết quả hoạt động của các bộ phận, phòng ban.

Nhận diện những thách thức và cơ hội từ thị trường; Đa dạng hóa các sản phẩm hiện tại và phát triển các sản phẩm mới cho doanh nghiệp; Đánh giá các rủi ro doanh nghiệp có thể gặp phải và đảm bảo những rủi ro ấy được giám sát và giảm thiểu đáng kể.

Đề xuất với HĐQT về số lượng, mức lương, trợ cấp, bổ nhiệm, miễn nhiệm và các điều khoản khác liên quan đến cán bộ quản lý mà doanh nghiệp cần thuê.

Phê duyệt cấu trúc tổ chức doanh nghiệp và phạm vi trách nhiệm các cấp quản lý trong doanh nghiệp.

Trình bày báo cáo và đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động cho HĐQT.

- Phó Giám đốc kinh doanh

Phó Giám đốc kinh doanh chính là người điều hướng chiến lược kinh doanh cho cả doanh nghiệp. Do đó, việc hoạch định chiến lược dài hạn, rõ ràng là nhiệm vụ của giám đốc kinh doanh không thể thiếu.

Thường xuyên theo dõi tình hình kinh doanh cũng như đánh giá được cụ thể doanh số bán hàng hiện nay ra sao.

Xác định các thị trường tiềm năng cũng như cập nhật tình hình đối thủ mới, các sản phẩm mới trên thị trường. Phân cấp cho trưởng phòng kinh doanh thực hiện tổng hợp tin tức, phản hồi từ khách hàng.

Phân tích thị hiếu cũng như những biến động thị trường thời gian gần đây, phó giám đốc kinh doanh cần đưa ra xu hướng tiêu dùng mới đáp ứng thị hiếu khách hàng. Từ đó, xây dựng các kế hoạch bán hàng cụ thể cho từng giai đoạn, từng phòng ban.

Tuyển dụng nhân lực, phân bổ, đào tạo và theo dõi hiệu quả làm việc của các nhân viên. Thường xuyên đào tạo phát triển nhân viên và đánh giá nhân viên qua những giai đoạn nhất định để đạt được mục tiêu chung.

Chịu trách nhiệm đàm phán với các bên liên quan từ nhân viên, ban giám đốc, khách hàng và các nhà cung cấp khác.

Đưa ra những thay đổi cơ bản trong công tác kinh doanh, xây dựng tiền đề cho việc phát triển dài hạn của doanh nghiệp.

- Phó Giám đốc kỹ thuật

Người quản lý phòng kỹ thuật có nhiệm vụ thiết kế, triển khai, chỉ đạo thi công sản phẩm ở các giai đoạn sản xuất. Tổ chức quản lý, kiểm tra chất lượng sản phẩm, tham gia nghiệm thu, bàn giao sản phẩm.

Lập kế hoạch, phương án kỹ thuật, danh mục, hạng mục cung cấp cho cho các Phòng ban liên quan. Quản lý, kiểm tra, hướng dẫn các đơn vị thực hiện sản xuất sản phẩm theo đúng tiêu chuẩn.

Phó Giám đốc kỹ thuật cũng làm công tác lập hồ sơ lưu trữ dữ liệu, hồ sơ dự thầu, chuẩn bị ngân sách, đăng ký, đăng kiểm chất lượng hàng hóa, sản phẩm hoặc hỗ trợ phòng kinh doanh lập giá thầu, giá thành sản phẩm.

Bên cạnh việc đảm bảo quá trình vận hành máy móc thiết bị diễn ra đúng chu trình, suôn sẻ thì Trưởng phòng bộ phận này còn tìm ra các phương pháp cải tiến, nâng cao chất lượng, sản phẩm của doanh nghiệp, lập kế hoạch bảo dưỡng thiết bị, công trình.

Quản lý an toàn kỹ thuật. Xây dựng kế hoạch đào tạo, tuyển dụng nhân sự, nâng cao chuyên môn cho thành viên trong nhóm. Phân bổ công việc cho nhân viên cấp dưới, chỉ đạo, hướng dẫn để họ hoàn thành tốt công việc của mình.

Làm việc với đối tác, tư vấn, giải thích các vấn đề về kỹ thuật cho khách hàng, nhà đầu tư cũng như ban giám đốc.

Xử lý tốt các sự cố, rủi ro phát sinh. Đảm bảo công tác kỹ thuật luôn tuân thủ quy tắc, tiêu chuẩn.

Phó Giám đốc kỹ thuật phân tích công nghệ, nhu cầu tài nguyên, nhu cầu thị trường, lập kế hoạch và đánh giá tính khả thi của dự án.

Ngoài các công việc chính kể trên thì Phó Giám đốc kỹ thuật có trách nhiệm báo cáo các công việc liên quan đến kỹ thuật, bộ phận quản lý của mình với ban giám đốc.

Xem xét, báo cáo, phê duyệt chi tiêu, thực thi các quy tắc và quyết định mua vật liệu hoặc dịch vụ. Đề xuất, phê duyệt hợp đồng, dự toán chi phí.

- Phòng tổ chức hành chính

Tham mưu, giúp việc cho giám đốc công ty và tổ chức thực hiện các việc trong lĩnh vực tổ chức lao động, quản lý và bố trí nhân lực, bảo hộ lao động, chế độ chính sách, chăm sóc sức khỏe cho người lao động, bảo vệ quân sự theo luật và quy chế công ty.

Kiểm tra, đôn đốc các bộ phận trong công ty thực hiện nghiêm túc nội quy, quy chế công ty

Làm đầu mối liên lạc cho mọi thông tin của giám đốc công ty

- Phòng kinh tế kế hoạch

Xây dựng kế hoạch sản xuất kinh doanh từng tháng, quý, năm và kế hoạch ngắn hạn, trung hạn, dài hạn theo yêu cầu của Lãnh đạo Tổng công ty;

Tổng hợp, cân đối và giao kế hoạch sản xuất, đầu tư hàng năm cho các đơn vị thành viên đảm bảo đúng quy định của Tổng công ty;

Xây dựng, trình duyệt, quản lý và đề xuất các biện pháp để triển khai thực hiện chiến lược, quy hoạch, chính sách, kế hoạch sản xuất và đầu tư dài hạn, trung hạn, hàng năm của Tổng công ty;

Thường xuyên theo dõi, đôn đốc các đơn vị thành viên triển khai thực hiện sản xuất và đầu tư đảm bảo tiến độ, chất lượng;

Tổ chức nghiệm thu công trình, sản phẩm đã hoàn thành để bàn giao đưa vào sử dụng.

- Phòng kinh doanh

Thực hiện công tác nghiên cứu và phát triển sản phẩm của doanh nghiệp. Tiếp cận mở rộng phạm vi thị trường và khách hàng tiềm năng. Lên chiến lược phát triển cho hoạt động kinh doanh của công ty, từ khâu sản xuất sản phẩm tới việc gia nhập thị trường và xây dựng quan hệ với khách hàng. Giám sát tiến độ thực hiện chiến lược kinh doanh, đảm bảo theo đúng quy trình và kế hoạch. Phụ trách tìm hiểu thông tin, đàm phán, ký kết hợp



đồng với khách hàng, đối tác. Phối hợp cùng ban Marketing đề xuất những chiến dịch quảng bá nhằm tiếp cận khách hàng, tăng độ nhận diện thương hiệu, nâng cao doanh số. Xây dựng chính sách bán hàng với lợi ích hấp dẫn riêng biệt cho từng nhóm khách hàng. Lên kế hoạch và thực hiện các hoạt động gia tăng độ tin nhiệm của khách hàng đối với công ty, duy trì và mở rộng lượt khách hàng mới. Quản lý hồ sơ thông tin khách hàng một cách khoa học, cẩn thận. Phòng ban chịu trách nhiệm chính đối với công việc kinh doanh của doanh nghiệp.

- Phòng tài chính – kế toán

Tham mưu cho giám đốc công ty thì kế toán thu chi tài chính, cập nhập chứng từ sổ sách chi tiêu văn phòng, các khoản cấp phát phải cho vay và thanh toán khối lượng hàng tháng đối với các đội. Thực hiện đúng các chế độ chính sách của nhà nước về tài chính phải chế độ bảo hiểm phải thuyết khấu hao, tính lương cho văn phòng và các đội, báo cáo định kỳ và quyết toán công trình

- Phòng dự án và quản lý đầu tư

Chức năng của phòng dự án là tham mưu, tư vấn cho Ban giám đốc công ty về các vấn đề liên quan đến việc quản lý quá trình thực hiện dự án. Đồng thời nghiên cứu, tìm ra phương án hiệu quả để phát triển các dự án nhằm đáp ứng tốt nhất các yêu cầu của thị trường.

- Ban chỉ huy

Giám sát và quản lý thi công các công việc trong phạm vi quản lý của mình

Lập kế hoạch và kiểm soát tiến độ thi công định kỳ (theo tuần, tháng...) bao gồm cả nhà thầu phụ

Lập báo cáo tiến độ thi công với cấp trên và kiểm soát báo cáo của cấp dưới

Đại diện cho công ty giải quyết những vấn đề liên quan phát sinh trong quá trình thi công. Tổ chức họp với các bộ phận thực thi, kỹ thuật để xử lý khi có sự cố phát sinh

Triển khai kế hoạch thi công, thực hiện nghiệm thu đảm bảo đúng tiến độ và chất lượng cam kết với chủ đầu tư; điều phối và quản lý cán bộ công nhân viên theo đúng quy định

Chịu trách nhiệm về vấn đề sai phạm của công nhân viên. Đảm bảo phối hợp tốt các hoạt động giữa chủ đầu tư, các nhà thầu phụ, nội bộ công ty và các phòng ban có liên quan.

- Đội xây lắp

Thi công, lập quyết toán các công trình, hạng mục công trình theo hợp đồng do Công ty giao; tham gia nghiệm thu công tác thực hiện.

Quản lý, bảo dưỡng, sử dụng các loại xe chuyên dụng, công cụ lao động, nguyên nhiên vật liệu phục vụ cho công tác được an toàn và hiệu quả.

Đề xuất các định mức kinh tế kỹ thuật, nguyên vật liệu, công cụ có liên quan đến nhiệm vụ của Đội.

Nhận và phát bảo hộ lao động, dụng cụ lao động cho công nhân trong phạm vi định mức.

Chủ động tìm đối tác để tạo thêm các đơn hàng cho hoạt động của Đội.

Đề xuất bổ sung hoặc giảm bớt lao động thuộc Đội.

Các công tác liên quan và công tác khác khi được giao.

#### **2.1.4. Tình hình lao động của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam**

Công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam chuyên về lĩnh vực sản xuất, xây lắp hệ thống điện nước vì vậy nguồn nhân lực luôn là yếu tố quan trọng nhất đối với công ty.

**Bảng 2.2 Cơ cấu nhân sự tại Công ty CP Quốc tế Bắc Việt Nam 2021 - 2022**

(Đơn vị tính: người)

Chỉ tiêu	Năm 2021		Năm 2022	
	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng
Theo độ tuổi				
<30 tuổi	52	54,73	76	62,8
31 – 45 tuổi	31	32,63	30	24,8
>45 tuổi	12	12,64	15	12,4
Theo giới tính				
Nam	65	72,22	85	70,24
Nữ	30	27,78	36	29,76
Theo trình độ				
Trên Đại học	4	4,2	10	8,3
Đại học	15	15,7	25	20,6

Cao đẳng	28	29,47	32	26,44
Trung học chuyên nghiệp	26	27,36	38	31,40
Chứng chỉ nghề sơ cấp	20	21,05	16	13,22
Chưa qua đào tạo	2	2,1	0	0
Tổng	95	100	121	100

(Nguồn: Phòng Hành chính của Công ty)

- Cơ cấu lao động theo giới tính

Do đặc thù của công ty nhà sản xuất, xây lắp hệ thống điện nước nên lao động nam chiếm tỷ lệ cao hơn lao động nữ, lao động nữ chủ yếu phục vụ cho khối văn phòng. Tỷ trọng nam giới trong công ty chiếm 70,24% năm 2022, tăng cao hơn so với năm 2021 là 20 người, chiếm 13,3%. Điều này cũng phù hợp với tính chất công việc của công ty cần chi như áp lực lớn và làm những công việc nặng nhọc trong cuộc xây dựng và sản xuất. Phần lớn nhân viên nữ đảm nhiệm các chức vụ về mặt giấy tờ, số liệu hành chính và hợp đồng lao động. Có thể thấy cơ cấu nhân lực theo giới tính của công ty là khá hợp lý với ngành nghề mà công ty đang kinh doanh, giúp công ty có thể phát triển lâu dài trong tương lai và mở rộng quy mô sản xuất.

- Cơ cấu lao động theo độ tuổi

Hiện nay, độ tuổi lao động được pháp luật Việt Nam quy định từ 15 -60 tuổi đối với lao động nam và từ 15 – 55 tuổi đối với lao động nữ. Tuy nhiên, để đảm bảo được năng suất công việc, công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam chỉ sử dụng lao động từ đủ 18 tuổi trở lên.

Lao động trẻ có độ tuổi dưới 30 tuổi được công ty bố trí hợp lý số lượng lao động trong độ tuổi này chiếm tỷ trọng cao. Vào năm 2021, số lao động dưới 30 tuổi là năm 52 người, chiếm tỷ trọng năm 54,73 %. Đến 2022, số lượng này tăng lên 76 người chiếm tỷ trọng 62,8%. Đây là một yếu tố thuận lợi cho công ty trong việc đào tạo, bồi dưỡng và nâng cao trình độ tay nghề cho đội ngũ lao động trẻ này.

Lao động trung niên từ 31 đến 45 tuổi: phần lớn số lao động trong độ tuổi này đã có kinh nghiệm cả về tuổi đời lẫn tuổi nghề. Với trình độ chuyên môn cao trong tay, họ là lực lượng giúp công ty duy trì được bộ máy sản xuất kinh doanh cũng như truyền đạt cho lứa trẻ mới. Ngoài ra số lao động trong độ tuổi này được đề bạt lên vị trí lãnh đạo thay vì nghỉ hưu sớm. Qua đó, công ty đã đổi mới được bộ máy quản lý lãnh đạo với tư duy trẻ hơn, có thể đưa ra những chính sách và chiến lược nhằm xây dựng công ty tốt hơn.

Lao động có độ tuổi trên 45: Trong năm 2021 độ tuổi lao động trên 45 tuổi là 12 người chiếm 12,64%, năm 2022 tăng lên 15 người. Phần lớn đây là những người nắm giữ các vị trí trong bộ máy lãnh đạo, với kinh nghiệm hoạt động trong lĩnh vực kiểm định kỹ thuật nhiều năm giúp họ đưa ra những quyết định và điều hành công ty một cách hợp lý. Hơn nữa phải lao động ở độ tuổi này rất có nhiều kinh nghiệm trong công việc vì vậy ban lãnh đạo công ty luôn có kế hoạch như họ đào tạo truyền đạt lại kinh nghiệm cho lớp trẻ mới vào. Đó sẽ là một yếu tố rất thuận lợi cho công ty trên đà phát triển.

- Theo trình độ lao động

Trình độ trên đại học: có thể thấy trong 2022, cơ cấu lao động theo trình độ của Công ty Cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam đã có sự thay đổi nhất định về tỷ trọng. Cụ thể 2021 số nhân viên trên Đại học 4 người, chiếm tỷ trọng 4,2% đến năm 2022 tăng lên 10 người, chiếm tỷ trọng 8,3%.

Trình độ Đại học cũng chiếm tỷ trọng cao. Công ty đã có chiến lược đầu tư nhất định cho nguồn lao động chính vì thế số lượng lao động đại học ngày càng tăng. Cụ thể năm 2021 số lượng người trình độ Đại học 15 người chiếm 15,72%; năm 2022 chiếm 20,6% tương ứng 25 người. Ngoài ra, nhân sự tại các phòng ban cũng yêu cầu trình độ đại học trở lại trong quá trình tuyển dụng nhằm tìm kiếm nguồn nhân lực có chất lượng đầu vào và đã được qua đào tạo đại học.

Trình độ Cao đẳng, trung học chuyên nghiệp và trình độ có chứng chỉ tay nghề chiếm tỷ trọng khá cao. Ngày nay do thị trường cạnh tranh ngày càng cao và sự phát triển mạnh mẽ của các doanh nghiệp hoạt động trong cùng ngành nghề thì việc sở hữu được lúc nào đông khách trình độ cao sẽ giúp cho công ty có những bước tiến quan trọng trong công cuộc xây dựng và phát triển doanh nghiệp. Bên cạnh đó trình độ trung học chuyên nghiệp tập trung chủ yếu ở khu vực sản xuất và quản lý sản xuất. Lực lượng lao động này được công

ty đào tạo và tuyển thêm qua các năm cho đây là sự cần thiết để đáp ứng được hoạt động kinh doanh của công ty nên lực lượng lao động này được tuyển chọn một cách khắt khe. Ngoài ra, trình độ các chứng chỉ nghề sơ cấp cũng được công ty tuyển dụng và đào tạo theo đặc thù công việc tại phân xưởng sản xuất của công ty. Đây là lực lượng lao động phải tuyển dụng thường xuyên và đào tạo liên tục tại doanh nghiệp nên tỷ trọng thường thay đổi.

### **Nhận xét:**

Công ty đang có cơ cấu lao động khá hợp lý phù hợp với đặc thù sản xuất, lắp đặt hệ thống điện nước của công ty. Lực lượng lao động của công ty chủ yếu là độ tuổi dưới 30. Đây là lực lượng trẻ nhiệt huyết và có trình độ chuyên môn nhất định phù hợp với yêu cầu của công việc. Hiện nay, trình độ nhân viên của công ty ngày càng được nâng cao dẫn đến sự phát triển của công ty ngày càng tiến bộ, góp phần đẩy mạnh hoạt động kinh doanh chung của công ty trong tương lai xa.

## **2.2. Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam giai đoạn 2021 – 2022**

### **2.2.1. Sản phẩm và dịch vụ của Công ty**

Với năng lực hiện tại Công ty đang sản xuất các loại sản phẩm và dịch vụ:

- Xây lắp đường dây và trạm biến áp đến 220kV, từng phần đường dây 500kV.
- Sản xuất phụ kiện cơ khí, cấu kiện thép. Tư vấn KSTK điện.
- Sản xuất dây cáp điện trần A, AS, kinh doanh thiết bị điện nước.
- Quản lý, kinh doanh điện đến hộ sử dụng.

### **2.2.2. Đặc điểm tổ chức sản xuất kinh doanh của Công ty**

Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam hiện nay việc sản xuất và tiêu thụ sản phẩm được tiến hành theo kế hoạch sản xuất của công ty. Sản phẩm của công ty là các công trình, thiết bị máy móc điện, bê tông thương phẩm..công ty còn đang thi công hàng nghìn km cáp phục vụ cho các loại máy biến áp, công trình xây dựng, lắp máy thiết bị, công trình giao thông thủy lợi.

Quy trình: Khi nhận được kế hoạch, lệnh điều động của công ty giao và dự toán công trình thì công ty tiến hành cung ứng vật tư, đồng thời giao cho các đơn vị thi công. Khi

công trình thi công xong phải lập quyết toán và bản vẽ hoàn công, biên bản nghiệm thu bàn giao, công trình đưa vào sử dụng. Quyết toán phải được bên A chấp nhận thanh toán. Đối với sản phẩm gia công cơ khí theo đơn đặt hàng của đội sản xuất hay khách hàng thì công ty nhận nguyên liệu cho sản phẩm gia công, đưa về kho, xuất kho đưa vào bộ phận sản xuất, gia công sản phẩm, hoàn thiện và đưa vào nghiệm thu được bên A chấp nhận và thanh toán.

### **2.2.3. Hoạt động Marketing của Công ty**

#### **2.2.3.1. Phân tích thị trường của doanh nghiệp**

##### **a) Nghiên cứu thị trường**

Do thiếu kinh nghiệm trong quá trình hoạt động nghiên cứu thị trường của doanh nghiệp mới được triển khai từ năm 2019, kết quả của quá trình nghiên cứu đó được công ty sử dụng làm nền tảng cho việc đưa ra quyết định marketing phù hợp với chiếc áo và tình hình thị trường xài lắp hệ thống điện hiện nay. Nhìn chung các cuộc nghiên cứu marketing thường được tiến hành bởi kinh doanh cùng với phòng phát triển dự án có các hoạt động nghiên cứu và chi tiết hơn, do vậy họ sẽ hiểu rõ hơn về thị trường và nắm bắt được nhu cầu một cách nhạy cảm.

Thị trường của công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam tập trung chủ yếu ở Hải Phòng, Quảng Ninh, Hải Nam, Hà Nội...tuy nhiên thị phần ở Hải Phòng chiếm nhiều nhất. Bên cạnh đó công ty cũng phải cạnh tranh với các công ty xây lắp hệ thống điện thấp trên địa bàn. Do ảnh hưởng của dịch bệnh COVID - 19 đến nền kinh tế Việt Nam và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp dẫn đến chậm phát triển so với kỳ vọng kế hoạch mà công ty đề ra đầu năm 2023.

##### **b) Đối thủ cạnh tranh**

Công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam đã xác định cho mình được đối thủ cạnh tranh chính là các doanh nghiệp trong lĩnh vực xây lắp thiết kế hệ thống điện, có thể kể đến như: Công ty Cổ phần Điện chiếu sáng Hải Phòng, Công ty Cổ phần tự động hóa Trường Phúc, Công ty Cổ phần xây lắp Hải Phòng, Công ty Cổ phần đầu tư xây lắp điện Hải Phòng, Công ty Cổ phần xây lắp điện Việt Tiến, Công ty Cổ phần thiết bị điện Hải Phòng.....Ở khi mà nhu cầu của người dân ngày càng tăng cao cùng với sự phát triển không ngừng nghỉ của nền kinh tế Việt Nam hiện nay, ngành xây lắp hệ thống điện là

một ngành cạnh tranh vô cùng khốc liệt. Để duy trì hoạt động cũng như củng cố được chỗ đứng trên thị trường, công ty đã thực hiện công tác phân tích một cách cụ thể thông qua các tiêu chí như sau: Xác định chính xác đối thủ cạnh tranh, chiến lược và mục tiêu của đối thủ, đánh giá điểm mạnh - điểm yếu cũng như thu thập thông tin khách hàng về cảm nhận đối với sản phẩm của đối thủ cạnh tranh.

Bên cạnh đó công ty Cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam còn tiến hành các cuộc nghiên cứu thị trường đối với khách hàng của mình, đa số những người tham gia vào cuộc nghiên cứu thị trường của công ty đều là những khách hàng của doanh nghiệp, và họ cho rằng doanh nghiệp đang hoạt động rất tốt, sản phẩm của doanh nghiệp rất chất lượng.

#### c) Khách hàng

Hơn ai hết công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam luôn nhận thức rõ khách hàng là người tiêu thụ, là người sẽ quyết định đến sự thành bại của công ty. Vì vậy, công ty không chỉ tìm cách cải thiện những mối quan hệ của mình mà còn đang chủ trương phát triển những mối dây liên kết chặt chẽ hơn và lòng trung thành với khách hàng của công ty.

Công ty có địa bàn chính tinh thành phố Hải Phòng, do vậy mà lượng khách được công ty chú trọng và quan tâm nhất vẫn là các doanh nghiệp có mặt trên địa bàn thành phố. Hiện nay, số lượng khách hàng của công ty đã có mặt trên hầu hết các tỉnh miền Bắc như Bắc Giang, Bắc Ninh, Quảng Ninh, Hà Nội, Hải Nam ...

Nhìn chung, các khách hàng của công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam đều là các doanh nghiệp có uy tín. Có thể nói chất lượng khách hàng là tốt và ổn định hơn so với khách hàng của các đối thủ cạnh tranh. Với sự phát triển của ngành kinh tế tại các tỉnh thành đã tạo điều kiện cho công ty dễ dàng vận chuyển, mua nguyên vật liệu để có thể lắp đặt và hoàn thành công trình đúng thời hạn.

Khách hàng ngày càng được mở rộng, vì vậy công ty ngày càng nỗ lực phục vụ tốt và sự chu đáo, nhiệt tình và tận tâm, luôn nghĩ ra các phương thức, các dịch vụ gia tăng mới nhằm thu hút và giữ chân khách hàng.

#### 2.2.3.2. Các hoạt động Marketing trong danh nghiệp

##### a) Chiến lược sản phẩm

Sản phẩm của Công ty Cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam khá đa dạng bao gồm các sản phẩm thuộc lĩnh vực xây dựng, lắp đặt, sản xuất các thiết bị và hệ thống thiết bị điện.

Trong những năm qua để có thêm khách hàng mới và giữ chân được khách hàng truyền thống, Công ty Cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam đã không ngừng hoàn thiện cơ cấu sản phẩm, cải tiến chất lượng dịch vụ phù hợp với cơ cấu của khách hàng. Điều này được thể hiện bởi các sản phẩm dịch vụ sau:

Các sản phẩm dịch vụ xây lắp: bao gồm việc xây dựng và lắp đặt các thiết bị và hệ thống thiết bị điện, đồ dùng gia đình và công nghiệp. Công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam luôn tìm kiếm nguồn thiết bị tinh cậy, quy trình gia công nhanh để đáp ứng được yêu cầu của khách hàng trên cơ sở thiết bị hiện đại, tiết kiệm diện tích và tiết kiệm nhân sự. Công ty sẽ cung cấp khi có nhu cầu đặt hàng xây dựng của khách hàng. Đây là sản phẩm chiếm tỷ trọng thu chủ yếu của công ty.

Sản phẩm xây lắp là những công trình xây dựng có quy mô lớn, kết cấu phức tạp mang tính đơn chiến, thời gian sản xuất sản phẩm xây lắp lâu dài. Do đó, việc tổ chức quản lý và hạch toán sản phẩm xây lắp phải lập dự toán (dự toán thiết kế, dự toán thi công). Quá trình sản xuất xây lắp phải so sánh với dự toán, lấy dự toán làm thước đo, đồng thời để giảm bớt rủi ro khi mua bảo hiểm cho công trình xây lắp.

Sản phẩm xây lắp được tiêu thụ theo giá dự toán hoặc giá thỏa thuận với chủ đầu tư, do đó tính chất hàng hóa của sản phẩm được xây lắp không thể hiện rõ ràng. Sản phẩm xây lắp cố định tại nơi sản xuất công các điều kiện sản xuất phải di chuyển theo địa điểm đặc sản phẩm. Đặc điểm này làm cho công tác quản lý sử dụng phải hạch toán tài sản, vật tư rất phức tạp do ảnh hưởng của điều kiện thiên nhiên, thời tiết và dễ mất mát, hư hỏng.

Sản phẩm xây lắp từ khi khởi công cho đến khi hoàn thành công trình bàn giao đưa vào sử dụng thường kéo dài, nó phụ thuộc vào quy mô, tính phức tạp về kỹ thuật của từng công trình. Quá trình thi công được chia thành nhiều giai đoạn, mỗi giai đoạn được chia thành nhiều công việc khác nhau, các công việc thường diễn ra ngoài trời chịu tác động rất lớn của các nhân tố môi trường như nắng, mưa, lũ lụt. Đặc điểm này đòi hỏi việc quản lý tổ chức tại giám sát chặt chẽ sao cho đảm bảo chất lượng công trình đúng như thiết kế và dự toán.

Bên cạnh đó hiện nay công ty đang bắt đầu cung cấp dịch vụ vận chuyển hàng hóa bằng đường bộ trong nước.



Trong các danh mục sản phẩm tranh, sản phẩm được công ty chủ trương coi trọng và là sản phẩm mũi nhọn trong tương lai là dịch vụ xây lắp hệ thống điện. Xác định rõ mục tiêu như vậy, nên thời gian qua, công ty luôn nỗ lực giữ vững những thành tích đã đạt được, cũng như cố gắng đề ra những phương án tốt, nhằm đạt được mục tiêu. Cụ thể, công ty vẫn duy trì những khách hàng và hạng mục sản phẩm ổn định, bên cạnh đó sẽ cố gắng mở rộng thêm hạng mục xây lắp và khách hàng để mở rộng địa bàn kinh doanh của đơn vị.

Tuy nhiên trong quá trình hoạt động kinh doanh của mình, công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam còn yếu kém trong việc tiếp cận thị trường mục tiêu. Thực chất, công ty chỉ mới dừng lại phạm vi hoạt động của mình chủ yếu trên địa bàn Hải Phòng và các tỉnh lân cận, chưa nắm rõ được nhu cầu của thị trường mà doanh nghiệp đang muốn tới. Vấn đề này có thể do khâu Marketing của đơn vị hoạt động chưa hiệu quả, chưa thực sự phát huy rõ vai trò của mình.

Suốt quá trình hoạt động kinh doanh của mình, công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam cố gắng đề ra những chiến lược nhằm thu hút các khách hàng mới và giữ chân được khách hàng đã có. Để làm được điều này, đòi hỏi công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam phải nỗ lực rất nhiều trong thời gian sắp tới.

#### b) Chiến lược giá

Chính sách giá có thể nói là một công cụ khá linh hoạt trong những công cụ marketing của công ty, đồng thời giữ một vị trí trong marketing hỗn hợp. Nó quyết định doanh lợi trong kinh doanh và quốc phòng trong việc xác định giá trị của dịch vụ. Ngoài ra, giá cả cũng giữ vai trò quan trọng trong việc tạo dựng hình ảnh của công ty.

Để xây dựng một công trình hay một hạng mục công trình thì công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam phải đầu tư vào quá trình sản xuất thì công một lượng chi phí nhất định. Những chi phí sản xuất mà công ty chi ra trong một quá trình thi công đó sẽ tham gia cấu thành nên giá thành sản phẩm xây lắp hoàn thành của quá trình đó.

Như vậy, giá thành sản phẩm xây lắp là toàn bộ chi phí sản xuất, bao gồm chi phí nguyên vật liệu trực tiếp, chi phí nhân công trực tiếp, chi phí máy thi công và chi phí sản xuất chung tính cho từng công trình, hạng mục công trình hay khối lượng xây lắp hoàn thành đến giai đoạn quy ước đã hoàn thành, nghiệm thu, bàn giao và được chấp nhận thanh toán.

Giá thành sản phẩm xây lắp của công ty mang tính chất cá biệt. Mỗi công trình, hạng mục công trình hay khối lượng xây lắp sau khi đã hoàn thành đều có một giá thành riêng. Khi nhận thầu một công trình thì rõ ràng là giá bán đã có ngay trước khi thi công công trình. Như vậy, giá bán có trước khi xác định được giá thành thực tế của công trình. Do đó giá thành thực tế của công trình chỉ quyết định tới lợi nhuận của công ty đạt được do thi công công trình đó mà thôi.

1	Lắp đặt điện khắc phục sang sửa hoàn thiện(cũ bảo trì hoặc nâng cấp lại)	M2	1	50 -60,000
2	Thi công hệ thống dây điện mới	M2	1	70 -80,000
3	Thi công dây âm tường mới	M2	1	60- 80,000
4	Thi công, lắp đặt điện nước mới	M2	1	60- 80,000
5	Thi công lắp đặt đường nước mới	M2	1	100,000 - 130,000
6	Cải tạo, nâng cấp ống nước cũ	Phòng	1	1,200,000
7	Lắp đặt hệ thống nước hoàn thiện	Phòng	1	2,100,000

**Bảng 2.3. Bảng giá thi công lắp đặt điện nước Công ty CP Quốc tế Bắc Việt Nam đầu năm 2022**

*(Phòng Kinh doanh)*

Nhìn chung, giá cả sản phẩm dịch vụ xây lắp thiết bị hệ thống điện của công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam nằm ở mức trung bình và trung bình cao của thị trường Hải Phòng, có sản phẩm cao hơn giá của công ty đối thủ cạnh tranh nhưng lại có sản phẩm thấp hơn. Hơn nữa phải các công ty đối thủ thường sử dụng mức giá tạo ra cảm giác rẻ hơn, trong

khi đó công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam không sử dụng mức giá này để báo giá cho khách hàng. Do đó có thể nói tính cạnh tranh về giá của công ty là chưa ưu việt.

c) Chiến lược phân phối

Hiện nay, Công ty Cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam sử dụng chiến lược giao dịch trực tiếp với khách hàng thông qua văn phòng của doanh nghiệp. Đặc điểm lại đem lại những ưu điểm sau:

- Tạo thuận lợi cho việc giao dịch với khách hàng.
- Nhanh chóng kịp thời đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.
- Rút ngắn được khoảng cách giữa doanh nghiệp với khách hàng.
- Khách hàng sẽ được sử dụng dịch vụ trực tiếp của doanh nghiệp mà không cần qua trung gian phải điều này góp phần giảm chi phí cho khách hàng cũng như tăng doanh thu cho doanh nghiệp

Nhưng bên cạnh những ưu điểm đó, thì việc không có bộ phận trung gian, đơn vị gặp nhiều khó khăn trong việc tìm kiếm khách hàng. Đây là một hạn chế ảnh hưởng đến doanh thu và lợi nhuận của doanh nghiệp, vì thế Công ty Cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam nên nghiên cứu và xem xét tìm kiếm bộ phận trung gian để có nhiều khách hàng sử dụng dịch vụ của đơn vị.

Hiện nay, Công ty Cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam đang áp dụng các hình thức phân phối chính là: Công ty Cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam trực tiếp đến khách hàng. Như vậy, hiện nay Công ty Cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam mới chỉ áp dụng hình thức phân phối trực tiếp.

Công ty Cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam đưa ra ba tiêu chí cơ bản để đánh giá hoạt động phân phối của Công ty bao gồm:

Sự đảm bảo cho khách hàng khả năng tiếp cận ngay sản phẩm dịch vụ của Công ty một cách nhanh chóng, đáp ứng tốt nhất yêu cầu của khách hàng.

Mối quan hệ chặt chẽ với các bộ phận kinh doanh bên trong Công ty để thiết lập những dịch vụ mới, đặc thù để giải quyết những khó khăn trên phương diện kinh doanh.

Khả năng giúp khách hàng quản lý tốt các sản phẩm dịch vụ mà khách hàng đang sử dụng của Công ty.

Tuy nhiên, có một điều đáng tiếc là công ty lại chưa sử dụng phương tiện là website của Công ty để tiếp cận với khách hàng, do đó Công ty chưa thực hiện được chức năng thương mại điện tử. Đây là xu thế tất yếu trong giai đoạn hiện nay, vì vậy trong thời gian tới công ty nên thành lập website và sử dụng website để bán hàng, đây là kênh bán hàng trực tiếp hiệu quả nhất hiện nay khi mà nền kinh tế số đang bùng nổ như hiện nay.

#### d) Xúc tiến hỗn hợp

Xúc tiến hỗn hợp là một hoạt động rất quan trọng và cần thiết trong quá trình kinh doanh của công ty. Trong nhiều tình thế hiệu lực của hoạt động này có tác dụng quyết định đến kết quả của hành vi mua bán hàng hóa và thông báo cho công chúng biết về những thông tin quan trọng về sản phẩm như chất lượng và tác dụng của sản phẩm.

Có rất nhiều cách tiếp cận đối với khái niệm xúc tiến hỗn hợp trong kinh doanh. Xúc tiến hỗn hợp được hiểu là: Bất kỳ nỗ lực nào từ phía người bán để thuyết phục người mua chấp nhận thông tin của người bán và lưu trữ nó dưới hình thức có thể phục hồi lại được.

Xuất phát từ góc độ công ty xúc tiến thương mại được hiểu một cách tổng hợp và cụ thể như sau: “Xúc tiến hỗn hợp là một lĩnh vực hoạt động Marketing đặc biệt và có chủ đích được định hướng vào việc chào hàng chiêu khách và xác lập một quan hệ thuận lợi nhất giữa công ty và bạn hàng của nó với tập khách hàng tiềm năng trọng điểm nhằm phối hợp và triển khai năng động chiến lược và chương trình Marketing đã lựa chọn của công ty”.

Về nguyên tắc xúc tiến hỗn hợp phân loại theo đặc trưng của kênh truyền thông, lựa chọn có hai lớp:

- Xúc tiến hỗn hợp trực tiếp.
- Xúc tiến hỗn hợp gián tiếp.

Trong mỗi lớp trên lại được phân loại tiếp theo tiêu thức loại công cụ xúc tiến hỗn hợp chủ yếu được sử dụng thành các nhóm xúc tiến đặc trưng:

- Lớp đầu tiên: Xúc tiến quảng cáo đại chúng, quan hệ công chúng.
- Lớp thứ 2: Khuyến mãi, bán hàng trực tiếp, cá nhân, Marketing trực tiếp. Hiện nay Công ty Cổ quốc tế Bắc Việt Nam đang áp dụng các hình thức xúc tiến hỗn hợp thông qua Khuyến mãi, Bán hàng trực tiếp và Marketing trực tiếp.
- Bán hàng trực tiếp

Đây là hình thức giới thiệu trực tiếp của nhân viên bán hàng của Công ty tới khách hàng, là sự giới thiệu trực tiếp bằng miệng của người bán về sản phẩm qua cuộc trò chuyện, đối thoại với khách hàng và mục tiêu chủ đạo là bán hàng. Hình thức này mang tính cá nhân cao vì những thông tin ở đây được xác định rõ ràng cho từng đối tượng, cho nên thông điệp mang tính mang tính chọn lọc, thích nghi cao độ. Hình thức này phù hợp với những mặt hàng cần có sự hướng dẫn cụ thể của nhân viên công ty đối với khách hàng.

Tuy nhiên chi phí cho bán hàng trực tiếp thường lớn nên việc quản lý nhân viên bán hàng là một trong những nội dung quan trọng. Hoạt động này tạo ra được sự tin tưởng của khách hàng dẫn đến hành động mua. Bán hàng trực tiếp đặc biệt có hiệu quả khi khách hàng cần có sự chỉ dẫn đối với việc sử dụng sản phẩm. Đây là hình thức sử dụng kênh phân phối ngắn của công ty đề tận dụng những ưu điểm như: thuyết phục được khách hàng, thu thập thông tin phản hồi một cách nhanh chóng.

- Khuyến mãi

Hình thức xúc tiến thứ hai mà công ty sử dụng là Khuyến mại. Công ty đã sử dụng khuyến mại trực tiếp bằng giá trong các dịp để tác động tức thì, khuyến khích việc mua sản phẩm hay dịch vụ của công ty. Bằng việc tác động vào lợi ích vật chất bổ sung cho người mua, như là thưởng, giảm giá, ... thôi thúc khách hàng đi đến hành động quyết định mua nhanh hơn.

Đối với người tiêu dùng: Khuyến khích họ tiêu dùng nhiều hơn, mua với số lượng lớn hơn và mở ra những khách hàng mới.

Thực chất đây là công cụ kích thích để thúc đẩy các khâu cung ứng, phân phối và tiêu dùng đối với một hoặc một nhóm sản phẩm hàng hoá của công ty.

- Hình thức Marketing trực tiếp

Marketing trực tiếp thường được xem là thứ yếu so với những công cụ chủ yếu của quảng cáo và bán hàng trực tiếp. Tuy vậy, nó vẫn có thể đóng góp to lớn cho thành quả Marketing và đang đóng một số vai trò to lớn. Marketing trực tiếp cố gắng kết hợp các yếu tố của công tác Marketing lại để đi đến chỗ bán hàng trực tiếp không qua trung gian. Đây là hình thức bán hàng chủ yếu của công ty hiện nay.

Ngoài bán hàng trực tiếp Công ty cũng đã sử dụng hình thức Marketing trực tiếp qua điện thoại để có được những đơn đặt hàng trực tiếp của các khách hàng.

Lý do chủ yếu mà Công ty sử dụng hình thức Marketing trực tiếp là chi phí để tiếp cận với khách hàng là rẻ hơn rất nhiều khi sử dụng lực lượng bán hàng, khả năng kiểm soát nhu cầu và phản ứng nhanh nhạy hơn với nhu cầu thay đổi của khách hàng khi phải thông qua lực lượng trung gian. Việc sử dụng Marketing trực tiếp cũng đem lại cho khách hàng một số lợi ích như: Tiết kiệm thời gian cho khách hàng, Marketing trực tiếp giúp giới thiệu cho khách hàng nhiều mặt hàng để lựa chọn, giúp tiết kiệm chi phí cho khách hàng khi phải đi đến Công ty để mua hàng.

#### ***2.2.4. Những thuận lợi và khó khăn trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp***

##### *2.2.4.1. Những thuận lợi*

Công ty có được đội ngũ nhân viên đông đảo, thống nhất cao trong hệ thống của công ty, mọi người đều an tâm phấn khởi đoàn kết hăng say làm việc và có tinh thần trách nhiệm cao.

Cơ sở hạ tầng, vật chất của công ty vững chắc giúp cho công ty có thể tiến hành thi công các dự án một cách thuận lợi, tạo ra sự thoải mái cho người lao động.

Các dự án đã và đang triển khai của công ty thu hút nhiều đối tượng khách hàng, đem lại hiệu quả lớn cho đơn vị.

##### *2.2.4.2. Những khó khăn*

Các cơ chế chính sách, đơn giá, giá cả vật liệu xây dựng thường xuyên thay đổi, biến động làm ảnh hưởng đến công tác thiết kế, sản xuất và lắp đặt hệ thống điện nước theo đúng tiến độ.

Hiện nay, doanh nghiệp đang hoạt động trong thị trường cạnh tranh gay gắt. Nguồn vốn đầu tư cho các dự án có nhu cầu lớn trong khi đó nguồn vốn của công ty lại không đủ đảm bảo, còn gặp nhiều khó khăn, bị động trong các việc huy động vốn dẫn đến sự hạn chế trong việc sản xuất kinh doanh.

Mặc dù cơ cấu lao động của công ty là hợp lý tuy nhiên trình độ của cán bộ lãnh đạo, cán bộ quản lý còn yếu về mặt năng lực quản lý, về kinh nghiệm tổ chức sản xuất và điều hành.

Trong thời đại công nghiệp hóa hiện đại hóa ngày nay, việc đầu tư về con người và vật chất của công ty là điều rất cần thiết, quan trọng đối với bất kỳ công ty nào. Từ đó cũng góp phần tạo nên áp lực và khó khăn cho Công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam.

### 2.3. Đánh giá hiệu quả hoạt động SXKD của Công ty Cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam giai đoạn 2021 – 2022

Để đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh, trước tiên chúng ta sẽ phân tích các kết quả về doanh thu, chi phí, lợi nhuận mang lại và nó có ý nghĩa hết sức quan trọng với sự phát triển của doanh nghiệp.

#### 2.3.1. Phân tích kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty qua 2 năm 2021 – 2022.

##### 2.3.1.1. Phân tích doanh thu, chi phí, lợi nhuận của HĐKD của Công ty 2021 - 2022

Những kết quả đạt được của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam trong 2 năm qua (2021 và 2022) thể hiện qua bảng sau:

**Bảng 2.4 Kết quả kinh doanh của Công ty trong năm 2021 - 2022**

*Đơn vị tính: VND*

Hang mục	M S	Năm 2022	Năm 2021	Chênh lệch	
				Số tiền	Tỷ lệ (%)
<b>Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ</b>	<b>01</b>	48.802.180 .277	20.015.268 .475	28.786.811 .802	59%
Các khoản giảm trừ doanh thu	02				
Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ (10=01 -02)	10	48.802.180 .277	20.015.268 .475	28.786.811 .802	59%
Giá vốn bán hàng	11	46.381.019 .898	18.312.221 .791	28.068.798 .107	60,5%
Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ (20=01-02)	20	2.421.160. 379	1.703.046. 684	718.113.69 5	29,65%
Doanh thu hoạt động tài chính	21	1.138.244	580.823	557.421	48,98%
Chi phí tài chính	22	332.778.44 0	143.502.69 4	189.275.74 6	56,88%

Trong đó: Chi phí lãi vay			143.502.69 4		
Chi phí quản lý kinh doanh		1.993.366. 047	1.455.889. 499	537.476.54 8	26,97%
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh (30=20+21-22-24)	30	96.154.136	104.235.31 4	-8.081.178	-7,75%
Thu nhập khác	31				
Chi phí khác	32				
Lợi nhuận khác	40				
Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế (50=30+40)	50	96.154.136	104.235.31 4	-8.081.178	-7,75%
Chi phí thuế TNDN	51	19.230.827	20.874.063	-1.643.236	-8,5

(Nguồn: Báo cáo tài chính Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam 2021,2022)

**Bảng 2.5 Các chỉ tiêu phản ánh mức độ sử dụng chi phí của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam 2021 - 2022**

(Đơn vị tính: VNĐ)

Hang mục	Năm 2022	Năm 2021	Chênh lệch	
				Tỷ lệ (%)
1.Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	48.802.180 .277	20.015.268 .475	28.786.811 .802	59%
2.Giá vốn bán hàng	46.381.019 .898	18.312.221 .791	28.068.798 .107	60,5%
4. Chi phí quản lý kinh doanh	1.993.366. 047	1.455.889. 499	537.476.54 8	26,97%
Các chỉ tiêu phản ánh mức độ sử dụng chi phí				
5.Tỷ suất GVBH trên	0,9503	0,9149	0,9756	



DTT (5=2/1)				
6. Tỷ suất CPBH trên DTT (6=3/1)	0	0	0	
7. Tỷ suất CPQLDN trên DTT (7=4/1)	0,0408	0,0727	0,0186	

(Nguồn: Báo cáo tài chính Công ty CP Quốc tế Bắc Việt Nam 2021,2022)

- Doanh thu thuần

Với mục tiêu mở rộng thị trường tiêu thụ, Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ không ngừng gia tăng với tỷ lệ tăng cao 59%. Các khoản giảm trừ doanh thu hàng năm hầu như không có trong 2 năm qua. Cụ thể năm 2021, doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ đạt 20.015.268.475 VNĐ, đến năm 2022 đạt 48.802.180.277 VNĐ, tăng lên 28.786.811.802 VNĐ. Như vậy, đồng thời của việc tăng doanh thu tiêu thụ, các khoản giảm trừ doanh thu không có, chứng tỏ công ty quản lý phân tiêu thụ sản phẩm cũng như chất lượng sản phẩm tiêu thụ cũng tăng lên, đây là một cố gắng rất tốt của công ty.

- Giá vốn hàng bán

Tương ứng với doanh thu thì giá vốn hàng bán cũng có tốc độ tăng nhanh và khi xem xét năm 2022 thì tốc độ này còn cao hơn so với tốc độ tăng doanh thu (60,5%). Nguyên nhân là do càng ngày giá nguyên vật liệu tăng càng cao và công ty cũng muốn cải thiện chất lượng sản phẩm hơn năm trước. Tỷ suất giá vốn bán hàng trên doanh thu thuần phản ánh rõ điều này của năm 2021 và năm 2022 chỉ số này lần lượt là 0,9149 lần và 0,9503 lần (bảng 2.2), qua đây cũng thấy được giá vốn bán hàng chiếm tỷ trọng rất lớn. Trong tương lai công ty cần phải cố gắng tìm cách để đẩy mạnh chất lượng sản phẩm, xây lắp ngày một tốt hơn từ đó nâng cao vị trí cạnh tranh của Công ty, sử dụng các chi phí giá vốn hợp lý tiết kiệm, tránh tình trạng thất thoát gây lãng phí cho doanh nghiệp. Đa số các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh cũng vì mục tiêu lợi nhuận, chỉ tăng mỗi doanh thu mà lợi nhuận không tăng thì không có ý nghĩa và mục đích gì.

- Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ

Do tỷ lệ tăng của giá vốn bán hàng tới 60,5% và do đến năm 2022 công ty đã có sự điều chỉnh giá vốn bán hàng chỉ với mức tăng so với năm 2021 là 0,0354 lần, trong khi doanh

thu thuần cũng đạt mức gia tăng 59% không có sự cách biệt lớn nên lợi nhuận gộp cũng có mức tăng khá là 29,65%.

- Doanh thu, chi phí từ hoạt động tài chính

Chi phí tài chính tăng lên, năm 2022 so với năm 2021 tăng 189.275.746 VNĐ, tương ứng tỷ lệ 56,88%, chứng tỏ công ty vay nợ nhiều, khiến chi phí lãi vay trong năm 2022 cao hơn so với năm 2021, điều này làm cho chi phí tài tính của công ty tăng lên. Chủ yếu do vay nợ trong năm 2022 cao hơn so với năm 2021, lãi suất thị trường vẫn cao trong khi vay ngắn hạn ngân hàng về cuối năm chiếm tới hơn 90% tổng số vay và nợ ngắn hạn. Do đó, chi phí lãi vay tăng là tất yếu.

Trong khi đó doanh thu tài chính lại không đáng kể, năm 2022 doanh thu và chi phí của hoạt động tài chính lần lượt là 1.138.244 VNĐ, 332.778.440 VNĐ, do đặc thù kinh doanh nên mức tiền gửi ngân hàng là khá thấp, công ty cần xem xét quản lý khoản tiền gửi sao cho phù hợp với tình hình hiện nay của Công ty.

- Chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp

Do đặc thù ngành nghề kinh doanh nên doanh nghiệp không có chi phí bán hàng. Xem xét chi phí quản lý doanh nghiệp, năm 2022 tăng lên, tăng 537.476.548 VNĐ, tương ứng tỷ lệ 26,97%. Và tỷ suất chi phí quản lý doanh nghiệp đối với doanh thu nhỏ và đang có xu hướng tăng cụ thể ở trên bảng phân tích. Chắc hẳn tại thời điểm này công ty không đặt vấn đề tối thiểu hoá các chi phí mà công ty đang tập trung, làm sao có thể gia lượng hàng bán ra, trong chi phí quản lý doanh nghiệp thì khoản chi phí cho nhân viên quản lý chiếm tỷ trọng lớn nhất. Đây là chiến lược khôn ngoan của doanh nghiệp vì bây giờ các công ty cạnh tranh với nhau không những bằng dịch vụ bán hàng, sau bán hàng, chăm sóc khách hàng mà yếu tố con người cũng rất quan trọng.

- Lợi nhuận khác

Lợi nhuận khác của công ty đa phần là thu từ bán vật tư, phế liệu và thu nhập khác. Năm 2021 và năm 2022 Công ty hầu như không bán vật tư, phế liệu nên khoản lợi nhuận khác này không có.

Như vậy, qua những phân tích ở trên ta có thể hiểu được vì sao lợi nhuận trước thuế và lợi nhuận sau thuế của Công ty Quốc tế Bắc Việt Nam có nhiều biến động như vậy. Tóm lại, trong năm vừa qua công ty mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh, chú trọng đến việc

nâng cao chất lượng sản phẩm các công trình cũng như sản phẩm xây lắp và thiết bị khác, xem trọng yếu tố quản lý các chi phí, tăng doanh thu mở rộng thị trường tiêu thụ và quan tâm đời sống người lao động và lợi ích của cộng đồng.

### 2.3.1.2. Tài chính doanh nghiệp

#### a) Phân tích tình hình tài sản của doanh nghiệp

**Bảng 2.6: Cơ cấu tài sản của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam**

(Đơn vị tính: VND)

Tài sản	MS	2022	Tỷ trọng %	2021	Tỷ trọng %	Chênh lệch		
						Số tiền	Tỷ lệ (%)	Tỷ trọng
<b>I.TÀI SẢN</b>	<b>100</b>							
Tiền và các khoản tiền tương đương	110	25.517.634.598	46,76	19.614.549.024	62,67	5.903.085.574	31,1	15,91
<b>II.Các khoản đầu tư tài chính</b>	<b>120</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Chứng khoán kinh doanh	121	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00
Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn	122	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00
Đầu tư góp vốn vào đơn vị khác	123	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00
Dự phòng tổn thất đầu tư tài chính	124	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00
<b>III.Các khoản phải thu</b>	<b>130</b>	<b>19.301.942.385</b>	<b>35,37</b>	<b>3.287.488.259</b>	<b>10,5</b>	<b>16.014.454.124</b>	<b>82,97</b>	<b>24,87</b>
Phải thu của khách hàng	131	13.641.246.172	70,67	2.051.277.325	62,4	11.589.968.847	84,5	8,27
Trả trước cho người bán	132	5.660.696.213	29,33	1.236.210.934	37,6	4.424.485.279	78,2	-8,27
Vốn kinh doanh ở đơn vị trực thuộc	133	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00
Phải thu khác	134	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00
Tài sản thiếu chờ xử lý	135	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00
Dự phòng phải thu khó đòi	136	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00
<b>IV.Hàng tồn kho</b>	<b>140</b>	<b>7.495.484.848</b>	<b>13,8</b>	<b>5.879.370.647</b>	<b>18,8</b>	<b>1.616.114.201</b>	<b>21,6</b>	<b>-5</b>
Hàng tồn kho	141	7.495.484.848	100	5.879.370.647	100	1.616.114.201	21,6	0
Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	142	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0,00
<b>V.Tài sản cố định</b>	<b>150</b>	<b>1.985.510.847</b>	<b>3,64</b>	<b>2.474.175.878</b>	<b>7,9</b>	<b>-488.665.031</b>	<b>-19,75</b>	<b>-4,26</b>
Nguyên giá	151	3.004.615.453	151,3	2.983.728.181	120,6	20.887.272	0,7	30,7
Giá trị hao mòn lũy kế	152	(1.019.104.606)	51,32	(509.552.303)	20,6	(509.552.303)	50	30,72
<b>VI.Bất động sản đầu tư</b>	<b>160</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>VII.XDCB dở dang</b>	<b>170</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>VIII.Tài sản khác</b>	<b>180</b>	<b>269.872.453</b>	<b>0,5</b>	<b>43.400.000</b>	<b>0,13</b>	<b>226.472.453</b>	<b>84</b>	<b>0,37</b>
<b>Tổng cộng tài sản</b>	<b>200</b>	<b>54.570.445.13</b>	<b>100</b>	<b>31.299.023.80</b>	<b>100</b>	<b>23.271.421.323</b>	<b>42,64</b>	<b>0,00</b>

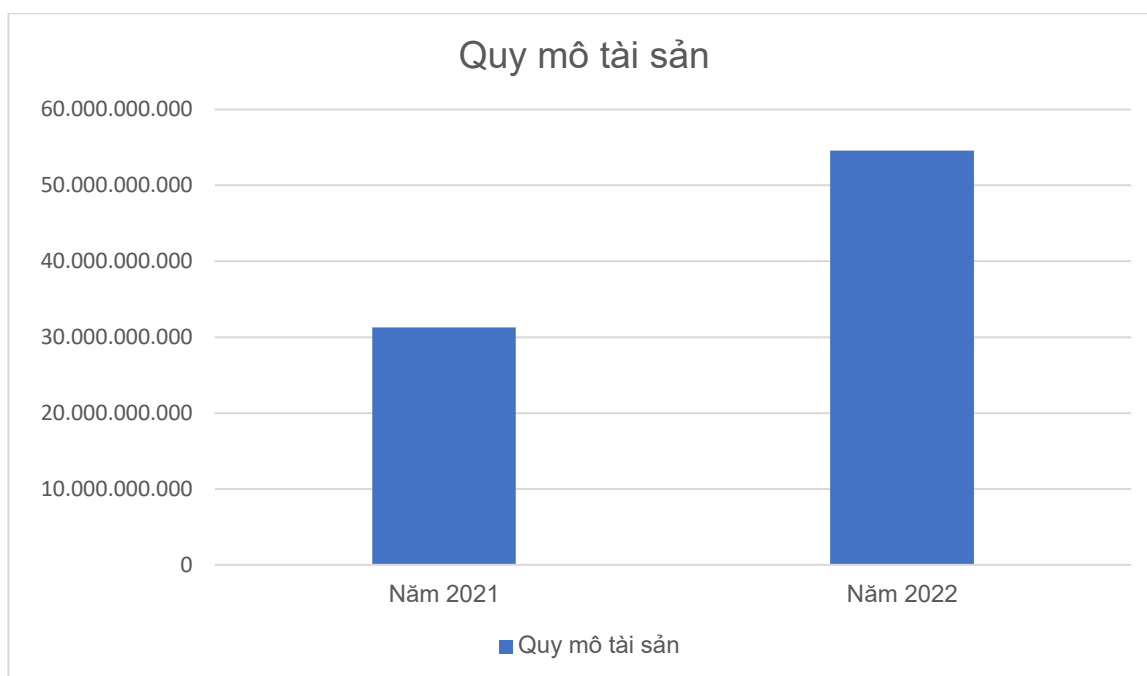
(200=110+120+130+140+150+ 160+170+180)		1		8				
---	--	---	--	---	--	--	--	--

(Nguồn: Báo cáo tài chính của Công ty CP Quốc tế Bắc Việt Nam năm 2021,2022)

Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam là một doanh nghiệp xây lắp các đường dây tải điện, sản xuất các thiết bị cũng như xây dựng các trạm biến áp, công trình thủy lợi...với quy mô lớn với tổng số vốn kinh doanh 2 năm gần đây tăng từ 31.299.023.808 VNĐ lên đến 54.570.445.131 VNĐ, tăng lên tương ứng với tỷ lệ 42,64%. Điều này chứng tỏ công ty đã không ngừng mở rộng quy mô kinh doanh.

### Biểu đồ 2 7. Quy mô tài sản của Công ty

Đơn vị tính: VNĐ



(Nguồn: Báo cáo tài chính Công ty CP Quốc tế Bắc Việt Nam 2021,2022)

Cả năm 2021 và năm 2022 thì tài sản đều chiếm tỷ trọng lớn, điều này phù hợp với đặc điểm ngành nghề kinh doanh của doanh nghiệp. So với năm 2021 thì năm 2022 tài sản đã tăng lên 23.271.421.323 VNĐ với tỷ lệ tăng 42,64%. Tài sản tăng chủ yếu là do sự tăng lên ở các khoản mục: các khoản phải thu, hàng tồn kho, trong khi đó các khoản mục khác giảm. Cụ thể:

- Các khoản phải thu:

Các khoản phải thu có sự biến động từ năm 2021 đến năm 2022 trong tổng tài sản. So với năm 2021 thì năm 2022 các khoản phải thu tăng 16.014.454.124 VNĐ, với tỷ lệ tăng cao

82,97% và tăng chủ yếu do các khoản phải thu khách hàng và trả trước cho người tăng với mức tăng cao, trong khi các khoản phải thu nội bộ giảm đáng kể và phải thu khác hầu như không có. Phải thu khách hàng ở thời điểm cuối năm chiếm 62,4% trong số các khoản phải thu so với năm 2021 thì đã tăng 11.589.968.847 VND với tỷ lệ tăng 84,5%. Việc tăng phải thu khách hàng cho thấy công ty cho khách hàng mua chịu nhiều hơn, do năm 2021 các khoản phải tồn lại, và trong những năm gần đây ngành xây lắp còn gặp nhiều khó khăn, cạnh tranh trên thương trường gay gắt bắt buộc công ty phải có chính sách thu hút khách hàng, năm 2022 công ty nhận xây lắp nhiều công trình điện chưa hoàn thành xong và do đặc điểm ngành nghề nên việc thanh toán từ khách hàng đang nợ chiếm phần lớn, bên cạnh đó công ty cũng nên xem xét quản lý thật chặt các khoản phải thu khách hàng, có chính sách thu hồi nợ tốt tránh trường hợp nợ khó đòi xảy ra. Phải thu nội bộ từ năm 2021 đến năm 2022 đều không có, điều này tốt cho công ty vì đã giảm được một khoản bị chiếm dụng trong nội bộ. Khoản trả trước cho người bán lại có phần tăng lên, từ 1.236.210.934 VNĐ năm 2021 lên đến 5.660.696.213 VNĐ vào năm 2022, tăng 4.424.485.279 VND tương ứng với tỷ lệ 78,2%. Trong khi đó đối với một doanh nghiệp xây lắp mà khoản trả trước cho người bán tăng như vậy chứng tỏ doanh nghiệp chưa chiếm được niềm tin đối với nhà cung cấp, số vốn bị chiếm dụng tăng và không đảm bảo tối đa được quá trình sản xuất xây lắp không bị gián đoạn. Hơn nữa năm 2022, công ty nhận rất nhiều công trình, và đang thi công dở. vì đặc điểm ngành nghề nên việc thanh toán cho người cung cấp đầu vào sẽ trả được khi công trình được hoàn thiện từng phần như trong hợp đồng giao kết đã ghi. Vì vậy, Công ty CP Quốc tế Bắc Việt Nam phải có chính sách tạo thương hiệu và nâng cao sự uy tín để giảm khoản trả trước cho người bán. Với tình hình thị trường hiện nay thì việc giảm được nguồn vốn mà công ty bị chiếm dụng sẽ giúp cho công ty giảm được chi phí sử dụng vốn. Tuy nhiên, công ty vẫn nên đẩy mạnh công tác thu hồi nợ, tránh bị chiếm dụng vốn quá lâu gây ứ đọng vốn.

- Hàng tồn kho

Hàng tồn kho chiếm tỷ trọng tương đối trong tổng tài sản của công ty, so với năm 2021 thì năm 2022 hàng tồn kho tăng 1.616.114.201 VNĐ, với tỷ lệ tăng 21,6%. Tỷ lệ tăng này khá lớn, chứng tỏ năm 2022 công ty tăng mức dự trữ tồn kho. Mặc dù hoạt động sản xuất kinh doanh chính của công ty là sản xuất các thiết bị điện và xây dựng các công trình

điện, xây lắp các đường dây tải điện, bê tông thương phẩm nhưng lĩnh vực mang lại doanh thu chủ yếu lại là đầu tư xây dựng cơ bản (hàng năm doanh thu từ lĩnh vực này chiếm khoảng 70% tổng doanh thu). Trong năm công ty có những công trình thi công đang dang dở: Công trình 110kV nhà máy xi măng Thăng Long, đường xây 220kV Cẩm Phả - Quảng Ninh, đường dây 110kV nhà máy xi măng Thái Nguyên, xi măng Thanh Liêm, xi măng Bút Sơn tỉnh Hải Nam...những công trình này mới đi vào thi công xây dựng, xây lắp chưa hoàn thành. Do đó, hàng tồn kho của công ty chủ yếu tập trung vào chi phí sản xuất kinh doanh dở dang (các công trình thi công chưa hoàn thành). Số còn lại tập trung vào giá trị nguyên vật liệu chính phụ và nhiên liệu. Như vậy tồn kho của công ty là phù hợp với đặc trưng ngành nghề kinh doanh. Tuy nhiên vấn đề đặt ra đó là công ty cần đẩy nhanh tiến độ thi công các công trình, bàn giao công trình sớm nhằm thu hồi vốn, tránh để vốn ứ đọng làm tăng chi phí sử dụng vốn.

- Tiền và các khoản tiền tương đương

Lượng tiền mặt chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu tổng tài sản (>40%), điều này là phù hợp với ngành nghề kinh doanh của Công ty. Năm 2022, tiền và các khoản tiền tương đương đạt 25.517.634.598 VNĐ tăng 5.903.085.574 tương ứng tỷ lệ 31,1% so với năm 2021. Tiền mặt tăng là do công ty tăng dự trữ vốn bằng tiền để dùng tiền mua sắm vật tư (cát, sạn, xi măng, thép), mua sắm tài sản phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh. Trong điều kiện lãi suất vay vốn năm 2022 đang tăng thì việc sử dụng vốn bằng tiền cho mua sắm tài sản, nguyên vật liệu giảm có thể được đánh giá là hợp lý. Bên cạnh đó, vốn bằng tiền tăng nhanh sẽ góp phần giúp doanh nghiệp thanh toán nhanh đối với các khoản nợ đến hạn. Vì vậy, chính sách dự trữ tiền hợp lý này đã có thể đáp ứng được nhu cầu thanh toán khi cần thiết.

- Tài sản cố định

Tài sản cố định giảm mạnh, do đặc điểm ngành nghề kinh doanh nên tài sản dài hạn phần lớn là tài sản cố định hữu hình (nhà cửa vật liệu kiến trúc, máy móc thiết bị, phương tiện truyền dẫn, thiết bị quản lý). Tài sản cố định năm 2021 là 2.474.175.878 VNĐ, chiếm tỷ trọng 7,9%; cuối năm 2022 là 1.985.510.847 VNĐ, chiếm tỷ trọng 3,46%, giảm 488.665.031 VNĐ với tỷ lệ tương ứng là 19,75%. Nguyên nhân chủ yếu là do tài sản cố định hữu hình giảm xuống, chi phí xây dựng cơ bản dở dang giảm xuống. Xét đến tài sản

cổ định hữu hình ta thấy cụ thể đầu năm và cuối năm lần lượt là nguyên giá 2.983.728.181 VNĐ, giá trị hao mòn (509.552.303 VNĐ); nguyên giá 3.004.615.453 VNĐ, giá trị hao mòn (1.019.104.606). Như vậy tài sản cố định hữu hình giảm. Chứng tỏ trong năm công ty chưa có sự đầu tư thêm tài sản cố định hữu hình vì quy mô sản xuất kinh doanh chưa được mở rộng.

Trong khi đó, tài sản khách tăng lên đáng kể, tăng lên 226.472.453 VNĐ chiếm tỷ lệ 84%, điều này do năm 2022 công ty nhận thêm nhiều công trình xây lắp, khiến hàng tồn kho cũng tăng lên đáng kể, mặc khác nó cũng khiến cho chi phí tài sản khác tăng lên.

Như vậy, qua phân tích cơ cấu và sự biến động tài sản của công ty trong năm 2022 cho thấy tổng tài sản của công ty tăng, thể hiện ở việc tăng lên của các khoản phải thu, hàng tồn kho, tiền và các khoản tiền tương đương, tài sản khác tăng. Điều này đang cho thấy công ty mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh, tăng được doanh thu và đảm bảo được sự chủ động trong nguồn nguyên liệu đầu vào. Tuy nhiên, vốn bị chiếm dụng của Công ty là khá lớn và tăng về cuối năm đặt ra yêu cầu đối với việc thu hồi vốn, tránh gây ứ đọng vốn.

*b) Phân tích tình hình nguồn vốn của Công ty*

**Bảng 2.8: Bảng cơ cấu nguồn vốn của Công ty giai đoạn 2021 - 2022**

(Đơn vị tính : VNĐ)

Nguồn vốn	MS	Năm 2022	Tỷ trọn g %	Năm 2021	Tỷ trọn g %	Chênh lệch		
						Số tiền	Tỷ lệ (%)	Tỷ trọn
<b>I.Nợ phải trả</b>	300	44.468.281.329	81,4 8	21.273.214 .590	67,9 7	23.195.0 66.739	52,16	13,51
Phải trả người bán	311	25.649.296.767	57,6 7	6.615.206. 586	31,0 9	19.034.0 90.181	74,20	26,58
Người mua trả tiền trước	312	13.876.550.169	31,2 0	10.493.873 .909	49,3 2	3.382.67 6.260	24,37	-18,12
Thuế và các khoản hộp Nhà nước	313	620.242.358	1,4	509.134.09 5	2,4	111.108. 263	17,92	-1

Vay và nợ thuê tài chính	316	4.322.192.035	9,72	3.655.000.000	17,18	667.192.035	15,43	-7,46
II.Vốn chủ sở hữu	400	10.102.163.802	18,52	10.025.809.218	47,07	76.354.584	0,755	-28,55
Vốn góp của chủ sở hữu	411	9.800.000.000	97,00	9.800.000.000	97,75	0	0	0,75
Tổng nguồn vốn (500=300+400)	500	54.570.445.131	100,00	31.299.023.808	100,00	23.271.421.323	42,64	0

(Nguồn: Báo cáo tài chính công ty CP Quốc tế Bắc Việt Nam 2021,2022)

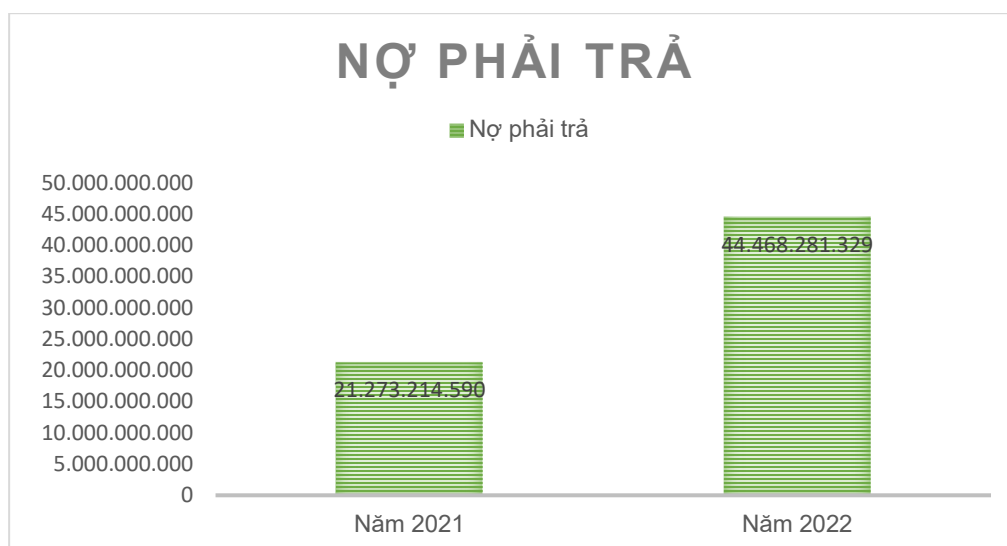
Tương ứng với sự gia tăng của tài sản, tổng nguồn vốn của công ty cũng tăng lên nhanh chóng. Qua bảng phân tích 2.8, ta có thể nhận thấy rằng, cơ cấu nguồn vốn của công ty thiên về sử dụng nợ, cả năm 2021 và năm 2022 nợ phải trả đều chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn (chiếm trên 60%) và có xu hướng tăng vào năm 2022. Vốn chủ sở hữu chiếm 47,07% ở năm 2021 và 18,52% tại thời điểm năm 2022. Tổng nguồn vốn tại thời điểm năm 2022 là 54.570.445.131 VNĐ, so với năm 2021 đã tăng 23.271.421.323 VNĐ, tương ứng với tỷ lệ tăng 42,64%. Nguyên nhân là do cả nợ phải trả và vốn chủ sở hữu đều tăng. Như vậy chính sách tài trợ của công ty là chính sách sử dụng chủ yếu từ nguồn vốn bên ngoài, sự chênh lệch lớn giữa nợ phải trả và vốn chủ đưa lại cho doanh nghiệp đòn bẩy tài chính ở mức cao nhưng đồng thời cũng sẽ mang lại rủi ro về mặt tài chính, nợ có xu hướng tăng nhanh hơn vốn chủ làm giảm mức độ tự chủ về mặt tài chính của Công ty. Cụ thể như sau

- Về cơ cấu và sự biến động nợ phải trả

### **Biểu đồ 2 9. Biểu đồ nợ phải trả**

*Đơn vị tính: VNĐ*





(Nguồn: Báo cáo tài chính Công ty Cp Quốc tế Bắc Việt Nam 2021,2022)

Ở cả hai năm thì nợ phải trả đều chiếm trên 60% trong tổng nguồn vốn. Điều này phù hợp với đặc điểm ngành nghề kinh doanh của doanh nghiệp là xây lắp nên cần một lượng vốn lớn đáp ứng nhu cầu và được khách hàng thanh toán theo từng phần của công trình theo hợp đồng ký kết trong thanh toán, vốn chủ không thể bù đắp được hết. So với năm 2021 thì năm 2022 nợ phải trả tăng 23.195.066.739 VNĐ, tương ứng với tỷ lệ tăng 52,16%. Nguyên nhân chủ yếu là do nợ ngắn hạn tăng trong khi nợ dài hạn tăng nhẹ. Một điều dễ nhận biết trong cơ cấu nợ đó là nợ ngắn hạn chiếm tỷ trọng rất lớn, chiếm tới hơn 98% ở thời điểm đầu và cuối năm.

*Phải trả người bán:* Chiếm tỷ trọng tương đối lớn chiếm hơn 70%, xong nó là nhân tố góp phần tăng nhiều nhất trong nợ ngắn hạn, so với năm 2021 thì năm 2022 tăng 19.034.090.181 VNĐ với tỷ lệ tăng 74,3%. Trong năm công ty đã tăng mua chịu nhiều. Các nhà cung cấp chủ yếu như là Công ty TNHH Trường Xuân, Công ty Vận tải – Vật liệu xây dựng Hoàng Long... Có thể thấy phần vốn mà doanh nghiệp chiếm dụng được từ nhà cung cấp là không hề nhỏ và vẫn duy trì một tỷ trọng ổn định khi công ty mở rộng quy mô, năm 2022 công ty đang thi công xây dựng và xây lắp nhiều công trình, nên việc mua chịu nhiều là hợp lý. Còn doanh nghiệp phải tận dụng những khoản chiếm dụng này hợp lý, đồng thời chú ý đến thời hạn thanh toán, đảm bảo được uy tín của mình đối với các nhà cung cấp.

*Người mua trả tiền trước* thời điểm năm 2022 tăng khá nhanh so với năm 2021, tăng 3.382.676.260 VNĐ tương ứng với tỷ lệ tăng 24,37%. Điều này chứng tỏ công ty đã tạo

được uy tín của mình đối với khách hàng, đây là một sự nỗ lực tốt của toàn thể công nhân viên trong Công ty. Bên cạnh đó, Công ty vẫn phải đảm bảo duy trì sự tin tưởng này đối với khách hàng để góp phần nâng cao thương hiệu, thu lại lợi nhuận. củng cố vị trí trên thị trường cạnh tranh gay gắt ngày nay.

*Thuế và các khoản phải nộp nhà nước* cũng tăng, so với đầu năm thì cuối năm tăng 111.108.263 VNĐ, tương ứng tỷ lệ 17,92%.

- Về cơ cấu và sự biến động vốn chủ sở hữu

Trong năm 2022 thì nguồn vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp cũng tăng lên. So với đầu năm thì nguồn vốn chủ sở hữu tăng lên 76.354.584 VNĐ, tương ứng tỷ lệ 0,755%. Với mức tăng và tỷ lệ tăng như trên là khá thấp. Điều này là do các công trình thi mà công ty kinh doanh chưa đạt hiệu quả, từ đó để lại một hậu quả khá lớn, thiếu hụt vốn kinh doanh trong năm của công ty.

#### **Nhận xét:**

Qua phân tích tình hình sử dụng nguồn vốn của công ty trong năm 2022 ta thấy rằng chính sách tài trợ của công ty đó là tăng cường sử dụng nợ, và sử dụng nhiều nợ ngắn hạn, hay nói cách khác lấy nguồn tài trợ chủ yếu là nợ ngắn hạn. Đòn bẩy tài chính sử dụng ở mức cao cũng đồng nghĩa với việc gia tăng mức độ phụ thuộc về mặt tài chính đối với bên ngoài và mức độ rủi ro tài chính tăng về cuối năm khi mà tỷ trọng vốn chủ trong tổng nguồn vốn giảm.

### **2.3.2. Đánh giá hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam 2021 – 2022**

#### **2.3.2.1. Đánh giá chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận theo doanh thu**

**Bảng 2.10. Tỷ suất lợi nhuận theo doanh thu giai đoạn 2021 - 2022**

*Đơn vị tính: VNĐ*

Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	So sánh	
			Giá trị	Tỷ lệ (%)
1.Lợi nhuận sau thuế	83.388.251	76.923.309	(6.464.942)	7,75%

2.Doanh thu thuần	20.015.268.475	48.802.180.277	28.786.811.802	59%
3.Tỷ suất lợi nhuận sau thuế so với doanh thu (ROS)	0,004	0,001	(0,003)	(75%)

(Nguồn: Báo cáo tài chính công ty CP Quốc tế Bắc Việt Nam 2021,2022)

Trong kinh doanh, Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam 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 DN 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.

Dựa vào bảng 2.10, ta có thể đánh giá tỷ suất sinh lời của doanh thu thuần trong giai đoạn 2021 – 2022 như sau: Tỷ suất sinh lời của doanh thu thuần của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam giảm qua các năm, năm 2021 là 0,004; năm 2022 là 0,001.

Điều này thể hiện năm 2021 cứ với 100 đồng doanh thu thì tạo ra được 0,004 đồng lợi nhuận sau thuế; năm 2022 cứ với 100 đồng doanh thu thì tạo ra được 0,001 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 điều dễ hiểu. Tuy nhiên, với tỷ lệ trên còn khá khiêm tốn. Vì vậy, để tạo ra sự phát triển bền vững DN cần có những biện pháp để kiểm soát được chi phí.

#### 2.3.2.2. Đánh giá chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận theo chi phí

**Bảng 2.11. Tỷ suất lợi nhuận theo chi phí giai đoạn 2021 - 2022**

Đơn vị tính: VNĐ

Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	So sánh	
			Giá trị	Tỷ lệ (%)
1.Lợi nhuận sau thuế	83.388.251	76.923.309	(6.464.942)	7,75%

2. Chi phí	1.599.392.193	2.326.144.487	726.752.294	45,43%
3. Tỷ suất lợi nhuận sau thuế so với chi phí	0,05	0,03	(0,02)	(60%)

(Nguồn: Báo cáo tài chính công ty CP Quốc tế Bắc Việt Nam 2021,2022)

Ta có thể thấy tỷ suất lợi nhuận sau thuế so với chi phí giảm dần qua các năm, năm 2021: 0.05; năm 2022: 0.03 giảm 0,02 tương ứng tỷ lệ giảm 60% so với năm 2021. Điều này chứng tỏ Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam chưa thực sự thành công trong việc giảm chi phí để tăng lợi nhuận thu về.

2.3.2.3. *Đánh giá chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận theo vốn kinh doanh*

**Bảng 2.12. Tỷ suất lợi nhuận theo vốn kinh doanh giai đoạn 2021 - 2022**

*Đơn vị tính: VNĐ*

Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	So sánh	
			Giá trị	Tỷ lệ (%)
1. Lợi nhuận sau thuế	83.388.251	76.923.309	(6.464.942)	7,75%
2. Vốn kinh doanh	10.025.809.218	10.102.163.802	76.354.584	0,76%
3. Tỷ suất lợi nhuận sau thuế so với vốn kinh doanh	0,008	0,007	(0,001)	(12,5%)

(Nguồn: Báo cáo tài chính công ty CP Quốc tế Bắc Việt Nam 2021,2022)

Dựa vào bảng 2.12 ta có thể thấy, tỷ suất lợi nhuận sau thuế so với vốn kinh doanh giảm dần qua các năm, năm 2021 là 0,008; năm 2022 là 0,007 giảm 0,001 tương ứng tỷ lệ giảm 12,5% so với năm 2021. Tuy nhiên, mức độ biến động của tỷ suất sinh lời của tài sản

không chênh lệch đáng kể. Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam đã sử dụng chưa hiệu quả tài sản để mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh, thị trường tiêu thụ.

#### 2.3.2.4. Đánh giá chỉ tiêu năng suất lao động

**Bảng 2.13. Năng suất lao động giai đoạn 2021 - 2022**

*Đơn vị tính: VNĐ*

Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	So sánh	
			Giá trị	Tỷ lệ (%)
1. Doanh thu	20.015.268.475	48.802.180.277	28.786.811.802	59%
2. Tổng số lao động	95	121	26	27,36%
3. Năng suất lao động (1/2)	2.106.870.366	4.033.238.039	1.926.267.673	91,5%

*(Nguồn: Tác giả tự tính toán dựa trên số liệu thu thập)*

Dựa vào bảng 2.13, ta thấy năng suất lao động biến động trong giai đoạn 2021-2022. Năm 2021 là 2.106 triệu đồng/người; năm 2022 là 4.033 triệu đồng/người; tăng 1.926 triệu đồng/người tương ứng tỷ lệ tăng 91,5%. Năm 2022 thì năng suất lao động bình quân tăng dần theo từng năm một phần do lực lượng lao động nghỉ chế độ, chấm dứt hợp đồng nhiều, không được bổ sung.

## 2.4. Đánh giá chung về hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

### 2.4.1. Những thành tích đạt được

Nền kinh tế thế giới đã vượt qua thời kỳ khó khăn nhất của cuộc khủng hoảng và đang trên đà phục hồi. Tuy nhiên sự phục hồi này vẫn còn chứa đựng nhiều biến động phức tạp và chưa vững chắc khiến cho hoạt động kinh doanh nói chung gặp không ít khó khăn. Là một doanh nghiệp kinh doanh lâu năm, uy tín đã được khẳng định với nhiều bạn hàng truyền thống và với nỗ lực của mình, công ty đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể:

- Quy mô sản xuất tăng dần qua các năm.
- Tổng tài sản được gia tăng mạnh mẽ.
- Quy mô sản xuất tăng sẽ tạo điều kiện cho năng lực sản xuất kinh doanh tăng.
- Doanh thu thuần hàng năm không ngừng tăng lên với tốc độ ngày càng nhanh, thị trường tiêu thụ sản phẩm ngày càng được mở rộng.

Trong năm 2022 công ty đã tăng cường đầu tư vào tài sản để mở rộng sản xuất, đặc biệt là đầu tư vào tài sản cố định nhằm tăng năng lực sản xuất, khả năng cạnh tranh của công ty. Hiệu quả sản xuất kinh doanh đã tăng lên, biểu hiện là doanh thu thuần tăng 48.802.180.277 VNĐ với tỷ tăng 59%. Nền kinh tế gặp khó khăn, nhưng lợi nhuận sau thuế của công ty vẫn dương, đạt 76.923.309 VNĐ. Công nghệ chính là một trong những lợi thế lớn giúp công ty vững vàng hơn trong tiến trình cạnh tranh của mình.

Trong năm lợi nhuận công ty tăng lên khá nhiều cho thấy tình hình kinh doanh của công ty có hiệu quả. Các chi phí phát sinh trong sản xuất, chi phí quản lý doanh nghiệp tuy tăng, nhưng tăng lên không đáng kể, và cũng phù hợp với sự tăng lên của quy mô của công ty. Điều này chứng tỏ công ty hoạt động theo chiều hướng khá tốt.

Mặc dù tình hình kinh tế gặp khó khăn, nhưng công ty đã trả được một khoản lớn phần nợ cho các nhà cung cấp, nghiêm chỉnh chấp hành nộp các khoản thuế và ngân sách Nhà nước, làm cho các chỉ tiêu này giảm đi rõ rệt trên bảng cân đối kế toán. Giúp nâng cao mức độ tín nhiệm của công ty đối với các nhà cung cấp và cơ quan Nhà nước.

Vòng quay về hàng tồn kho và vòng quay vốn đạt được ở mức khá mặc dù quy mô đã tăng lên rất nhiều, cho thấy khả năng quản lý của bộ máy tương đối hiệu quả.

Về công tác quản lý: Vai trò quản lý tài chính ngày càng trở nên quan trọng tại công ty. Hiện tại, Công ty đang dần hoàn thiện cơ chế quản lý tài chính, hình thành đội ngũ chuyên môn quản lý tài chính có năng lực, đáp ứng yêu cầu trong quá trình hoạt động kinh doanh. Sự phối hợp tổ chức giữa các phòng ban tổng việc tạo ra một hệ thống làm việc chuyên nghiệp và có sự tham mưu ý kiến, tương trợ lẫn nhau, đặc biệt là giữa phòng kế toán tài chính, quản lý kho và phòng bán hàng. Nhờ vậy, hoạt động kinh doanh của công ty ngày càng được cải thiện. Công ty đã xây dựng được một hệ thống thông tin quản lý tài chính hiệu quả, trên cơ sở đó để đánh giá được tiềm năng, sức mạnh của mình, cũng như kịp thời đưa ra những dự báo và kế hoạch tài chính khả thi, làm tiền đề cho việc thực hiện các kế hoạch kinh doanh.

#### ***2.4.2. Những hạn chế còn tồn tại***

Bên cạnh những kết quả đạt được công ty cũng bộc lộ một số vấn đề còn tồn tại cần thiết phải có biện pháp khắc phục như:

Cơ cấu nguồn vốn của công ty chưa thật sự hợp lý. Phần lớn tài sản của công ty được tài trợ bằng khoản vốn vay. Nợ phải trả chiếm trên 70% tổng tài sản và có xu hướng tăng lên trong khi đó nguồn vốn chủ sở hữu chiếm tỷ trọng nhỏ và tăng lên không đáng kể.

Trong năm hàng tồn kho của công ty tù đọng ở bộ phận chi phí sản xuất kinh doanh dở dang là chủ yếu, dưới dạng công trình chưa hoàn thành của bộ phận xây lắp. Gây ứ đọng vốn và làm giảm chất lượng nguyên vật liệu.

Trong năm, khoản vốn của công ty bị chiếm dụng tăng lên, trong khi nhu cầu vốn ngày càng tăng. Điều này đã làm cho lượng vốn thiếu hụt ngày càng cao.

Công tác quản lý các khoản thu còn phần nào thiếu chặt chẽ, lượng phải thu tăng mạnh vào năm 2022. Công ty cần đưa ra những điều khoản cụ thể hơn trong những hợp đồng tiêu thụ để hạn chế nợ phải thu khó đòi.

Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu của công ty CP Quốc tế Bắc Việt Nam trong giai đoạn 2021 – 2022 có xu hướng giảm; chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận trên chi phí giảm điều này chứng tỏ Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam chưa thực sự thành công trong việc giảm chi phí để tăng lợi nhuận thu về.

Mức độ biến động của tỷ suất sinh lời của tài sản không chênh lệch đáng kể. Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam đã sử dụng chưa hiệu quả tài sản để mở rộng quy mô sản.

**Kết luận:** Thông qua việc phân tích thực trạng tài chính của tổng công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam ta thấy được những thành quả cũng như những mặt hạn chế cần khắc phục. Điều quan trọng là công ty phải đề ra được đường lối phát triển đúng đắn, phương thức quản lý hiệu quả để phát huy được những thế mạnh vốn có nhằm tối đa hóa giá trị doanh nghiệp, xứng đáng với vị thế của công ty trong ngành sản xuất xây lắp điện lực nước nhà.

## **CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN QUỐC TẾ BẮC VIỆT NAM**

### **3.1. Mục tiêu và định hướng phát triển của Công ty trong thời gian tới**

Trên cơ sở những kết quả đạt được, căn cứ vào nhiệm vụ, kế hoạch kinh doanh năm 2022, Công ty CP Quốc tế Bắc Việt Nam đã đề ra một số mục tiêu phấn đấu, định hướng phát triển của công ty trong thời gian tới.

Tiếp tục nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh và nâng cao chất lượng nhân viên cũng như đời sống cho nhân viên, nhanh nhạy và nắm bắt các cơ hội kinh doanh, trở thành nhà xây dựng đường dây tải điện đến cấp điện áp 500kV và trạm biến áp đến cấp điện áp 220kV, và sản xuất các thiết bị điện uy tín hàng đầu trong nước và vươn mình ra thế giới. Tuy nhiên để thực hiện được mục tiêu chiến lược lâu dài cần phải xây dựng kế hoạch cụ thể cho từng giai đoạn, từng năm. Sau đây là những mục tiêu hướng tới và phương pháp thực hiện những mục tiêu của Công ty trong những năm tới.

Doanh nghiệp cần tiếp tục đẩy mạnh phát triển để giữ vững vị trí của mình trên thị trường.

Đổi mới trang thiết bị, máy móc trong sản xuất và xây dựng, nâng cao chất lượng sản phẩm cũng như các công trình xây lắp điện mới để đáp ứng nhu cầu của thị trường và phù hợp với nhu cầu đổi mới công nghệ của công ty, phấn đấu giữ vững vị trí là một trong những doanh nghiệp hàng đầu của ngành.

Phát triển và nâng cao uy tín của công ty, liên kết liên doanh với các doanh nghiệp trong và ngoài nước nhằm đưa thương hiệu Công ty trở thành một thương hiệu mạnh trong nước và khu vực.

Giữ vững và phát triển mối quan hệ tốt với những nhà cung cấp, bạn hàng truyền thống. Ổn định nguồn đầu vào, đồng thời tìm kiếm thêm nhiều khách hàng tiềm năng mở rộng thị trường.



Đảm bảo tốc độ tăng trưởng doanh thu ổn định hàng năm, phấn đấu doanh thu trong năm tới đạt với mức cao hơn nữa.

Kiên toàn bộ máy quản lý, phát triển nguồn nhân lực, thu hút lực lượng lao động giỏi, lành nghề, không ngừng cải thiện điều kiện làm việc và chế độ phúc lợi cho người lao động.

### **3.2. Một số giải pháp góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam**

Đứng trước tình hình kinh tế và thực tế của công ty hiện nay, nhằm khắc phục những hạn chế, vượt qua mọi khó khăn, phát huy những thuận lợi, đạt được mục tiêu đã đề ra, em xin đưa ra một số giải pháp hoạt động cho công ty trong thời gian tới như sau:

#### **3.2.1. Nhóm giải pháp cải thiện khả năng thanh toán và cơ cấu lại nguồn**

Có thể nói khả năng thanh toán quyết định trực tiếp tới vị thế tài chính của doanh nghiệp trên thị trường, do đó, để có thể tăng uy tín của mình và giảm thiểu rủi ro, Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam cần đặc biệt chú ý tới vấn đề cải thiện các chỉ tiêu này.

Thứ nhất, xác định lại nhu cầu vốn cần thiết, tránh để xảy ra tình trạng lãng phí nguồn vốn huy động. Có thể so với các doanh nghiệp khác trong ngành như Công ty cổ phần xây lắp điện 3, hay công ty cổ phần xây lắp điện 1...thì qui mô vốn của Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam đang ở mức thấp hơn, nhưng khi xem xét tới năng lực hoạt động, năng lực quản trị và thị trường tiêu thụ thì đây vẫn là mức vốn cao, gây ra sự tốn kém về chi phí vốn và chi phí quản lý vốn.

Thứ hai, cơ cấu lại nguồn vốn và tài sản theo hướng tiếp tục tăng tỷ trọng tự tài trợ, giảm tỷ trọng nợ, đặc biệt là nợ ngắn hạn xuống còn khoảng 80,5% gần mức trung bình ngành. Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam nên tiếp tục giảm các khoản chiếm dụng của nhà cung cấp cũng như giảm các khoản vay nợ ngắn hạn, đồng thời với đó là giảm các khoản phải thu bằng cách đẩy mạnh công tác thu hồi nợ, quy định rõ thời gian thanh toán, hình thức thanh toán trên hoá đơn chứng từ. Nếu khách hàng nợ quá hạn thì sẽ tính lãi trên số tiền còn lại theo lãi suất ngân hàng. Hợp đồng phải quy định rõ trách nhiệm mỗi bên, phải tuân thủ đầy đủ và nghiêm túc, nếu vi phạm phải bồi thường theo tỷ lệ quy định trong hợp đồng đã thoả thuận. Hàng tháng yêu cầu khách hàng đối chiếu công nợ, nhắc nhở việc

thanh toán tiền hàng cho Công ty. Tăng cường các biện pháp khuyến khích thanh toán như:

Sử dụng giải pháp chiết khấu tiền hàng cho khách hàng nào mua sản phẩm của Công ty nhiều và thanh toán tiền hàng sớm. Tuy nhiên, Công ty phải nghiêm túc đề ra một tỷ lệ chiết khấu hợp lý nhất. Ngoài ra, Công ty cần giảm bớt khoản mục hàng tồn kho hiện đang quá lớn của mình bằng cách đẩy mạnh xây lắp các công trình nhanh chóng, tăng đầu tư vào các tài sản ngắn hạn khác có tính thanh khoản cao hơn như tiền gửi ngân hàng hoặc các chứng khoán ngắn hạn. Điều này vừa cải thiện được chỉ tiêu thanh toán nhanh, thanh toán tức thời vừa giúp tăng thu nhập cho Công ty. Đối với các công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam có tỷ lệ nợ dài hạn thấp thì họ có thể xin chuyển một phần nợ ngắn hạn thành nợ dài hạn để giảm thiểu rủi ro trước mắt cho doanh nghiệp, hiện tỷ lệ nợ ngắn hạn đang ở mức lớn chủ yếu vay ngắn hạn ngân hàng. Do vậy, Công ty nên xin gia hạn các khoản nợ đến hạn, xin khất nợ vì công ty đã lấy một phần nợ ngắn hạn đầu tư cho tài sản dài hạn, mà việc thu hồi vốn của nợ dài hạn có thời gian thu hồi dài không đáp ứng trong thời gian ngắn của các khoản nợ ngắn hạn. Bên cạnh đó, Công ty có thể tăng cường tỷ lệ tự tài trợ bằng cách phát hành thêm cổ phiếu trong nội bộ để bán cho các cán bộ công nhân viên của mình, điều này vừa giúp huy động được thêm vốn vừa nâng cao được trách nhiệm của nhân viên đối với Công ty. Công ty cũng có thể tăng cường thêm lượng lợi nhuận giữ lại sau thuế vì nguồn vốn này hiện vẫn chưa được quan tâm đúng mức cho dù nó có rất nhiều ưu điểm như rẻ hơn tương đối so với các nguồn vốn khác, tiện lợi và không bị mất quyền tự chủ tài chính. Mặt khác, việc tăng sử dụng lợi nhuận giữ lại sẽ giúp Công ty cải thiện được các chỉ tiêu về tăng trưởng của mình mà không phải chịu sức ép quá lớn từ việc phải gán tăng tỷ lệ chi trả cổ tức cho cổ đông.

Ngoài ra, tỷ trọng tài sản ngắn hạn trong tổng tài sản hiện quá lớn so với nhu cầu và loại hình hoạt động của Công ty. Tài sản cố định đã được chú trọng đầu tư, nhưng vẫn chưa đáp ứng đủ cho quá trình xây lắp, cần đầu tư thêm các máy móc thiết bị mới, đổi mới công nghệ như công ty cần xem xét tới mua thêm máy trộn bê tông thương phẩm, máy ủi, xe tải vận chuyển... Do đó, cần tiếp tục giảm tỷ trọng tài sản ngắn hạn xuống bằng với mức trung bình ngành là 65%. Điều này sẽ đồng thời giúp cải thiện lượng vốn lưu động ròng của Công ty. Cùng với việc giảm tỷ trọng nợ ngắn hạn, Công ty nên thay đổi cơ

cấu bằng cách tăng cường các khoản mục tài sản dài hạn khác như đầu tư tài sản cố định thêm, đẩy mạnh quá trình xây lắp đúng thời hạn.

### ***3.2.2. Nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý chi phí***

Hiện nay, tại Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam thì việc điều chỉnh lại chính sách quản lý chi phí đang trở thành một vấn đề cấp bách. Tỷ trọng tổng chi phí trong tổng doanh thu hiện đang quá cao so với trung bình ngành trong khi giá trị của nó vẫn không ngừng tăng lên qua các năm, bất chấp việc Công ty mở rộng hay thu hẹp quy mô hoạt động. Do đó, Công ty cần phải kiểm soát được các khoản mục chi phí của mình và thực hiện các biện pháp để giảm thiểu chúng.

Đối với chi phí hoạt động kinh doanh, do hoạt động trong lĩnh vực xây lắp nên giá vốn của các sản phẩm dịch vụ thường lớn và phụ thuộc vào các nhà cung cấp đầu vào, chi phí nhân công và quá trình quản lý thi công xây lắp. Do đó, Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam cần tích cực củng cố mối quan hệ tốt đẹp với các bạn hàng cũ bằng cách thực hiện đúng, đủ các cam kết của mình trong hợp đồng, giảm các khoản chiếm dụng vốn của họ, tăng cường các khoản trả trước cho người bán để giữ vững và ngày càng nâng cao uy tín của mình trên thị trường. Đồng thời tìm kiếm những nhà cung cấp mới với nguồn hàng chất lượng với giá cả hợp lý. Triển khai các chương trình ưu đãi đặc biệt đối với những bạn hàng uy tín. Quan tâm những chính sách đối xử đãi ngộ tốt với công nhân, nhân viên và quản lý tốt các công trình dự án đang thi công sao cho quá trình xây lắp đúng tiến độ. Có thể trong những năm đầu, Công ty sẽ phải chi ra những khoản chi phí nhất định cho các hoạt động này nhưng nó lại có tác dụng mang tính chiến lược và bền vững, nhất là khi nền kinh tế gặp nhiều khó khăn thì Công ty vẫn có được nguồn hàng ổn định về chất lượng, số lượng và giá cả, công trình thi công được xây lắp đúng tiến độ đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Đối với chi phí tài chính, vì hiện nay Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam đang sử dụng một lượng nợ lớn nên khoản mục chi phí này phải được hết sức lưu tâm.

### ***3.2.3. Nhóm giải pháp nâng cao năng lực quản trị DN***

Tổ chức doanh nghiệp là cả một quá trình gắn kết, phân công, phối hợp các thành viên cùng làm việc, cùng thực hiện một mục tiêu chung; trong đó bao gồm cả tổ chức con người, tổ chức công việc, phân bổ các nguồn lực... Nhờ chức năng này mà nhà quản trị có

thể quyết định được những nhiệm vụ nào phải hoàn thành, làm thế nào kết hợp nhiệm vụ vào những công việc cụ thể; làm thế nào phân chia công việc thành những công đoạn khác nhau để tạo nên cấu trúc của tổ chức.

Lãnh đạo doanh nghiệp là thu hút, lôi cuốn, thuyết phục, động viên, hướng dẫn, thúc đẩy các thành viên trong doanh nghiệp làm việc, đáp ứng và hoàn thành yêu cầu công việc.

Kiểm tra, kiểm soát là việc theo dõi hoạt động của doanh nghiệp thông qua việc thiết lập hệ thống thông tin quản trị, tiêu chuẩn đo lường, đánh giá và thu thập thông tin nhằm xử lý và điều chỉnh hoạt động của tổ chức sao cho phù hợp với mục tiêu của doanh nghiệp. Để có thể làm được điều này, các nhà quản trị cần theo dõi các hoạt động đang diễn ra, so sánh kết quả với tiêu chuẩn. Các biện pháp nâng cao năng lực quản trị trong doanh nghiệp bao gồm:

Nâng cao năng lực quản trị nhân sự.

Trong tương lai, Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam cần tiếp tục kiện toàn bộ máy chuyên môn, nghiệp vụ theo đúng chức năng, nhiệm vụ để đáp ứng yêu cầu kinh doanh.

- Phân công nhiệm vụ cụ thể trong ban giám đốc và các phòng ban chức năng để nâng cao tính chủ động, sáng tạo trong lao động của từng bộ phận và từng cá nhân.

- Một số cán bộ trong VNPT địa bàn Hải An, Ngô Quyền và huyện Cát Hải còn yếu về năng lực điều hành và tổ chức kinh doanh dẫn tới hiệu quả công việc chưa cao. Vì thế cần phải có những chính sách đào tạo nâng cao tay nghề, nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, trình độ quản lý cho Người lao động: đối với những cán bộ chủ chốt như Phó giám đốc hay Trưởng phòng thì cần phải được học các lớp nâng cao về quản lý doanh nghiệp, lý luận chính trị...

-Hiện nay, cần phải hoàn thiện chính sách tuyển dụng. Có chính sách thu hút những người tài, có trình độ và tay nghề cao về làm việc nhằm bổ sung nguồn nhân lực còn thiếu.

- Thường xuyên sắp xếp lại lao động trong dây chuyền sản xuất, tiến hành phân loại cán bộ công nhân viên định kỳ.

- Xây dựng môi trường làm việc với tính kỷ luật cao, tác phong công nghiệp, văn minh lịch sự.

Quản trị tiền lương trong VNPT địa bàn Hải An, Ngô Quyền và huyện Cát Hải.

VNPT địa bàn Hải An, Ngô Quyền và huyện Cát Hải hiện nay đang thiếu những cán bộ có năng lực. Vì thế, muốn sử dụng chính sách tiền lương để đạt được những mục đích như trên thì cần phải thực hiện những giải pháp sau:

- Cán bộ quản trị trong VNPT địa bàn Hải An, Ngô Quyền và huyện Cát Hải cần phải theo dõi đầy đủ công tác tổ chức tiền lương hoặc tiền thưởng cho người lao động, qua đó có sự điều chỉnh hợp lý nhằm nâng cao tính công bằng trong công tác tiền lương.

- Điều chỉnh chính sách trả lương, tăng theo quy định của Nhà nước và phù hợp với thị trường lao động. Đảm bảo thu nhập cho Người lao động, trả lương đúng hạn.

Ngoài ra, Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam cần phải chăm lo cho đời sống Người lao động cả về vật chất lẫn tinh thần bằng một số công tác như:

- Tổ chức tốt việc phục vụ ăn ca, thực hiện vệ sinh an toàn thực phẩm, chăm sóc sức khoẻ và khám sức khoẻ định kỳ cho Người lao động trong đơn vị.

- Hàng năm, Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam nên có kế hoạch tổ chức cho Người lao động đi nghỉ mát, thăm quan các di tích thắng cảnh trong nước và học tập tại nước ngoài; Tổ chức các phong trào thể thao, văn hoá, văn nghệ trong nội bộ đơn vị cũng như giao lưu với các đơn vị ngoài.

Doanh nghiệp có thể áp dụng một hoặc tất cả các loại thưởng sau:

- Thưởng theo kết quả hoạt động kinh doanh chung của doanh nghiệp: áp dụng khi doanh nghiệp làm ăn có lãi, người lao động được chia một phần tiền lời dưới dạng tiền thưởng.

- Thưởng tìm được nơi cung ứng, tiêu thụ, kí kết hợp đồng mới: áp dụng cho các nhân viên tìm thêm được địa chỉ tiêu thụ, giới thiệu khách hàng, kí kết các hợp đồng có tác dụng làm tăng lợi nhuận cho đơn vị ...

#### **3.2.4. *Đẩy mạnh hoạt động thực hiện biện pháp về Marketing***

Marketing có vai trò quan trọng trong việc quảng bá thương hiệu của sản phẩm và của công ty. Do đó, để tiêu thụ được nhiều hàng hoá, giành được nhiều hợp đồng công ty

cần phải có những hoạt động để thường xuyên củng cố chiến lược Marketing. Các giải pháp để củng cố chiến lược marketing bao gồm:

- Đối với hoạt động xúc tiến hỗn hợp:

- Chuẩn hoá và hệ thống lại toàn bộ các ấn phẩm quảng cáo sản phẩm, dịch vụ của công ty trên các phương tiện thông tin đại chúng như: bảng biển ngoài trời, biển hiệu cửa hàng, catalogue, hồ sơ sản phẩm, website, card, eteket, slide...

- Lựa chọn và hợp tác với một đơn vị quảng cáo, nghiên cứu thị trường chuyên nghiệp để định vị thương hiệu, định hướng chiến lược phát triển xứng tầm với công ty niêm yết đại chúng.

- Tìm kiếm hình thức quảng cáo phù hợp điều kiện, văn hoá như:

- + Cập nhật thông tin có chất lượng trên website của công ty.

- + Quảng cáo thường xuyên: Báo chí chuyên ngành, báo Giá cả.

- + Biển hiệu gắn liền với khách hàng, thị trường; thúc đẩy song song với công tác bán hàng, tiêu thụ sản phẩm.

- + Quà tặng, kỷ niệm chương độc đáo.

- Tăng cường nhân sự chuyên trách công tác quảng cáo, marketing.

- Tổ chức các lớp học trang bị kỹ năng bán hàng cho các đại lý như kỹ năng tiếp cận khách hàng, kỹ năng giới thiệu sản phẩm...

- Thường xuyên tổ chức hội nghị khách hàng, đặc biệt là tại các miền thị trường mới.

- Mở rộng quan hệ với các hiệp hội, ngành như Hiệp hội doanh nghiệp trẻ,...

- Đối với chính sách giá cả.

Thật sai lầm khi một doanh nghiệp hoạt động trong nền kinh tế thị trường mà lại định giá một cách áp đặt cho sản phẩm, dịch vụ của mình. Để định giá, trước hết cần phải hiểu rõ quy luật giá trị, cân nhắc kỹ trước khi đưa sản phẩm, dịch vụ của mình ra thị trường với giá cả hợp lý nhất và phải luôn điều chỉnh cho phù hợp với hoàn cảnh cụ thể. Các doanh nghiệp phải luôn luôn nhớ rằng nếu định giá quá thấp thì chẳng ai tin là sản phẩm của mình tốt cả. Nhưng nếu định giá quá cao thì cũng chẳng có ai có khả năng thanh toán mà họ sẽ lựa chọn sản phẩm khác với giá phù hợp hơn.

Để đưa ra một mức giá cả hợp lý cho những sản phẩm, dịch vụ đơn vị có chính sách giá cả tập trung vào những vấn đề như:

- Từ trước tới nay, đơn vị vẫn thường sử dụng phương pháp định giá dựa vào chi phí. Do đó, có một mức giá hợp lý cho sản phẩm, dịch vụ của đơn vị cần phải phát huy lợi thế của năng suất lao động cao, tiết kiệm chi phí, giảm giá thành sản xuất, tăng khả năng cạnh tranh.

- Quyết định về giá cả của đơn vị chịu ảnh hưởng nhiều của cung thị trường và cầu của thị trường. Do đó, cần phải theo dõi chặt chẽ thị trường và điều chỉnh giá linh hoạt, phù hợp với tình hình thị trường và chi phí sản xuất.

### **3.2.5. Đào tạo bồi dưỡng đội ngũ lao động**

Đội ngũ lao động là yếu tố có ý nghĩa quyết định đến sản xuất của doanh nghiệp. Đây là nguồn lực cần thiết nhằm biến những nguồn lực vô tri thành sản phẩm có chất lượng. Trong quá trình sản xuất kinh doanh, lao động có tác động đến mọi hoạt động từ khâu thu mua nguyên vật liệu, sản xuất, và cuối cùng là khâu tiêu thụ. Do đó công ty cần phải phát huy được sức mạnh của đội ngũ lao động, cũng như tạo mọi điều kiện để họ có cơ hội phát triển và thăng tiến. Để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, công ty cần:

Nâng cao tiêu chuẩn tuyển chọn lao động, đảm bảo chất lượng lao động chuyên thêm.

Khuyến khích người lao động không ngừng học hỏi nâng cao kiến thức để đáp ứng yêu cầu kỹ thuật.

Tổ chức các lớp bồi dưỡng, nâng cao tay nghề nghiệp tại thị trường và phù hợp với các máy móc công nghệ hiện đại.

Có chính sách công bằng, động viên, quan tâm và hỗ trợ kịp thời đối với công nhân viên và người lao động trong công ty.

Bên cạnh việc nâng cao trình độ tay nghề cho người lao động, công ty cũng nên tổ chức những buổi giao lưu phải tạo cơ hội để người lao động bộ máy quản lý, đồng thời cũng là cơ hội để hiểu tâm tư của người lao động, để biết đâu là cái mà người lao động cần để có thể đáp ứng kịp thời.

## KẾT LUẬN

Được thành lập từ năm 2016, cho đến nay thì công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam đã khẳng định được vai trò, vị thế của mình trong nền kinh tế nước ta nói chung và công nghiệp xây lắp nói riêng.

Khoá luận đã trình bày các vấn đề lý luận về hiệu quả, hiệu quả kinh doanh. Sau đó khoá luận giới thiệu khái quát về công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam và thực trạng hoạt động nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty. Trên cơ sở đó, khoá luận đề xuất các giải pháp khả thi để nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh, làm cơ sở để nâng cao hiệu quả kinh doanh của đơn vị trong thời gian tới.

Nghiên cứu thực trạng nâng cao hiệu quả kinh doanh tại công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam; kết quả cho thấy hoạt động sản xuất kinh doanh còn rất nhiều vấn đề cần cải thiện để phù hợp với tình hình xã hội hiện nay, đặc biệt là mảng chăm sóc khách hàng tại còn nhiều khiếm khuyết, mới chú trọng tới cạnh tranh bằng giá để thu hút khách hàng mới mà ít quan tâm tới tâm lý, hành vi, độ tuổi của người tiêu dùng đặc biệt chất lượng nhân viên chăm sóc khách hàng chưa được chuyên nghiệp nên dẫn đến khách hàng không hài lòng về dịch vụ. Chính vì thế, khách hàng mới khó thu hút, tác động sụt giảm doanh thu, hao tổn nguồn lực, sụt giảm thị phần, lợi thế cạnh tranh giảm sút đặt ra yêu cầu hết sức cấp bách cần được phân tích và nghiên cứu kỹ về mặt lý thuyết cũng như thực hành để giúp cho các doanh nghiệp đạt hiệu quả kinh doanh cao hơn trong môi trường cạnh tranh hiện nay.



Nhận thức về cạnh tranh của đại bộ phận khách hàng bên trong của công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam còn mờ nhạt, chưa chuyển biến thành hành động trong khi các đối thủ khác ra đời sau nhưng với nhân lực trẻ, có trình độ chuyên môn nghiệp vụ và kỹ năng giao tiếp ứng xử tiềm ẩn nguy cơ mất thị phần.

Nghiên cứu cũng cho thấy còn các tồn tại và hạn chế sau đây đối với kết quả và hiệu quả kinh doanh của công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam. Đó là nguồn nhân lực, công tác chăm sóc khách hàng.

Nghiên cứu đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh căn cứ trên định hướng phát triển của công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam . Đó là giải pháp cải thiện khả năng thanh toán và cơ cấu nguồn vốn, giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý chi phí, giải pháp nâng cao năng lực quản trị DN, đẩy mạnh các hoạt động Marketing, giải pháp nâng cao chất lượng đội ngũ lao động; giải pháp chăm sóc khách.

Trong điều kiện nền kinh tế thị trường nhiều biến động như hiện nay, việc nắm rõ thực trạng tài chính và thực trạng sản xuất kinh doanh của công ty rồi từ đó có những chiến lược kế hoạch phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty là điều cực kỳ quan trọng đối với các nhà quản trị. Xuất phát từ ý nghĩa thực tiễn này, em đã thực hiện việc nghiên cứu, vận dụng những lý luận, kiến thức đã học đồng thời tiếp cận với tình hình thực tế tại công ty cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam để có thể đưa ra những đánh giá về tình hình hoạt động sản xuất của công ty trong thời gian qua cũng như những biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của công ty trong những năm tiếp theo. Tuy nhiên, do khả năng, kiến thức và kinh nghiệm của bản thân còn hạn chế nên đề tài không tránh khỏi những thiếu sót, các giải pháp cần được nghiên cứu, bổ sung và hoàn thiện hơn.

Một lần nữa, em xin chân thành cảm ơn giáo viên hướng dẫn cô Phạm Thị Nga và Cán bộ phòng tài chính - kế toán Công ty Cổ phần quốc tế Bắc Việt Nam đã tận tình chỉ bảo, giúp đỡ và tạo điều kiện để em hoàn thành bài khoá luận này.

## **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”, NXB Đại học Kinh tế Quốc Dân.
3. Nguyễn Trọng Cơ, Nguyễn Thị Thà (2015), “Giáo trình Phân tích tài chính doanh nghiệp”, NXB Tài chính
4. 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 2”, Luận văn Thạc sĩ, Học Viện Công Nghệ Bưu Chính Viễn Thông Hà Nội.
5. 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.
6. 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.
7. Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam, Ban Tài chính – Kế Toán, Báo cáo tài chính giai đoạn từ năm 2021 – 2022.
8. Công ty Cổ phần Quốc tế Bắc Việt Nam, Ban Tài chính – Kế Toán, Báo cáo quản trị giai đoạn từ năm 2021 – 2022.