

Nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty trách nhiệm hữu hạn Hòa Bình : Luận văn ThS. Kinh doanh và quản lý / Lê Vinh Quang ; Nghd. : TS. Bùi Văn Vân

1. Tính cấp thiết của vấn đề nghiên cứu

Trong hơn hai mươi năm đổi mới và chuyển sang nền kinh tế thị trường, các doanh nghiệp Việt Nam đã và đang phải đối mặt với các quan hệ cạnh tranh ngày càng phức tạp và gay gắt. Cuộc cạnh tranh khốc liệt đó buộc các doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển thì phải nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. Bởi doanh nghiệp nào có hiệu quả sản xuất kinh doanh tốt sẽ nắm được quyền chủ động trên thị trường, tận dụng được những cơ hội và hạn chế được những thách thức do nền kinh tế mang lại.

Công ty TNHH Hoà Bình cũng đang phải đối mặt với những cơ hội và thách thức đó, do vậy tác giả chọn đề tài “*Nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty TNHH Hoà Bình*” với mục đích nghiên cứu làm rõ cơ sở lý luận, thực tiễn và từ đó đề ra các giải pháp nhằm góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh cho Công ty trong thời gian tới.

2. Tình hình nghiên cứu

Từ khi nền kinh tế chuyển sang cơ chế thị trường, đặc biệt là sau khi Việt Nam gia nhập tổ chức thương mại thế giới (WTO), các doanh nghiệp đã rất quan tâm đến việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. Đã có một số cuộc hội thảo, công trình nghiên cứu và các bài viết trên các tạp chí đề cập về vấn đề này. Một số luận án tiến sĩ, luận văn thạc sĩ cũng nghiên cứu về việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của các đơn vị hoạt động trong lĩnh vực thương mại như: Luận án tiến sĩ của tác giả Nguyễn Thị Minh An với đề tài “*Những giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của Tổng Công ty Bưu chính viễn thông Việt Nam*” (2003), luận văn thạc sĩ của tác giả Nguyễn Tuấn Anh với đề tài “*Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty trách nhiệm hữu hạn vận tải Duyên Hải*” (2005), luận văn thạc sĩ của tác giả Nguyễn Thị Thanh Hà với đề tài “*Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ trên địa bàn tỉnh Quảng Nam-Đà Nẵng*” (1998), luận văn thạc sĩ của tác giả Nguyễn Quang Đoàn với đề tài “*Hoàn thiện chiến lược kinh doanh của Tổng Công ty Hàng không Việt Nam*” (2005),...

Các nghiên cứu trên đã hệ thống được cơ sở lý luận về hiệu quả sản xuất kinh doanh và những kinh nghiệm thực tế quý báu. Tuy nhiên, chưa có đề tài nào nghiên cứu và đưa ra giải pháp “*Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty TNHH Hoà Bình*”.

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

- Mục đích nghiên cứu của đề tài là nhằm đề xuất ra một số giải pháp góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty TNHH Hoà Bình trong thời gian tới.
- Nhiệm vụ nghiên cứu: Để thực hiện được mục đích nghiên cứu, đề tài tự xác định cho mình những nhiệm vụ nghiên cứu sau đây:

Một là: Hệ thống hóa một số cơ sở lý luận về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thương mại-dịch vụ.

Hai là: Phân tích thực trạng hiệu quả kinh doanh của Công ty TNHH Hoà Bình.

Ba là: Đề xuất một số giải pháp nhằm góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty TNHH Hoà Bình trong thời gian tới.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

- Đối tượng nghiên cứu: Luận văn tập trung nghiên cứu hiệu quả kinh doanh của Công ty TNHH Hoà Bình.

- Phạm vi nghiên cứu: Do điều kiện về thời gian và khuôn khổ của Luận văn Thạc sỹ, đề tài chỉ phân tích số liệu từ năm 2004 đến nay và chỉ tìm hiểu được một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty TNHH Hoà Bình trong thời gian tới .

5. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện được mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu của đề tài, chúng tôi đã sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau đây:

- Phương pháp duy vật biện chứng
- Phương pháp phân tích tổng hợp, so sánh
- Phương pháp thống kê dự báo

6. Dự kiến những đóng góp của Luận văn

***Về lý luận:** Đề tài khái quát được những vấn đề lý luận cơ bản về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, chỉ ra được những yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh cũng như những biện pháp để nâng cao hiệu quả kinh doanh .

***Về thực tiễn:**

- Đề tài khái quát được một số bài học kinh nghiệm trong việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, từ đó chỉ ra những vấn đề cần quan tâm khi xây dựng chiến lược kinh doanh cho doanh nghiệp.
- Trên cơ sở phân tích thực trạng, luận văn cho thấy một bức tranh toàn cảnh về hiệu quả kinh doanh của Công ty TNHH Hoà Bình, những điểm mạnh, điểm yếu và nguyên nhân của thực trạng đó.
- Đề tài đã đề xuất được một số biện pháp chủ yếu nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh cho Công ty.

7. Bố cục của Luận văn

Chương 1: Lý luận về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thương mại – dịch vụ

Chương 2: phân tích thực trạng hiệu quả kinh doanh của công ty trách nhiệm hữu hạn hòa bình

Chương 3: một số giải pháp góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của công ty TNHH Hoà Bình

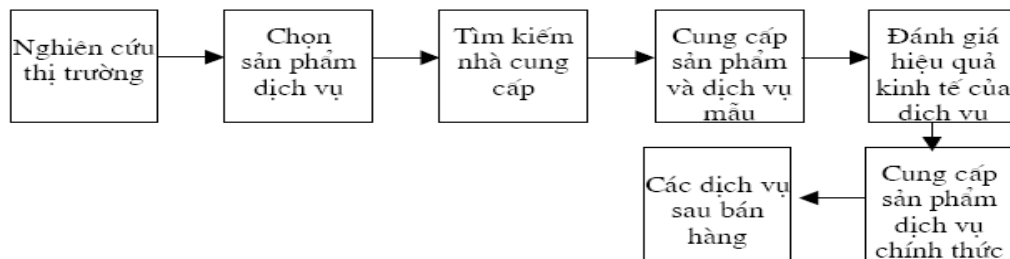
CHƯƠNG 1: LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI – DỊCH VỤ

1.1. DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ VÀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

1.1.1. Doanh nghiệp thương mại - dịch vụ và đặc điểm

Doanh nghiệp thương mại - dịch vụ là tổ chức kinh tế hợp pháp chuyên kinh doanh để kiếm lời thông qua hoạt động mua - bán hàng hóa, hiện vật và cung cấp các dịch vụ trên thị trường.

Chức năng sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp là hai chức năng không thể tách rời nhau, ngược lại, chúng có quan hệ chặt chẽ với nhau và tạo thành chu trình trong kinh doanh mà trong đó doanh nghiệp thương mại đảm nhận phần kinh doanh.



Sơ đồ 1.1: Chu trình kinh doanh của doanh nghiệp thương mại và dịch vụ

Tối đa hóa lợi nhuận là mục tiêu kinh tế cơ bản của doanh nghiệp, hoạt động của doanh nghiệp còn phải hướng tới những mục tiêu xã hội nhất định như: đảm bảo và tạo công ăn việc làm cho người lao động, đảm bảo phục vụ các chính sách chủ trương phát triển kinh tế của Nhà nước....

1.1.2. Hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thương mại - dịch vụ

Đặc trưng chính trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thương mại thuần túy là mua để bán hàng hóa hiện vật nhằm tìm kiếm lợi nhuận.

Về thực chất, hoạt động của doanh nghiệp thương mại là hoạt động dịch vụ. Thông qua hoạt động mua - bán trên thị trường doanh nghiệp thương mại vừa làm dịch vụ cho người bán (nhà sản xuất) vừa làm dịch vụ cho người mua (người tiêu thụ) và đồng thời đáp ứng lợi ích của chính mình là có lợi nhuận. Nhìn từ khía cạnh này có thể hiểu doanh nghiệp thương mại là doanh nghiệp dịch vụ, mặc dù dịch vụ của doanh nghiệp thương mại luôn gắn liền với hàng hóa hiện vật.

1.2. HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI - DỊCH VỤ

1.2.1. Khái niệm về hiệu quả kinh doanh

Hiệu quả là phạm trù có vai trò đặc biệt và có ý nghĩa to lớn trong quản lý kinh tế cũng như trong khoa học kinh tế. Từ trước đến nay, các nhà kinh tế đã đưa ra

nhiều khái niệm khác nhau về hiệu quả. Có thể kể ra đây một vài quan điểm mang tính chất đại diện:

“Hiệu quả kinh doanh là quan hệ tỷ lệ giữa phần tăng thêm của kết quả và phần tăng chi phí”. Quan niệm này đã biểu hiện được quan hệ so sánh tương đối giữa kết quả đạt được với chi phí tiêu hao.

Tóm lại, cần hiểu phạm trù hiệu quả kinh doanh một cách toàn diện trên cả hai mặt định lượng và định tính giữa kết quả thu được và chi phí bỏ ra.

1.2.2. Phân loại hiệu quả kinh doanh

1.2.2.1. Hiệu quả kinh doanh và hiệu quả kinh tế xã hội.

Hiệu quả kinh doanh cá biệt là hiệu quả kinh doanh thu được từ hoạt động kinh doanh của từng doanh nghiệp. Biểu hiện chung của hiệu quả kinh doanh cá biệt là lợi nhuận mà mỗi doanh nghiệp đạt được.

Hiệu quả kinh tế xã hội mà ngành thương mại - dịch vụ đem lại cho nền kinh tế quốc dân là những đóng góp thông qua kết quả phục vụ sản xuất, đời sống, chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thúc đẩy phát triển sản xuất và cải thiện đời sống nhân dân....

1.2.2.2. Hiệu quả của chi phí bộ phận và chi phí tổng hợp

Mỗi nhà cung cấp tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh của mình với một chi phí cá biệt nhất định và doanh nghiệp nào cũng muốn tiêu thụ hàng hóa, dịch vụ của mình với giá cao nhất. Tuy vậy, khi đưa hàng hóa dịch vụ của mình ra bán trên thị trường, họ chỉ có thể bán theo một giá là giá cả thị trường, nếu sản phẩm của họ hoàn toàn giống nhau về mặt chất lượng.

Suy đến cùng, chi phí bỏ ra là chi phí lao động xã hội. Nhưng tại mỗi doanh nghiệp mà chúng ta cần đánh giá hiệu quả, thì chi phí lao động xã hội đó lại được thể hiện dưới các dạng chi phí cụ thể.

- Giá thành sản xuất
- Chi phí ngoài sản xuất.

Bản thân mỗi loại chi phí trên lại có thể được phân chia chi tiết tỉ mỉ hơn. Đánh giá hiệu quả kinh doanh thương mại không thể không đánh giá hiệu quả tổng hợp của các loại chi phí trên đây và cũng cần thiết phải đánh giá hiệu quả của từng loại chi phí.

1.2.2.3. Hiệu quả tuyệt đối và hiệu quả so sánh.

Hiệu quả tuyệt đối là lượng hiệu quả được tính toán cho từng phương án cụ thể bằng cách xác định mức lợi ích thu được với lượng chi phí bỏ ra.

Hiệu quả so sánh được xác định bằng cách so sánh các chỉ tiêu hiệu quả tuyệt đối của các phương án với nhau. Nói cách khác, hiệu quả so sánh chính là mức chênh lệch về hiệu quả tuyệt đối của các phương án. Mục đích chủ yếu của việc tính toán này là so sánh mức độ hiệu quả của các phương án, từ đó cho phép lựa chọn một cách làm có hiệu quả cao nhất.

1.2.3. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh

Người ta chia hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh ra làm hai nhóm: Nhóm các chỉ tiêu định lượng và nhóm các chỉ tiêu định tính.

1.2.3.1. Các chỉ tiêu định lượng.

*** Chỉ tiêu tổng quát.**

Chỉ tiêu này có thể được tính theo hai cách: Tính theo dạng hệ số và tính theo dạng phân số:

- Tính theo dạng hệ số:

Hiệu quả sản xuất kinh doanh = Kết quả đầu ra - Chi phí đầu vào

- Tính theo dạng phân số:

$$\text{Hiệu quả kinh doanh} = \frac{\text{Kết quả đầu ra}}{\text{Chi phí đầu vào}}$$

*** Hệ thống các chỉ tiêu cụ thể.**

Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động (lao động sống):

- Doanh thu bình quân một lao động:

$$\frac{\text{Doanh thu bình quân của một lao động}}{\text{Doanh thu trong kỳ}} = \frac{\text{Doanh thu trong kỳ}}{\text{Số lao động bình quân trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh một người lao động có thể làm được bao nhiêu đồng doanh thu trong một kỳ. Chỉ tiêu này càng cao thì chứng tỏ trình độ sử dụng lao động càng cao.

- Chỉ tiêu mức sinh lợi nhuận bình quân trong kỳ của một lao động:

$$\frac{\text{Doanh thu đạt được từ một đơn vị tiền lương}}{\text{Doanh thu trong kỳ}} = \frac{\text{Doanh thu trong kỳ}}{\text{Tổng quỹ lương}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh mỗi lao động của doanh nghiệp tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận trong một thời kỳ sản xuất kinh doanh.

- Mức doanh thu đạt được từ một đơn vị chi phí tiền lương:

$$\frac{\text{Mức sinh lợi bình quân của một đơn vị lao động trong kỳ}}{\text{Lợi nhuận thuần}} = \frac{\text{Lợi nhuận thuần}}{\text{Số lao động bình quân trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh trong kỳ kinh doanh, doanh nghiệp bỏ ra một đồng chi phí tiền lương đạt được bao nhiêu đồng doanh thu, chỉ tiêu này càng cao càng thể hiện tính hiệu quả của việc sử dụng chi phí của công ty.

- Mức sinh lợi của một đồng chi phí tiền lương.

$$\frac{\text{Mức sinh lợi của một đơn vị tiền lương}}{\text{Lợi nhuận thuần}} = \frac{\text{Lợi nhuận thuần}}{\text{Tổng quỹ lương}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh trong kỳ kinh doanh, doanh nghiệp bỏ ra một đồng chi phí tiền lương đạt được bao nhiêu đồng lợi nhuận.

Các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng vốn sản xuất kinh doanh:

- Sức sản xuất của một đồng vốn:

$$\text{Sức sản xuất của một đồng vốn} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tổng số vốn SXKD bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết doanh nghiệp bỏ ra một đồng vốn đem lại bao nhiêu đồng doanh thu thuần.

- Tỷ suất lợi nhuận của một đồng vốn:

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận của một đồng vốn} = \frac{\text{Lợi nhuận thuần}}{\text{Tổng vốn SXKD bình quân}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh cứ một đồng vốn mà doanh nghiệp dùng vào sản xuất kinh doanh trong kỳ tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận thuần.

- Tỷ suất lợi nhuận của vốn chủ sở hữu:

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận của một đồng vốn chủ sở hữu} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn chủ sở hữu bình quân}}$$

- Mức doanh thu đạt được từ một đồng vốn lưu động (sức sản xuất của vốn lưu động).

$$\text{Hiệu quả sử dụng vốn lưu động} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tổng vốn lưu động bình quân trong kỳ}}$$

- Tỷ suất sinh lợi của một đồng vốn lưu động (hệ số sinh lợi của vốn lưu động):

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận của một đồng vốn lưu động} = \frac{\text{Lợi nhuận thuần}}{\text{Tổng vốn lưu động bình quân}}$$

- Hệ số đảm nhiệm của vốn lưu động:

$$\text{Hệ số đảm nhiệm của vốn lưu động} = \frac{\text{Vốn lưu động bình quân}}{\text{Doanh thu thuần}}$$

Hiệu quả sử dụng chi phí kinh doanh:

- Mức doanh thu từ một đơn vị chi phí bỏ ra (hiệu suất sử dụng chi phí) được tính theo công thức:

$$\text{Mức doanh thu từ một đơn vị chi phí bỏ ra} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tổng chi phí}}$$

Chỉ tiêu này càng cao thì chứng tỏ việc sử dụng chi phí của doanh nghiệp càng có hiệu quả dẫn đến hiệu quả kinh doanh càng cao.

-Mức lợi nhuận đạt được trên một đơn vị chi phí bỏ ra (tỷ suất lợi nhuận của một đồng chi phí) bằng:

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận của một đồng chi phí} = \frac{\text{Lợi nhuận thuần}}{\text{Tổng chi phí}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh cứ một đồng chi phí bỏ ra thì mang lại bao nhiêu đồng lợi nhuận.

Các chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận:

-Tỷ suất lợi nhuận so với doanh thu:

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

Chỉ tiêu này cho biết cứ một đồng doanh thu doanh nghiệp có được bao nhiêu đồng lợi nhuận.

-Tỷ suất lợi nhuận so với vốn sản xuất bình quân.

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận so với vốn sản xuất bình quân} = \frac{\text{Lợi nhuận trước thuế}}{\text{Vốn sản xuất bình quân}} \times 100\%$$

Chỉ tiêu này cho thấy bao nhiêu lợi nhuận thu được từ một đồng vốn bỏ ra.

Bên cạnh các chỉ tiêu định lượng, người ta còn sử dụng chỉ tiêu định tính để đánh giá hiệu quả kinh doanh của một doanh nghiệp.

1.2.3.2. Chỉ tiêu định tính

Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thể hiện ở cả mức độ đóng góp vào việc thực hiện các mục tiêu kinh tế - xã hội của nền kinh tế, thể hiện ở thương hiệu, ở lòng tin - uy tín mà doanh nghiệp có được trong kinh doanh (tài sản vô hình) và vị trí của doanh nghiệp ngày càng được củng cố, hay nói một cách khác hiệu quả còn được thể hiện ở những ấn tượng của khách hàng về sự tin cậy, chất lượng, vị trí thị trường của nhà cung cấp dịch vụ và dịch vụ mà khách hàng kỳ vọng.

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

Trong bối cảnh nền kinh tế thị trường với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các doanh nghiệp thì việc nâng cao hiệu quả kinh doanh là điều kiện là cơ sở để doanh nghiệp tồn tại và phát triển. Thông qua việc nâng cao hiệu quả kinh doanh dịch vụ, doanh nghiệp càng có khả năng tạo ra kết quả cao trong cùng một nguồn lực đầu vào hoặc tốc độ tăng kết quả lớn hơn tốc độ tăng việc sử

dụng nguồn lực đầu vào. Đây chính là điều kiện cần thiết để doanh nghiệp đạt mục tiêu lợi nhuận tối đa, một mục tiêu sống còn của cạnh tranh và phát triển. Nâng cao hiệu quả kinh doanh tức là đã nâng cao khả năng sử dụng các nguồn lực có hạn trong quá trình sản xuất kinh doanh, đạt được sự lựa chọn tối ưu. Nâng cao hiệu quả kinh doanh là nhân tố thúc đẩy sự cạnh tranh và tiến bộ trong hoạt động kinh doanh.

1.3. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HIỆU QUẢ KINH DOANH

1.3.1. Nhân tố thuộc về doanh nghiệp

1.3.1.1. Nhân tố con người.

Lao động là nhân tố ảnh hưởng tới chất lượng cũng như hiệu quả kinh doanh.

1.3.1.2 Nhân tố về quy mô kinh doanh và dịch vụ

Quy mô về kinh doanh và dịch vụ sẽ tạo ra những lợi thế nhất định cho doanh nghiệp.

1.3.1.3. Nhân tố về tổ chức quá trình kinh doanh hàng hóa, dịch vụ

Tổ chức sệt tạo ra những sự hỗ trợ hợp lý nhằm tạo ra lợi thế trong kinh doanh.

1.3.1.4. Nhân tố về tổ chức tiêu thụ hàng hóa, dịch vụ

Lợi nhuận chỉ có thể thu được sau quá trình bán hàng hay cung cấp dịch vụ và thu tiền về. Lượng hàng hóa, dịch vụ tiêu thụ lớn, giá hợp lý và tiết kiệm chi phí tiêu thụ (bảo quản, bao gói, quảng cáo, vận chuyển...) sẽ tạo khả năng tăng lợi nhuận cho công tác tiêu thụ hàng hóa và dịch vụ của doanh nghiệp.

1.3.1.5. Nhân tố về trình độ quản trị của doanh nghiệp.

Nhân tố quản trị sẽ giúp cho quá trình vận hành kinh doanh diễn ra thuận lợi, tiết kiệm chi phí từ đó nâng cao hiệu quả kinh doanh.

1.3.2. Nhân tố bên ngoài doanh nghiệp

1.3.2.1. Nhân tố thuộc về vấn đề quản lý vĩ mô của Nhà nước.

Các nhân tố thuộc quản lý vĩ mô của Nhà nước là các chủ trương chính sách, biện pháp của Nhà nước tác động vào thị trường. Mặt khác, quản lý vĩ mô của Nhà nước còn ở các thủ tục hành chính, quy định và thủ tục ngân hàng, tài chính, hải quan, xuất nhập khẩu, mua nguyên vật liệu và bán sản phẩm.

1.3.2.2. Các nhân tố thuộc về chính trị xã hội, tâm sinh lý người tiêu thụ

Các nhân tố này thường được thể hiện qua chính sách tiêu dùng, dân tộc, quan hệ quốc tế, chiến tranh và hòa bình... Nhân tố chính trị xã hội tác động trực tiếp đến kinh tế và do đó cũng tác động trực tiếp tới thị trường bởi tính ổn định chính trị là tiền đề để phát triển kinh tế.

1.3.2.3. Nhân tố thông tin

Để đưa ra được quyết định kinh doanh đúng đắn, thông tin có vai trò vô cùng quan trọng. Khối lượng thông tin lớn, đòi hỏi kỹ thuật truyền tin và nhận tin phải thay đổi.

1.4. PHƯƠNG PHÁP ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ KINH DOANH

1.4.1. Quan điểm đánh giá hiệu quả kinh doanh

Hiệu quả kinh doanh phải được xét toàn diện cả về thời gian và không gian trong mối quan hệ với hiệu quả chung của toàn bộ nền kinh tế quốc dân (hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội).

1.4.2. Các phương pháp đánh giá hiệu quả kinh doanh

1.4.2.1. Phương pháp dãy số thời gian

1.4.2.2. Phương pháp chỉ số

1.4.2.3. Phương pháp hồi quy tương quan

1.4.2.4. Phương pháp lập bảng

1.4.2.5. Phương pháp biểu đồ, đồ thị.

CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN HÒA BÌNH

2.1. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ CÔNG TY TNHH HÒA BÌNH .

2.1.1 Sơ lược quá trình hình thành và phát triển.

Công ty TNHH Hoà Bình ra được thành lập vào ngày 15 tháng 2 năm 1992 theo giấy phép số 1602000065 của Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Yên Bái và điều chỉnh lần thứ 8 ngày 29 tháng 5 năm 2008. Công ty có trụ sở đặt tại địa chỉ số: tổ 9, phường Nguyễn Thái Học, thành phố Yên Bái, tỉnh Yên Bái.

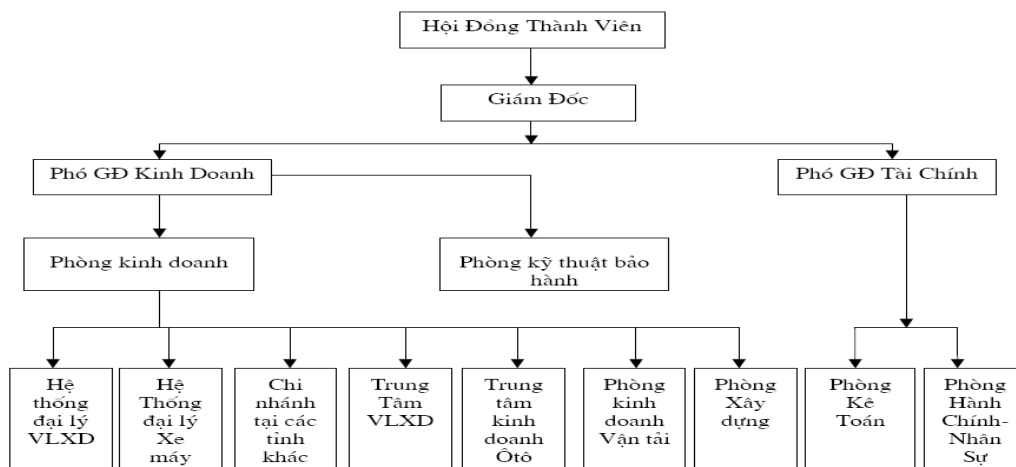
Hiện nay, công ty TNHH Hoà Bình hoạt động với tư cách là một doanh nghiệp đa ngành tập trung vào những lĩnh vực như:

- + Kinh doanh: ô tô, xe máy, dịch vụ bảo dưỡng, vật liệu xây dựng.
- + Kinh doanh: nhà hàng, khách sạn, bất động sản.
- + Xây dựng các công trình: dân dụng, giao thông, thủy điện.
- + Kinh doanh dịch vụ vận tải.

Số vốn ban đầu của công ty khá khiêm tốn: 10 tỷ đồng, nhưng hiện nay đã lên tới gần 290 tỷ đồng.

Về con người ban đầu khi công ty mới thành lập chỉ có 12 người bao gồm cả nhân viên và cán bộ quản lý. Đến nay tổng số cán bộ công nhân viên của công ty là 300 người.

Công ty hiện có 50 đại lý kinh doanh vật liệu trong và ngoài tỉnh, 08 cửa hàng xe máy trong và ngoài tỉnh, 01 trung tâm kinh doanh ô tô, 01 trung tâm vật liệu xây dựng.



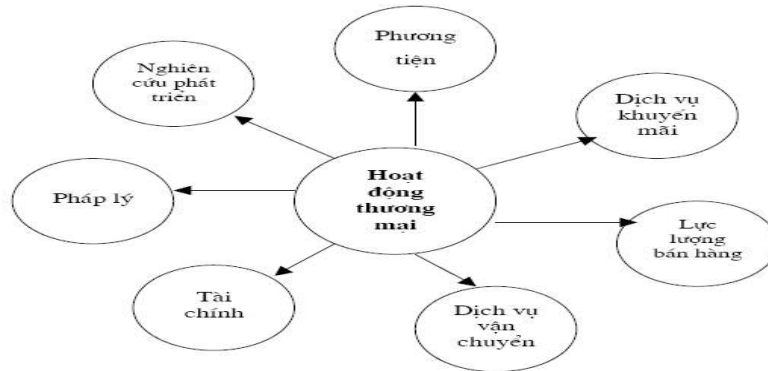
Sơ đồ 2.1: Cơ cấu tổ chức của Công ty TNHH Hoà Bình

2.1.2. Đặc điểm hoạt động kinh doanh của công ty.

Công ty kinh doanh trên lĩnh vực chính là thương mại, xây dựng và vận tải.

2.1.2.1. Đặc điểm kinh doanh trong lĩnh vực thương mại và dịch vụ.

Lĩnh vực thương mại của công ty bao gồm kinh doanh bất động sản, kinh doanh xe máy, ô tô và vật liệu xây dựng. Trong đó kinh doanh ô tô xe máy và vật liệu xây dựng giữ vai trò quyết định nhất.



Sơ đồ 2.2: Cơ cấu hoạt động thương mại của Công ty TNHH Hòa Bình

2.1.2.2. Đặc điểm kinh doanh của công ty trong lĩnh vực giao thông vận tải.

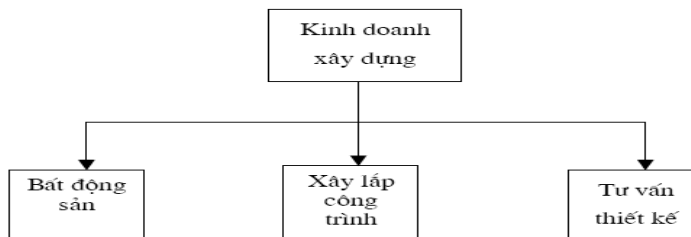
Và trong phạm vi phát triển, công ty TNHH Hòa Bình đang kinh doanh với rất nhiều loại hình dịch vụ vận tải khác nhau.



Sơ đồ 2.3: Sơ đồ dịch vụ vận tải của Công ty TNHH Hòa Bình

2.1.2.3. Đặc điểm kinh doanh của công ty trong lĩnh vực xây dựng.

Bên cạnh lĩnh vực xây lắp công trình, lĩnh vực tư vấn thiết kế đã và đang được công ty TNHH Hòa Bình xem là một lĩnh vực quan trọng hỗ trợ cho các lĩnh vực kinh doanh chính, góp phần tạo nên những thành công cho các dự án đầu tư xây dựng, đặc biệt là các dự án đầu tư trong lĩnh vực kinh doanh bất động sản.



Sơ đồ 2.4: Sơ đồ hoạt động kinh doanh xây dựng của công ty

2.1.3. Đặc điểm nguồn lực của công ty.

Nguồn lực của công ty bao gồm vốn, lao động, công nghệ và cơ cấu quản lý.

2.1.3.1. Đặc điểm về vốn của công ty.

Bảng số liệu 2.1 : Tổng số vốn hiện có của công ty TNHH Hoà Bình

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2004	Năm 2005	Năm 2006	Năm 2007
Vốn cố định	30,954.70	31,909.30	39,436.30	49,444.64
Vốn lưu động	106,712.90	153,825.50	176,857.70	240,389.30
Tổng cộng	137,667.60	185,734.80	216,294.00	289,833.94

*“Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh của công ty TNHH Hoà Bình
tại thời điểm ngày 31 tháng 12”*

Theo bảng số liệu trên ta thấy quy mô vốn cố định và vốn lưu động của công ty TNHH Hoà Bình tăng lên theo hàng năm. Tuy nhiên trong cơ cấu vốn có sự chênh lệch lớn giữa vốn cố định và vốn lưu động.

Bảng số liệu 2.2 Nguồn vốn hình thành của công ty TNHH Hoà Bình

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2004	Năm 2005	Năm 2006	Năm 2007
Vốn chủ sở hữu	42,894.70	44,680.90	59,364.10	76,147.87
Vốn đi vay	94,772.90	141,053.90	156,929.90	213,686.07
- Vay ngân hàng	40,976.9	64,886.30	80,564.90	111,356.97
- Vay các tổ chức khác	53,796.00	76,167.60	76,365.00	102,329.10
Tổng cộng	137,667.60	185,734.80	216,294.00	289,833.94

“Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh của công ty TNHH Hoà Bình”

2.1.3.2. Đặc điểm về nguồn lao động của công ty.

Tổng số lao động của công ty không ngừng tăng chứng tỏ quy mô của công ty ngày càng lớn mạnh, hoạt động ở nhiều lĩnh vực. Hiện nay, tổng số lao động của công ty gồm 300 người.

Về cơ cấu lao động theo trình độ, số lao động có trình độ đại học và trên đại học chiếm 70%. Số lao động có trình độ thấp hơn (30% còn lại) hầu hết là lao động chân tay.

2.1.3.3. Đặc điểm về cơ cấu quản lý của công ty.

Đến nay công ty tổ chức bộ máy quản lý theo hệ thống sau:

- **Hội đồng thành viên:** Là nơi hoạch định những chính sách chiến lược của công ty.
- **Giám đốc công ty:** Là người điều hành hoạt động hàng ngày của công ty,
- **Các Phó giám đốc, gồm: Phó giám đốc tài chính, Phó giám đốc kinh doanh:** Là người giúp việc cho Giám đốc và thay quyền Giám đốc khi Giám đốc vắng mặt.
- **Các phòng ban khác:** Phòng kế toán, Phòng kinh doanh, Phòng kỹ thuật và bảo dưỡng.

2.1.4 Những thuận lợi và khó khăn của Công ty TNHH Hoà Bình

2.1.4.1 Những thuận lợi

- Vì là một công ty tư nhân, việc hoạt động của công ty hoàn toàn tự chủ nên dễ dàng thích nghi với môi trường kinh doanh thay đổi.
- Là thành phần kinh tế ngoài quốc doanh nên công ty cũng được nằm trong diện khuyến khích phát triển của Nhà nước.
- Công ty được thành lập vào những năm đầu khi đất nước chuyển sang nền kinh tế thị trường nên đã tạo được lợi thế trong việc đi trước so với các công ty khác.

2.1.4.2 Những khó khăn

- Vì là một doanh nghiệp tư nhân nên nguồn vốn của công ty là có hạn.
- Cơ chế thị trường đặt ra những khó khăn tất yếu đối với các doanh nghiệp tư nhân.
- Khó khăn trước sự cạnh tranh của các đơn vị sản xuất kinh doanh liên doanh liên kết.
- Khó khăn trong tuyển dụng nhân sự.
- Hệ thống đường giao thông vừa thiếu vừa kém.
- Khó khăn trong việc nhập khẩu hàng hóa của các bạn hàng.

2.2. PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY.

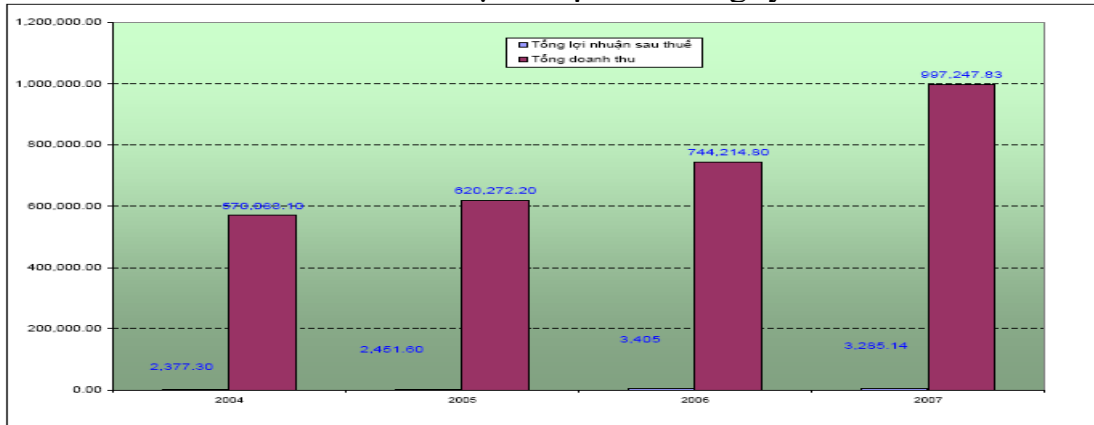
2.2.1. Kết quả kinh doanh của công ty.

Bảng số liệu 2.3: Bảng báo cáo kết quả kinh doanh của công ty TNHH Hoà Bình
Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2004	Năm 2005	Năm 2006	Năm 2007
Tổng doanh thu	570,083.10	620,272.20	744,214.80	997,247.83
Giá vốn hàng bán	544,711.10	598,624.60	720,114.00	965,972.76
Lợi nhuận gộp	25,372.00	21,647.60	24,100.80	31,275.07
Doanh thu hoạt động tài chính	430.50	571.20	641.70	859.88
Chi phí tài chính	5,445.76	5,821.30	6,331.50	9,504.21
Chi phí bán hàng	7,982.80	7,249.30	7,037.50	10,110.25
Chi phí quản lý DN	6,306.50	6,512.60	7,382.70	7,872.82
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	6,067.44	2,635.60	3,990.80	4,647.67
Thu nhập khác	3,746.76	5,493.30	6,321.80	6,811.21
Chi phí khác	6,512.40	4,614.40	6,907.60	6,896.18
Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	3,301.80	3,514.50	3,405.00	4,562.70
Thuế thu nhập doanh nghiệp	924.50	984.06	953.40	1,277.56
Tổng lợi nhuận sau thuế	2,377.30	2,530.44	2,451.60	3,285.14

“Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh của công ty TNHH Hoà Bình”

Biểu đồ 2.1: Doanh thu và lợi nhuận của công ty TNHH Hoà Bình



“Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh của công ty TNHH Hoà Bình”

Bảng số liệu 2.4: Báo cáo tình hình nộp ngân sách của công ty TNHH Hoà Bình
Đơn vị tính: Đồng

Năm	Thuế GTGT	Thuế TNDN	Thuế khác	Tổng cộng
2004	625,643,970	924,504,128	19,000,000	1,569,148,098
2005	495,510,306	984,064,568	25,000,000	1,504,574,874
2006	1,097,769,303	953,400,000	33,000,000	2,084,169,303
2007	2,432,033,054	1,277,556,974	36,000,000	3,745,590,028

“Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh của công ty TNHH Hoà Bình”

2.2.2. Phân tích hiệu quả kinh doanh của công ty.

2.2.2.1. Hiệu quả sử dụng lao động.

Trong 4 năm 2004 – 2007, chúng ta có thể thấy mặc dù doanh thu và số lượng lao động tăng nhưng chỉ số lợi nhuận bình quân của một lao động lại giảm nên cần phải xem xét việc bố trí cơ cấu cũng như sắp xếp công việc cho lao động sao cho hiệu quả nhất.

Bảng số liệu 2.5 :Hiệu quả sử dụng lao động tại công ty TNHH Hoà Bình

Chỉ tiêu	Tổng doanh thu	Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	Tổng quỹ lương	Số lao động trong năm	Doanh thu bình quân một lao động		Mức sinh lợi bình quân của một lao động trong kỳ		Doanh thu đạt được từ một đơn vị tiền lương		Mức sinh lợi từ một đơn vị tiền lương	
					Số lượng	Tỷ lệ tăng so với năm trước	Số lượng	Tỷ lệ tăng so với năm trước	Số lượng	Tỷ lệ tăng so với năm trước	Số lượng	Tỷ lệ tăng so với năm trước
Đơn vị tính	Triệu đồng	Triệu đồng	Triệu đồng	Người	Triệu đồng	(%)	Triệu đồng	(%)	Triệu đồng	(%)	Triệu đồng	(%)
Năm 2004	570,083.10	6,067.44	3,840.00	200	2,850.42	-	30.34	-	148.46	-	1.58	-
Năm 2005	620,272.20	2,635.60	4,968.00	230	2,696.84	-5.39%	11.46	-62.23%	124.85	-15.90%	0.53	-66.42%
Năm 2006	744,214.80	3,990.80	5,832.00	270	2,756.35	2.21%	14.78	28.99%	127.61	2.21%	0.68	28.99%
Năm 2007	997,247.83	4,647.67	7,200.00	300	3,324.16	20.60%	15.49	4.81%	138.51	8.54%	0.65	-5.67%

“Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh của công ty TNHH Hoà Bình”

2.2.2.2. Hiệu quả theo chỉ tiêu sử dụng vốn.

Bảng số liệu 2.6: Hiệu quả sử dụng vốn tại Công ty TNHH Hoà Bình

Chỉ tiêu	Tổng vốn	Vốn cố định	Vốn lưu động	Vốn chủ sở hữu	Vốn dĩ trợ	Tổng doanh thu	Lợi nhuận thuần	Lợi nhuận sau thuế	Sức mua sắm của một đồng vốn		Tỷ suất lợi nhuận của một đồng vốn		Tỷ suất lợi nhuận của một đồng vốn chỉ số hóa		Hiệu quả sử dụng vốn lưu động		Tỷ suất lợi nhuận của một đồng vốn lưu động		Hệ số đòn bẩy tài chính	
									Số lượng	Tỷ lệ tăng so với năm trước	Số lượng	Tỷ lệ tăng so với năm trước	Số lượng	Tỷ lệ tăng so với năm trước	Số lượng	Tỷ lệ tăng so với năm trước	Số lượng	Tỷ lệ tăng so với năm trước	Số lượng	Tỷ lệ tăng so với năm trước
Đơn vị tính	Triệu đồng	Triệu đồng	Triệu đồng	Triệu đồng	Triệu đồng	Triệu đồng	Triệu đồng	Triệu đồng	Đơn vị	%	Đơn vị	%	Đơn vị	%	Đơn vị	%	Đơn vị	%	Đơn vị	%
Năm 2004	137,687.60	38,894.70	108,792.90	42,894.70	64,772.90	570,083.10	6,067.44	2,977.30	4.14%	-	0.04%	-	0.03%	-	1.34%	-	0.03%	-	0.11%	-
Năm 2005	182,734.80	32,809.80	150,925.00	44,688.80	141,637.90	620,272.20	2,635.60	2,451.60	3.34%	-39.4%	0.01%	-67.8%	0.03%	-1.0%	4.83%	-24.5%	0.01%	-66.9%	0.34%	32.5%
Năm 2006	216,294.00	39,436.30	176,857.70	39,364.30	136,899.90	744,214.80	3,990.80	3,403.00	3.44%	5.6%	0.01%	36.0%	0.03%	4.3%	4.20%	4.4%	0.03%	31.7%	0.23%	-4.2%
Năm 2007	289,833.94	48,444.64	240,389.30	36,147.67	213,686.07	997,247.83	4,647.67	3,283.14	3.44%	0.6%	0.01%	-13.1%	0.04%	-24.8%	4.14%	-1.4%	0.01%	-14.3%	0.24%	1.4%

“Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh của công ty TNHH Hoà Bình”

2.2.2.3 Hiệu quả sử dụng chi phí kinh doanh.

Bảng số liệu 2.7: Hiệu quả sử dụng chi phí tại Công ty TNHH Hoà Bình

Chi tiêu	Tổng doanh thu	Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	Chi phí	Mức doanh thu từ một đơn vị chi phí bỏ ra		Tỷ suất sinh lợi của một đồng chi phí	
				Số lượng	Tỷ lệ tăng so với năm trước	Số lượng	Tỷ lệ tăng so với năm trước
Đơn vị tính	Triệu đồng	Triệu đồng	Triệu đồng	Đồng	%	Đồng	%
Năm 2004	570,083.10	6,067.44	2,635.60	216.301	-	2.302	-
Năm 2005	620,272.20	2,635.60	5,493.30	112.914	-47.8%	0.480	-79.2%
Năm 2006	744,214.80	3,990.80	4,614.40	161.281	42.8%	0.865	80.3%
Năm 2007	997,247.83	4,647.67	3,514.50	283.752	75.9%	1.322	52.9%

“Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh của công ty TNHH Hoà Bình”

Bảng số liệu 2.8: Tỷ suất lợi nhuận tại Công ty TNHH Hoà Bình.

Chi tiêu	Tổng doanh thu	Tổng vốn	Lợi nhuận thuần trước thuế	Tỷ suất của lợi nhuận so với doanh thu		Tỷ suất của lợi nhuận so với vốn sản xuất bình quân	
				Số liệu	Tỷ lệ tăng so với năm trước	Số liệu	Tỷ lệ tăng so với năm trước
Đơn vị tính	Triệu đồng	Triệu đồng	Triệu đồng	%	%	%	%
Năm 2004	570,083.10	137,667.60	3,301.80	0.58%	-	2.40%	-
Năm 2005	620,272.20	185,734.80	3,514.50	0.57%	-2.17%	1.89%	-21.10%
Năm 2006	744,214.80	216,294.00	3,405.00	0.46%	-19.25%	1.57%	-16.80%
Năm 2007	997,247.83	289,833.94	4,562.70	0.46%	0.00%	1.57%	0.00%

“Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh của Công ty TNHH Hoà Bình ”

2.2.2.4. Hiệu quả về mặt kinh tế xã hội.

Là một doanh nghiệp tư nhân được thành lập hơn chục năm, công ty TNHH Hoà Bình đã cung cấp và duy trì công ăn việc làm ổn định cho hơn 300 lao động với thu nhập ổn định. Công ty cũng là một đơn vị đi đầu trong các phong trào thúc đẩy phát triển kinh tế của tỉnh Yên Bái, tạo ra những cơ sở vật chất làm tiền đề phát triển kinh tế cho tỉnh nhà cũng như các tỉnh mà công ty có chi nhánh. Thêm vào đó, công ty cũng đã đóng góp cho tỉnh Yên Bái một nguồn thu lớn từ thuế V.A.T và thuế thu nhập doanh nghiệp cũng như các thuế khác.

2.3. PHÂN TÍCH CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG

2.3.1. Hoạt động kinh doanh xây dựng.

- Kinh doanh bất động sản

+ Giá đất đai liên tục tăng gây nhiều khó khăn trong việc mua đất để tiến hành đầu tư.

+ Giá cả của vật liệu đang lên cao nên việc xây dựng một số công trình của công ty đang gặp khó khăn.

+ Thị trường hoạt động chủ yếu là tại tỉnh Yên Bái nên lượng khách hàng không lớn.

- Kinh doanh vật liệu xây dựng:

+ Khó khăn về giá cả liên tục tăng nên ảnh hưởng tới việc kinh doanh của công ty.

+ Những khó khăn về nguồn hàng đầu vào.

- Lực lượng cán bộ kỹ thuật của công ty:

Trước tiên, phải khẳng định rằng nhờ có đội ngũ cán bộ lành nghề nên công ty TNHH Hòa Bình có được một thế mạnh lớn khi phải đối mặt với những công trình khó, đòi hỏi kỹ thuật cao. Một công trình khi đã được tính toán tốt và chặt chẽ có thể tiết kiệm được rất nhiều chi phí trong quá trình xây dựng để từ đó đem lại hiệu quả lợi nhuận cao cho công ty..

- Máy móc thiết bị của công ty:

Công ty đã đầu tư vào lĩnh vực xây dựng một lượng máy móc thiết bị tương đối lớn cả về số lượng và chất lượng.

2.3.2. Hoạt động kinh doanh vận tải.

- Giá xăng dầu trong thời gian qua:

Có thể nói rằng đối với hoạt động giao thông vận tải của bất kỳ tổ chức nào, xăng dầu là một vấn đề hết sức thực tế và quan trọng. Trong thời đại ngày nay thiếu xăng thì sẽ không có vận chuyển, xăng dầu đối với vận chuyển đóng vai trò sống còn như máu với cơ thể vậy. Từ đó ta có thể hiểu được giá cả xăng dầu có ảnh hưởng lớn như thế nào đến hoạt động vận tải của Công ty TNHH Hòa Bình.

- Phương tiện vận chuyển của công ty:

Hiện nay với số lượng vào khoảng 50 đầu xe các loại bao gồm: Xe tải có mui kín, xe ben dùng trong công trường, xe cầu tự hành, xe đầu kéo và rơ moóc...

- Địa bàn hoạt động trong lĩnh vực giao thông vận tải:

- Trong những năm vừa qua, địa bàn hoạt động của công ty đã được mở rộng đáng kể từ tỉnh Yên Bái đã lan rộng đến Hà Nội, Hải Phòng và các tỉnh phía Bắc .

Hiện công ty đang phối hợp với đối tác SINOTRANS của Trung Quốc để mở tuyến vận tải quá cảnh từ Trung Quốc ra cảng Hải Phòng.

2.3.3. Hoạt động thương mại

2.3.3.1 Kinh doanh xe máy, ô tô

- Sơ lược về thị trường xe máy Việt Nam những năm vừa qua:

Theo số liệu từ Hiệp hội xe đạp xe máy Việt Nam, năm 2006 tiêu thụ xe máy cả nước đạt 2,2 triệu xe. Riêng 2 tháng đầu năm 2007, lượng xe tiêu thụ đã tăng khoảng 150.000 xe so với cùng kỳ 2006. Tuy nhiên đến cuối năm 2007 do sự thắt chặt lại của Nhà nước đối với thị trường xe máy nên lượng tiêu thụ xe máy có giảm đi đôi chút. Điều này cũng ảnh hưởng ít nhiều đến hoạt động kinh doanh xe máy của công ty TNHH Hòa Bình.

- Đặc biệt chỉ thị của Nhà nước cuối năm 2007 yêu cầu mọi người phải đội mũ bảo hiểm khi tham gia giao thông khiến cho nhu cầu về xe ga tăng lên đáng kể (vì xe ga có chỗ để mũ bảo hiểm tiện lợi). Điều này cũng ảnh hưởng không nhỏ đến công ty TNHH Hòa Bình vì từ trước đến nay công ty kinh doanh chủ yếu là xe số. Từ đó đã dẫn đến sự thay đổi mạnh mẽ trong chiến lược kinh doanh xe máy của công ty, nhu cầu tiêu thụ xe ga tăng lên.

- Hiện tại lượng xe tiêu thụ tại thị trường Yên Bái cũng đã chậm lại nhưng việc đầu tư hệ thống đại lý tại các huyện đang đạt được những kết quả rất tốt.

- Về kinh doanh ô tô, hiện nay công ty đang bước đầu làm đại lý kinh doanh xe tải cho công ty Trường Hải với số lượng tiêu thụ khoảng 20 xe các loại trên một tháng.

+ Về con người, hiện tại có 12 người thuộc trung tâm ô tô.

+ Về giá cả, năm 2008 đã tăng đáng kể so với năm ngoái. Nguyên nhân là do yếu tố lạm phát và các yếu tố về thuế nhập khẩu linh kiện làm cho giá bán tăng lên đáng kể. Điều này dẫn đến sản lượng bán ra bị sụt giảm không nhỏ.

+ Hiện nay, với đặc điểm là một thị trường nhỏ, nhu cầu tại tỉnh Yên Bái phần lớn là dùng xe tải loại nhỏ (dưới 5 tấn) với giá cả hợp lý. Điều này thì xe của Trường Hải có thể đáp ứng nhu cầu nhưng chất lượng của xe còn nhiều hạn chế như các trang thiết bị cho xe, thùng xe không được bền như xe của Hàn Quốc... Những chi tiết này chủ yếu được chế tạo tại Việt Nam nên đã tạo một phân tâm lý không tốt cho khách hàng.

2.3.3.2 Kinh doanh vật liệu xây dựng

- Nhân tố con người: Công ty có một đội ngũ đông đảo cán bộ công nhân viên chuyên ngành về vật liệu và có hiểu biết về ngành.

- Về nguồn cung cấp đầu vào: Hiện nay một khó khăn mà cả doanh nghiệp sản xuất và thương mại đều đang gặp đó là tình trạng tăng giá nguyên vật liệu đầu vào làm cho giá thành sản phẩm tăng, dẫn đến giá bán tăng gây rất nhiều khó khăn cho khâu tiêu thụ.

- Hệ thống cửa hàng và đại lý phủ rộng toàn tỉnh và có trung tâm vật liệu xây dựng cũng tạo điều kiện thuận lợi cho việc kinh doanh của công ty.

- Điều kiện kinh tế của tỉnh Yên Bái và các tỉnh lân cận chưa phát triển nên công việc kinh doanh của công ty không thể có khả năng có những bước đột phá.

- Chính sách thuế của nhà nước có nhiều thay đổi dẫn đến giá cả đầu vào của công ty cũng bị ảnh hưởng rất nhiều.

2.4. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA CÔNG TY.

2.4.1. Những thành tựu đạt được của công ty trong thời gian qua.

- Doanh thu và lợi nhuận sau thuế của Công ty đều tăng theo thời gian trong thời kỳ nghiên cứu.
- Trên thị trường, thị trường và hình thức kinh doanh dịch vụ vận tải, dịch vụ xây dựng ngày càng được mở rộng.
- Trong nội bộ doanh nghiệp, từ Ban lãnh đạo đến toàn thể cán bộ công nhân viên đoàn kết thống nhất, cùng chung chí hướng đẩy mạnh sản xuất kinh doanh.
- Mặc dù thị trường có nhiều biến động nhưng công ty liên tục hoàn thành và vượt kế hoạch đề ra.
- Những thành tựu đã đạt được của công ty trong những năm qua thể hiện ở việc thuế và các khoản thu khác nộp cho Ngân sách nhà nước không ngừng tăng trong các năm, ngày càng nâng cao mức thu nhập cho người lao động, cải thiện đời sống vật chất cho người lao động.
- Công ty có một cơ cấu tổ chức quản lý hiệu quả phù hợp với quy mô sản xuất kinh doanh.
- Về quan hệ giao dịch của công ty, công ty đã có quan hệ với hầu hết các nguồn hàng trong nước như các hãng lớn, và đã tạo được chữ tín trên thị trường cũng như đối với các bạn hàng để kinh doanh lâu dài trên cơ sở đôi bên cùng có lợi.
- Công ty có tầm chiến lược về con người, luôn cử các cán bộ đi đào tạo nhằm nâng cao trình độ nghiệp vụ cũng như luôn tổ chức các lớp tập huấn nhằm nâng cao tay nghề cho đội ngũ kỹ thuật viên nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng
- Chế độ dịch vụ sau bán hàng của công ty rất tốt. Công ty đã tổ chức được đội ngũ kỹ thuật chuyên nghiệp để bảo hành cho sản phẩm mà công ty cung cấp cho khách hàng.

2.4.2. Những tồn tại của công ty TNHH Hòa Bình và nguyên nhân.

- Số vòng quay vốn lưu động chưa cao hay hiệu quả sử dụng vốn lưu động còn thấp.
- Các chỉ số về hiệu quả sử dụng vốn chưa cao và có xu hướng lên xuống rất thất thường.
- Doanh thu của công ty đạt rất cao nhưng lợi nhuận sau thuế không cao, lợi nhuận tăng không tỷ lệ thuận với doanh thu.
- Tuy đã xây dựng chiến lược mặt hàng nhưng chưa đảm bảo sự đa dạng về mặt hàng, chủng loại chưa phong phú.
- Thị trường chủ yếu của công ty là thị trường trong nước mà thị trường Yên Bái.
- Những hạn chế và trang thiết bị phục vụ kinh doanh.
- Mạng lưới cũng như cá tuyến vận tải của Công ty còn hạn chế.
- Một tồn tại nữa của công ty hiện nay là do công ty vẫn chưa thể đa dạng hóa loại hình dịch vụ vận tải để phục vụ nhu cầu của thị trường.
- Sự hạn chế về quản lý cán bộ công nhân viên.
- Sự hạn chế về vai trò của các văn phòng đại diện và chi nhánh.

- Trong hoạt động kinh doanh, nhất là trong ngành vận tải, công tác khai thác và tìm kiếm nguồn hàng là một yêu cầu sống còn của họ. Công ty TNHH Hòa Bình hiện nay vẫn chưa tìm được bạn hàng vững chắc, ổn định và lâu dài.
- Một tồn tại nữa của công ty là do hiện nay công ty không chú trọng đến công tác đào tạo và chuẩn bị cho lực lượng kế cận nên hiện nay lực lượng này còn hạn chế.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP GÓP PHẦN NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH HÒA BÌNH

3.1. MỤC TIÊU, PHƯƠNG HƯỚNG VÀ QUAN ĐIỂM PHÁT TRIỂN KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH HÒA BÌNH.

3.1.1. Mục tiêu, phương hướng phát triển kinh doanh của Công ty TNHH Hòa Bình

3.1.1.1. Mục tiêu

- Đảm bảo việc làm ổn định cho người lao động:
- Cố gắng nâng mức thu nhập của cán bộ công nhân viên:
- Tăng doanh thu và lợi nhuận so với năm 2007:
- Mở rộng thị trường của công ty:
- Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn và lao động của công ty, cụ thể là giảm các loại chi phí của công ty, sử dụng hợp lý nguồn lao động.

3.1.1.2. Định hướng phát triển của công ty TNHH Hòa Bình

*** Định hướng phát triển trên thị trường tiêu thụ:**

- Qua điều tra thị trường, Hà Nội là nơi tập trung rất nhiều công ty lớn, nhiều nhu cầu thu mua sản phẩm, đông dân, nhiều mối tiêu thụ hàng hóa nên rất phù hợp với việc tiêu thụ sản phẩm của công ty. Vì vậy công ty cần tập trung vào phát triển thị trường này cũng như xác định là một đầu mối cung cấp nguồn hàng cho công ty.
- Ngoài ra, công ty còn mở rộng thị trường ra các tỉnh, khu vực lân cận, công ty dự kiến trong năm 2008 thị trường phía Bắc sẽ chiếm doanh số bán hàng cao.

*** Định hướng phát triển sản phẩm:**

- Nghiên cứu thị trường, nhu cầu của người tiêu dùng cùng với việc đánh giá tâm lý khách hàng để đưa ra những sản phẩm, mặt hàng cần thiết.
- Mặt khác, bên cạnh những mặt hàng có thể mạnh, công ty cần đầu tư nghiên cứu và tìm tòi những mặt hàng mà hiện tại thị trường đang có nhu cầu và dự báo được những mặt hàng đến thời kỳ phát triển trên thị trường. Điều này nhằm chiếm ưu thế so với đối thủ cạnh tranh trên thị trường chiến lược trong tương lai.

*** Định hướng phát triển nguồn nhân lực:**

- Nâng cao trình độ, năng lực làm việc của toàn bộ cán bộ công nhân viên.
- Bồi dưỡng và nâng cao tính kỷ luật, ý thức trong lao động, tính trung thực và trách nhiệm đối với toàn bộ công nhân viên của công ty.
- Có chế độ ưu đãi thưởng, phạt phân minh đối với người lao động, cố gắng giữ lại những người hoạt động hiệu quả.

3.1.2. Quan điểm phát triển kinh doanh của công ty.

3.1.2.1 Đối nội:

- Xây dựng môi trường làm việc tốt, có một cơ cấu quản lý hợp lý, chiến lược về con người phù hợp
- Hoàn thiện về dịch vụ.
- Tập trung vào những ngành kinh doanh mũi nhọn.

3.1.2.2 Đối ngoại:

- Tiến hành hợp tác với các đối tác.
- Kinh doanh dựa trên cơ sở pháp luật và lợi ích của đất nước

3.2. MỘT SỐ GIẢI PHÁP GÓP PHẦN NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY.

3.2.1. Cải tiến chính sách.

3.2.1.1. Cải tiến chính sách.

*** Cải tiến chính sách đối với thị trường, đẩy mạnh khâu marketing.**

- Công ty cần thành lập phòng marketing nhằm chuyên môn hoá việc nghiên cứu và mở rộng thị trường.

*** Cải tiến chính sách đối với sản phẩm.**

- Để xây dựng một chính sách sản phẩm hợp lý,
- Nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ.
- Đa dạng hoá mặt hàng kinh doanh.
- Chính sách giá cả.

*** Cải tiến chính sách đối với người lao động trong công ty.**

- *Tiến hành đào tạo, nâng cao năng lực trình độ của cán bộ công nhân viên.*
- + Đào tạo cán bộ chủ chốt của công ty bằng chương trình ngắn hạn và dài hạn.
- + Tổ chức học tập trong nội bộ.
- *Thực hiện chính sách ưu đãi khen thưởng và nâng cao đời sống CBCNV.*

3.2.2. Phát triển mạng lưới kinh doanh và đa dạng hóa các loại hình dịch vụ.

3.2.2.1. Phát triển mạng lưới kinh doanh.

- Thông tin về thị trường mà công ty đang tham ra.
- Phát triển bộ phận nghiên cứu thị trường.
- Mở rộng mạng lưới kinh doanh.
- Tối đa hóa tiêu thụ: Bán được nhiều hàng hoá, doanh thu tối đa làm cho sản xuất và kinh doanh phát triển, đời sống của cán bộ công nhân viên được nâng cao.
- Tối đa hóa thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng.
- Tối đa hóa sự lựa chọn: Đa dạng hóa các loại hình phục vụ khiến cho người khách hàng có thể lựa chọn tùy ý sao cho phù hợp với ý muốn của mình.
- Hình thành các thị trường trọng điểm.
- Tăng cường các chương trình quảng cáo, tuyên truyền với mục đích làm cho bạn hàng và khách hàng tiềm năng có thể hiểu biết thêm về doanh nghiệp.
- Tham gia hội chợ triển lãm chuyên ngành, đây là cơ hội tốt cho doanh nghiệp tiếp xúc với các khách hàng tiềm năng và nhận biết được nhu cầu của khách hàng.

- Đơn giản quá trình kinh doanh, tiết kiệm thời gian và chi phí cho khách hàng.
- Mở rộng liên doanh, liên kết.

3.2.2.2. Đa dạng hóa các loại hình dịch vụ.

- Sản phẩm hóa dịch vụ: Điều này có ý nghĩa là biến cái vô hình thành cái hữu hình.
- Bán kèm một dịch vụ với một dịch vụ hay sản phẩm khác:
- Tạo ra những dịch vụ mới bằng cách kết hợp với các đối tác:
- Chính sách mở rộng loại hình dịch vụ từ dịch vụ truyền thống nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường thường xuyên biến động.
- Chính sách liên kết dọc: Theo hướng này, công ty có thể phát triển hoạt động dựa trên cơ sở hình thức kinh doanh ban đầu của mình về cả trên hai phía bao gồm: Phía trên (người cung ứng), phía dưới (khách hàng).

3.2.3. Tăng cường đầu tư cơ sở vật chất, phương tiện và giảm thiểu chi phí.

3.2.3.1. Tăng cường cơ sở vật chất và phương tiện và nguồn vốn

- Hiện nay cơ sở và mạng lưới kinh doanh của Công ty đã tương đối tốt nhưng phần lớn vẫn chỉ nằm trong tỉnh. Để mở rộng kinh doanh cần phải đầu tư cơ sở cho các chi nhánh tại ngoại tỉnh nhất là các trang thiết bị văn phòng.
- Phương tiện phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty hiện nay cũng rất hạn chế vì vậy công ty cần đầu tư cho các lĩnh vực sao cho phù hợp:
- Về nguồn vốn hiện tại công ty đang rất hạn chế trong việc kiếm tìm nguồn vốn mà chủ yếu mới chỉ có vốn vay ngân hàng và vốn tự có

3.2.3.2 Giảm thiểu chi phí để tăng hiệu quả kinh doanh.

- Xác định đúng đắn nhu cầu vốn cho từng chu kỳ sản xuất kinh doanh. Nếu tính không đủ, không đúng nhu cầu vốn sẽ dẫn đến tình trạng thiếu vốn, công ty sẽ gặp phải nhiều khó khăn, sản xuất bị ngưng trệ, hoặc thừa vốn dẫn đến tình trạng lãng phí làm cho tốc độ luân chuyển vốn chậm.
- Tổ chức tốt quá trình thu mua và dự trữ nhiên nguyên vật liệu
- Tổ chức lao động hợp lý, đó là điều kiện quan trọng nhất để tăng năng suất lao động, tăng chất lượng dịch vụ, cải tiến phương tiện và điều kiện làm việc, giảm hao phí sức lao động.
- Đối với lĩnh vực hoạt động kinh doanh vận tải thì chi phí nguyên liệu chiếm tỷ trọng lớn nên công ty cần có các biện pháp nhằm tiết kiệm chi phí trên như: Phối hợp tốt giữa phòng kinh doanh và bộ phận điều xe nhằm gom hàng để giảm chi phí, thực hiện định mức xăng dầu cho từng xe....
- Đối với công tác lao động cần phân rõ nhiệm vụ của từng cá nhân tránh bị hoạt động trùng lặp làm lãng phí nguồn lực, có chế độ khen thưởng rõ ràng nhằm giảm chi phí và khuyến khích nâng cao hiệu quả lao động.
- Hoàn thiện và phát triển công tác kế toán:
- Đối với việc sử dụng tài sản cố định công ty nên cân nhắc hình thức mua tài sản như máy móc thi công, phương tiện vận tải... sao cho phù hợp

3.2.4. Tăng cường tổ chức hoạt động kinh doanh và quản trị lao động.

3.2.4.1. Tăng cường tổ chức hoạt động kinh doanh.

- Tăng cường yếu tố tổ chức về con người , đào tạo nâng cao kỹ năng.

- Cơ cấu lại các phòng ban và bộ phận sao cho hợp lý.
- Công ty cần thiết lập phòng Marketing trong khi đó bộ phận này rất quan trọng trong công tác quảng cáo và tuyên truyền để mở rộng quy mô và mạng lưới kinh doanh của công ty.

3.2.4.2. Tăng cường tổ chức quản trị lao động.

- Chuyển hướng tổ chức bộ máy quản lý kinh doanh một cách hợp lý và gọn nhẹ nhất.
- Đồng thời công ty nên nâng cao nghiệp vụ của cán bộ công nhân viên.
- Đối với các nhà quản lý, các cán bộ lãnh đạo phòng ban phải là những người có trình độ trên mọi lĩnh vực, phương diện, có đầu óc sáng tạo, năng động.

3.2. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ VỚI TỈNH VÀ NHÀ NƯỚC

- Chính sách về vốn đối với các doanh nghiệp tại các tỉnh miền núi phía Bắc.
- Nhà nước cần có chính sách khuyến khích đầu tư hợp lý.
- Nâng cấp cơ sở hạ tầng cho các tỉnh miền núi phía Bắc như:
- Đối với tỉnh Yên Bái, cần tạo những điều kiện tốt nhất nhằm thu hút vốn đầu tư vào tỉnh, thúc đẩy các thành phần kinh tế ngoài quốc doanh phát triển nhằm tạo đà phát triển kinh tế của tỉnh nói chung.

KẾT LUẬN

Toàn bộ nội dung của đề tài: “**Nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty TNHH Hoà Bình**” đề cập trong luận văn được thực hiện bằng nhiều phương pháp khác nhau và gắn lý thuyết với thực tiễn, có tham khảo những tài liệu có liên quan. Trên cơ sở những vấn đề đã trình bày trong luận văn rút ra những kết luận sau:

***Về lý luận:** Đề tài khái quát được những vấn đề lý luận cơ bản về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, chỉ ra được những yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh cũng như những biện pháp để nâng cao hiệu quả kinh doanh .

***Về thực tiễn:**

- Đề tài khái quát được một số bài học kinh nghiệm trong việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, từ đó chỉ ra những vấn đề cần quan tâm khi xây dựng chiến lược kinh doanh cho doanh nghiệp.

- Trên cơ sở phân tích thực trạng, luận văn cho thấy một bức tranh toàn cảnh về hiệu quả kinh doanh của Công ty TNHH Hoà Bình, những điểm mạnh, điểm yếu và nguyên nhân của thực trạng đó.

- Đề tài đã đề xuất được một số biện pháp chủ yếu nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh cho Công ty.

Về tổng quan: Luận văn đã nêu ra được những điểm mạnh, điểm yếu của Công ty TNHH Hoà Bình cũng từ đó đưa ra ược những nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của Công ty. Từ những phân tích yếu tố ảnh hưởng cũng như điểm mạnh điểm yếu của Công ty để đưa ra một số giải pháp cơ bản nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty TNHH Hoà Bình trong tương lai, bên cạnh đó là các kiến nghị với nhà nước về các chính sách với các doanh nghiệp tư nhân tại các tỉnh miền núi phía bắc.

Xin trân trọng cảm ơn!

