

# CHƯƠNG 1

## CƠ SỞ LÝ LUẬN CHUNG VỀ HIỆU QUẢ

### KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

#### **1.1 Tổng quan những vấn đề lý luận cơ bản của hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp**

##### **1.1.1 Khái niệm**

Trong bối cảnh cơ chế thị trường hiện tại, mọi doanh nghiệp khi tham gia hoạt động kinh doanh đều hướng đến mục tiêu là tối ưu hóa lợi nhuận. Lợi nhuận được coi là yếu tố quyết định ảnh hưởng đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Để đạt được mức lợi nhuận mong muốn, các doanh nghiệp cần có khả năng quản lý hiệu quả toàn bộ quy trình sản xuất kinh doanh, từ việc chọn lựa nguyên liệu đầu vào cho đến việc thực hiện sản xuất kinh doanh và cung ứng sản phẩm tiêu thụ. Mức độ hợp lý hóa của quá trình này được biểu thị qua một khía cạnh kinh tế cơ bản gọi là hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Hiện nay có rất nhiều quan niệm khác nhau về vấn đề hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp xuất phát từ các góc nhìn và phương pháp nghiên cứu khác nhau.

Nhà kinh tế học Adam Smith cho rằng: "Hiệu quả là kết quả đạt được trong hoạt động kinh tế, là doanh thu tiêu thụ hàng hoá". Nhà kinh tế học người Pháp Ogiaphri cũng có quan điểm tương tự. Điều này có nghĩa hiệu quả chưa đi đôi với kết quả thực hiện chỉ tiêu hoạt động kinh doanh, hoặc làm tăng chi phí mở rộng sử dụng nguồn lực sản xuất. Rõ ràng quan điểm này chưa thể phản ánh đầy đủ hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp bởi vì nếu như cùng một kết quả mà lại đưa ra hai mức chi phí khác nhau thì hiệu quả kinh doanh chắc chắn là khác nhau.

Một số nhà quản trị học khác lại quan niệm rằng hiệu quả kinh doanh được xác định bởi tỷ số giữa kết quả đạt được và chi phí phải bỏ ra để đạt được kết quả đó. Manfred Kuhn cho rằng: "Tính hiệu quả được xác định bằng cách lấy kết quả tính theo đơn vị giá trị chia cho chi phí kinh doanh".

Từ những quan điểm trên có thể hiểu một cách khái quát hiệu quả kinh doanh là phạm trù thể hiện khả năng tận dụng tối đa các nguồn lực (nhân tài, vật lực, tiền vốn...) nhằm đạt được mục đích kinh doanh. Hiệu quả kinh doanh phản ánh mặt

chất lượng các hoạt động kinh doanh, trình độ nguồn lực sản xuất trong quá trình kinh doanh của doanh nghiệp trong sự vận động không ngừng của các quá trình sản xuất kinh doanh, không phụ thuộc vào tốc độ biến động của từng nhân tố, theo giáo trình “Phân tích báo cáo tài chính”, nhà xuất bản Tài chính, Hà Nội, trang 234, của PGS. TS Nguyễn Ngọc Quang.

### **1.1.2 Phân loại hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp**

Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thường được phân tích ở nhiều khía cạnh bao gồm hiệu quả tài chính và hiệu quả kinh tế xã hội, hiệu quả kinh doanh bộ phận và hiệu quả kinh doanh tổng hợp, hiệu quả kinh doanh tuyệt đối và hiệu quả kinh doanh tương đối, hiệu quả trước mắt và hiệu quả lâu dài, hiệu quả kinh doanh trực tiếp và hiệu quả kinh doanh gián tiếp...

Nhưng trong phạm vi nghiên cứu của bài khóa luận này chúng ta chỉ phân tích 2 loại đó là “Hiệu quả tài chính và hiệu quả xã hội”. Bởi mọi thành phần kinh tế tham gia vào nền sản xuất xã hội đều chú ý vào hai tiêu thức trên, tỷ trọng của hai tiêu thức này sẽ khác nhau tùy thuộc vào từng thành phần kinh tế.

Với bản chất của nền kinh tế thị trường, các doanh nghiệp nhà nước thường tham gia vào hoạt động kinh doanh hàng hóa dịch vụ, mặc dù mang lại lợi ích nhỏ về mặt tài chính nhưng lại có lợi ích cao về mặt xã hội. Còn đối với các doanh nghiệp tư nhân, các công ty trách nhiệm hữu hạn, các công ty nước ngoài thường tập trung nhiều vào hiệu quả tài chính mà ít quan tâm tới hiệu quả xã hội.

- **Hiệu quả tài chính:** Còn được gọi là hiệu quả sản xuất kinh doanh hay hiệu quả doanh nghiệp là hiệu quả xem xét trong phạm vi doanh nghiệp. Hiệu quả tài chính nói lên mối quan hệ giữa lợi ích kinh tế mà doanh nghiệp nhận được và chi phí mà doanh nghiệp phải bỏ ra để thu được lợi ích kinh tế đó.

Đây là mối quan tâm hàng đầu của tất cả doanh nghiệp, từng nhà đầu tư. Biểu hiện chung của hiệu quả kinh doanh là lợi nhuận mà mỗi doanh nghiệp đạt được. Tiêu chí cơ bản của hiệu quả này là lợi nhuận cao nhất và ổn định.

- **Hiệu quả kinh tế xã hội:** Hay còn gọi là hiệu quả kinh tế tổng hợp xét trong phạm vi toàn bộ nền kinh tế. Hiệu quả xã hội do doanh nghiệp đem lại đối với nền kinh tế quốc dân là sự đóng góp của doanh nghiệp vào sự phát triển xã hội tích lũy ngoại tệ tăng thu ngân sách, giải quyết vấn nạn việc làm, tăng thu nhập, cải tiến

mức sống cho người lao động.

**Sự khác biệt giữa hai tiêu thức trên được thể hiện rất rõ qua các khía cạnh như:**

+ Hiệu quả tài chính là mối quan tâm của các doanh nghiệp hoặc nhà đầu tư, còn hiệu quả kinh tế xã hội là mối quan tâm của toàn xã hội mà đại diện là nhà nước.

+ Hiệu quả tài chính được xem xét theo quan điểm của doanh nghiệp, còn hiệu quả kinh tế xã hội xem xét theo quan điểm của toàn xã hội.

**Kết luận:** Như vậy ta thấy mối quan hệ giữa hiệu quả tài chính với hiệu quả kinh tế xã hội là mối quan hệ giữa lợi ích bộ phận với lợi ích tổng thể, lợi ích cá nhân với lợi ích của toàn xã hội. Đó là quan hệ thống nhất có mâu thuẫn vì trong quản lý kinh tế, không những cần tính hiệu quả tài chính cho doanh nghiệp mà còn phải tính đến hiệu quả kinh tế xã hội của doanh nghiệp đem lại cho nền kinh tế quốc dân.

Hiệu quả xã hội chỉ có khi doanh nghiệp hoạt động kinh doanh có hiệu quả và đem lại được lợi ích cho xã hội. Vì thế mà các doanh nghiệp phải quan tâm hơn đến hiệu quả kinh tế xã hội, đó chính là nền tảng cho doanh nghiệp kinh doanh có hiệu quả. Bên cạnh đó, để doanh nghiệp quan tâm hơn đến hiệu quả kinh tế xã hội nhà nước phải đưa ra những chính sách đảm bảo cân đối giữa lợi ích xã hội và lợi ích doanh nghiệp và lợi ích cá nhân.

### **1.1.3 Vai trò của hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp**

Trước nhu cầu ngày càng tăng cao của xã hội mà nguồn lực tham gia vào quá trình sản xuất kinh doanh lại có hạn, nên bản chất của kinh tế học là giải quyết được ba vấn đề trọng tâm: sản xuất cái gì? sản xuất cho ai? sản xuất như thế nào? Hiện nay, do sự phát triển quá mức và thiếu hụt nguồn năng lượng tái tạo nên nguồn năng lượng ngày càng khan hiếm. Ngoài ra, áp lực từ việc gia tăng dân số ngày càng lớn sẽ làm tăng nhu cầu vật chất tiêu dùng của con người. Trong khi những hạn chế này lại đe dọa đến năng lực sản xuất nên nhu cầu cấp thiết là phải nâng cao hiệu quả kinh doanh là yêu cầu bắt buộc đối với các chủ thể sản xuất kinh doanh nói chung.

- Khoa học kỹ thuật phát triển là điều kiện thuận lợi để nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh. Bằng việc ứng dụng các thành tựu khoa học kỹ thuật cho phép con người tăng cường khả năng khai thác nguồn tài nguyên thiên nhiên đa dạng và chuyên môn hóa sản xuất cũng như tổ chức công tác quản lý kinh doanh. Kỹ thuật sản xuất phát triển cho phép sử dụng nguồn lực đầu vào một cách tinh tế có hiệu quả để tạo ra của cải vật chất. Điều này cho phép các doanh nghiệp có cơ hội thay đổi phương thức sản xuất kinh doanh mang lợi nhuận cao nhất trong kinh doanh. Ngày nay kết quả tăng trưởng kinh tế chính trị là việc ứng dụng thành công các thành tựu của cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật đang diễn ra với tốc độ tăng trưởng như vũ bão đặc biệt là ở các nước châu Á đang phát triển như Việt Nam.

- Trong cơ chế thị trường, các doanh nghiệp cần phải chấp nhận sự cạnh tranh lẫn nhau để tồn tại và phát triển. Lĩnh vực kinh doanh càng có lợi nhuận thì sự cạnh tranh càng gay gắt và khốc liệt. Để cạnh tranh thành công một doanh nghiệp làm ăn chân chính không còn con đường nào khác là phải nâng cao chất lượng sản phẩm, giảm chi phí sản xuất, giảm giá thành sản phẩm... Vì vậy, nâng cao hiệu quả kinh doanh trở thành điều kiện sống còn để doanh nghiệp có thể tồn tại và phát triển.

#### **1.1.4 Đặc điểm hiệu quả kinh doanh**

Hiệu quả kinh doanh là phạm trù phức tạp và khó đánh giá. Sở dĩ như vậy vì ở khái niệm này cho ta thấy hiệu quả sản xuất kinh doanh được xác định bởi mối tương quan giữa hai đại lượng là kết quả đầu ra và chi phí bỏ ra để có được kết quả đó mà hai đại lượng này đều khó xác định.

Về kết quả, chúng ta ít xác định được chính xác kết quả mà doanh nghiệp thu được. Ví dụ như kết quả thu được của hoạt động kinh doanh chịu ảnh hưởng của thước đo giá trị đồng tiền - với những thay đổi trên thị trường của nó.

Về chi phí cũng vậy việc xác định đại lượng này không dễ dàng. Vì chi phí cũng chịu ảnh hưởng của đồng tiền hơn thế nữa có thể một chi phí bỏ ra nhưng nó liên quan đến nhiều quá trình trong hoạt động kinh doanh thì việc bổ sung chi phí cho từng đối tượng chỉ là tương đối, và có khi không phải chỉ là chi phí trực tiếp mang lại kết quả cho doanh nghiệp mà còn rất nhiều chi phí gián tiếp như: giáo dục, cải tạo môi trường, sức khỏe... Có tác động không nhỏ đến kết quả kinh doanh

của doanh nghiệp, các chi phí đó rất khó tính toán trong quá trình xem xét hiệu quả kinh tế.

## **1.2 Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh**

### **1.2.1 Khả năng thanh toán ngắn hạn**

#### **1.2.1.1 Tỷ số thanh toán hiện hành**

Tỷ số thanh toán hiện hành là một chỉ số cho biết tỉ số giữa tài sản lưu động hiện có và nợ ngắn hạn, phản ánh khả năng hiện tại của doanh nghiệp trong việc thanh toán các khoản nợ ngắn hạn đó.

Một công ty sẽ có một khoảng thời gian giới hạn để huy động vốn trả cho những khoản nợ ngắn hạn. Các tài sản lưu động có thể kể đến như tiền, các khoản tương đương tiền và chứng khoán bán được dễ dàng chuyển đổi thành tiền trong ngắn hạn. Các công ty có số lượng tài sản lưu động lớn hơn sẽ dễ dàng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn khi chúng đến hạn mà không phải bán bớt các tài sản dài hạn tạo ra doanh thu. Công thức tính tỷ số thanh toán hiện hành:

$$\text{Tỷ số thanh toán hiện hành} = \frac{\text{Tài sản ngắn hạn}}{\text{Nợ ngắn hạn}}$$

#### **1.2.1.2 Tỷ số thanh khoản nhanh**

Tỷ số thanh toán nhanh là một chỉ số tài chính chỉ khả năng thanh toán ngắn hạn, hay khả năng huy động tiền mặt để thanh toán các hóa đơn khi đến hạn thanh toán. Hiểu một cách đơn giản, việc tính toán tỷ số thanh toán nhanh nhằm giúp các nhà quản trị, nhà phân tích tài chính hiểu được rằng, tại thời điểm đó doanh nghiệp của họ đang có bao nhiêu đồng tiền và các khoản vay tiền tương đương, từ đó sắp xếp thanh toán nhanh những khoản nợ ngắn hạn. Công thức tính tỷ số thanh khoản nhanh:

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

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

### 1.2.1.3 Tỷ số thanh khoản nhanh bằng tiền

Hay còn gọi là tỷ lệ thanh toán bằng tiền, chỉ số thanh toán tiền mặt,... Tỷ số này nhằm đánh giá sát hơn tình hình thanh toán của doanh nghiệp. Công thức tính:

$$\text{Tỷ số thanh khoản nhanh bằng tiền} = \frac{\text{Tiền và các khoản tương đương tiền}}{\text{Nợ ngắn hạn}}$$

Tiền và các khoản tương đương tiền ở đây bao gồm tiền mặt, tiền gửi ngân hàng, tiền đang chuyển, các khoản đầu tư chứng khoán ngắn hạn và các khoản đầu tư ngắn hạn khác có thể dễ dàng chuyển đổi thành tiền trong thời hạn 3 tháng mà không gặp rủi ro lớn.

Hệ số này đặc biệt hữu ích khi đánh giá tính thanh khoản của một doanh nghiệp trong giai đoạn nền kinh tế đang gặp khủng hoảng (khi mà hàng tồn kho không tiêu thụ được, các khoản phải thu khó thu hồi). Tuy nhiên, trong nền kinh tế ổn định, dùng tỷ số khả năng thanh toán tức thời đánh giá tính thanh khoản của một doanh nghiệp có thể xảy ra sai sót. Bởi lẽ, một doanh nghiệp có một lượng lớn nguồn tài chính không được sử dụng đồng nghĩa do doanh nghiệp đó sử dụng không hiệu quả nguồn vốn.

### 1.2.2 Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động

#### 1.2.2.1 Hàng tồn kho

Số vòng quay hàng tồn kho:

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

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

Số ngày một vòng quay hàng tồn kho:

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

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

### 1.2.2.2 Khoản phải thu

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

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

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

#### Thời gian thu hồi tiền:

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

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

### 1.2.3 Quản trị nợ

#### 1.2.3.1 Tỷ số nợ trên tổng tài sản

Là một tỷ số tài chính được sử dụng để đo lường năng lực và quản lý nợ dựa trên tổng tài sản mà doanh nghiệp sở hữu. Còn được gọi là hệ số nợ trên tổng tài sản. Công thức tính tỷ số nợ:

$$\text{Tỷ số nợ} = \frac{\text{Tổng nợ}}{\text{Tổng tài sản}}$$

Hệ số nợ cho biết phần trăm tổng tài sản của công ty được tài trợ bằng các khoản nợ là bao nhiêu. Hệ số nợ thấp có thể cho thấy việc sử dụng nợ không hiệu quả, còn hệ số nợ cao thể hiện gánh nặng về nợ lớn, có thể dẫn đến tình trạng mất khả năng thanh toán. Cụ thể là:

Tỉ số nợ trên tổng tài sản lớn hơn 1 cho thấy một phần đáng kể tài sản được tài trợ bởi các khoản nợ. Nói cách khác, công ty có nhiều khoản nợ hơn tài sản, cho thấy vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp đang bị âm. Đây là một tình trạng mà

không doanh nghiệp nào muốn gặp phải, vì lỗ lũy kế qua nhiều năm đã vượt trên cả vốn góp của chủ sở hữu hay còn được gọi là “âm vốn chủ”.

Tỉ lệ nợ trên tổng tài sản nhỏ hơn 1 có nghĩa là phần lớn tài sản của công ty được tài trợ bằng vốn chủ sở hữu. Công ty vẫn đang duy trì có khả năng thanh toán được bằng việc sử dụng các tài sản sẵn có của mình.

### **1.2.3.2 Tỷ số nợ so với VCSH**

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

Hệ số này được tính bằng cách lấy tổng nợ (tức là gồm cả nợ ngắn hạn lẫn nợ dài hạn) của doanh nghiệp trong một thời kỳ nào đó chia cho giá trị vốn của chủ sở hữu trong cùng kỳ. Các số liệu này có thể lấy từ bảng cân đối kế toán của doanh nghiệp. Công thức tính như sau:

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

## **1.2.4 Các chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lời**

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

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

$$\text{ROA} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng tài sản bình quân}}$$

Độ lớn của chỉ tiêu này càng cao thể hiện hiệu quả càng lớn trong việc sử dụng tài sản của doanh nghiệp. Nói cách khác nếu tỷ số này dương thì DN làm ăn

có lãi ngược lại nếu tỷ số này âm thì DN đang làm ăn thua lỗ. Tỷ suất sinh lời trên tài sản thường được coi là một chỉ tiêu đánh giá sự thành công trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

#### **1.2.4.2 Tỷ suất sinh lời của doanh thu – ROS:**

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

$$ROS = \frac{\text{Lợi nhuận ròng}}{\text{Doanh thu}} \quad (\text{hoặc lợi nhuận sau thuế})$$

ROS cho thấy hiệu quả trong quá trình kinh doanh của một DN. Nếu ROS > 0 nghĩa là DN kinh doanh hiệu quả. Ngược lại ROS < 0 thì DN đang thất thoát tài chính. Chỉ số này cho ta thấy được tình hình kinh doanh của DN để kịp thời đưa ra giải pháp khắc phục.

#### **1.2.4.3 Tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu – ROE:**

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

$$ROE = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn chủ sở hữu}}$$

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

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

### **1.3 Các nhân tố tác động đến việc nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp**

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

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

Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh được chia làm 2 loại: yếu tố bên trong và yếu tố bên ngoài.

#### **1.3.1 Các nhân tố bên trong doanh nghiệp**

Các nhân tố thuộc môi trường bên trong là các nhân tố chủ quan trong doanh nghiệp nó thể hiện năng lực của một doanh nghiệp. Cơ hội, chiến lược kinh doanh và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp luôn phụ thuộc chặt chẽ vào các yếu tố phản ánh tiềm lực của doanh nghiệp. Trong phần khái niệm chúng ta đã đề cập đến hiệu quả kinh doanh được thể hiện thông qua sự so sánh giữa kết quả đầu ra các yếu tố đầu vào. Vậy những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh là các nhân tố đầu vào, cụ thể:

##### *Nhân tố vốn*

Vốn là điều kiện phải có để một doanh nghiệp có thể tiến hành các hoạt động kinh doanh. Khi bắt đầu hay quyết định đến một hoạt động kinh doanh nào của doanh nghiệp thì luôn cần đến nguồn vốn cho nên vốn có ý nghĩa và vai trò rất quan trọng đối với doanh nghiệp. Vốn trong doanh nghiệp được hình thành từ bốn nguồn chính: Vốn tự có, vốn ngân sách nhà nước cấp, vốn huy động từ phát hành cổ phiếu và vốn vay. Vốn được phân bổ dưới hai hình thức là vốn cố định và vốn lưu động.

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

### *Nhân tố con người*

Con người là nhân tố quyết định cho mọi hoạt động trong doanh nghiệp. Trong thời đại hiện nay, hàm lượng chất xám ngày càng cao thì trình độ chuyên môn của người lao động có ảnh hưởng vô cùng lớn đối với hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Trên thực tế, trình độ chuyên môn của nhân viên cũng có ảnh hưởng không nhỏ đến sự thành công của doanh nghiệp. Vì vậy, nhân tố con người và trình độ chuyên môn có vai trò quyết định tới hiệu quả kinh doanh. Điều đó đòi hỏi doanh nghiệp cần có kế hoạch kỹ lưỡng từ khâu tuyển dụng tới công tác đào tạo bồi dưỡng, nâng cao trình độ chuyên môn cho người lao động.

### *Trình độ quản trị doanh nghiệp*

Nhân tố này đóng vai trò vô cùng quan trọng đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Quản trị doanh nghiệp chú trọng đến định hướng cho doanh nghiệp một lối đi đúng đắn trong một môi trường kinh doanh đầy biến động. Chất lượng của chiến lược kinh doanh và phát triển doanh nghiệp là nhân tố hàng đầu và quan trọng nhất quyết định sự thành công hay thất bại của một doanh nghiệp. Đội ngũ các nhà quản trị mà trước hết là các nhà quản trị cao cấp lãnh đạo doanh nghiệp bằng phẩm chất và tài năng của mình có vai trò quan trọng bậc nhất, ảnh hưởng có tính chất quyết định đến sự thành đạt của một doanh nghiệp. Kết quả và hiệu quả hoạt động của quản trị doanh nghiệp đều phụ thuộc rất lớn vào trình độ chuyên môn của đội ngũ các nhà quản trị cũng như cơ cấu tổ chức bộ máy quản trị doanh nghiệp, việc xác định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của từng bộ phận, cá nhân và thiết lập các mối quan hệ giữa các bộ phận trong cơ cấu tổ chức.

### *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 kinh doanh của doanh nghiệp. Kỹ thuật và công nghệ tác động đến việc tiết kiệm chi phí trong quá trình sản xuất. Doanh nghiệp nào áp dụng tốt kỹ thuật và công nghệ, doanh nghiệp đó sẽ có lợi thế cạnh tranh cao hơn. Ngày nay vai trò của kỹ thuật và công nghệ được các doanh nghiệp đánh giá cao. Để nâng cao hiệu quả hoạt động 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 của hoạt động kinh doanh và nền kinh tế thị trường hiện nay được coi là nền kinh tế thông tin hóa: Để đạt được thành công trong điều kiện thế giới ngày càng cạnh tranh, các doanh nghiệp cần nhiều thông tin chính xác về cung cầu thị trường, về công nghệ kỹ thuật, về người mua, về các đối thủ cạnh tranh,... Ngoài ra, doanh nghiệp còn rất cần đến các thông tin về kinh nghiệm thành công hay thất bại của các doanh nghiệp khác ở trong nước và quốc tế, cũng như cần biết thêm các thông tin 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 quan trọng nhất là hiểu rõ đối thủ là cách duy nhất để cạnh tranh và xây dựng sự hợp tác, hỗ trợ lẫn nhau. Kinh nghiệm thành công của nhiều doanh nghiệp đã chỉ rõ rằng chỉ cần nắm được các thông tin cần thiết và biết xử lý sử dụng chúng kịp thời là một điều kiện tiên quyết để đề ra các quyết định kinh doanh có hiệu quả cao. Những thông tin chính xác được cung cấp kịp thời sẽ là cơ sở vững chắc để doanh nghiệp xác định phương hướng kinh doanh, xây dựng chiến lược kinh doanh dài hạn.

### **1.3.2 Các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp**

Bất cứ doanh nghiệp nào trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh suy cho cùng cũng chỉ là một bộ phận cấu thành nền kinh tế thế giới. Vì vậy mà các doanh nghiệp chịu ảnh hưởng không nhỏ từ môi trường bên ngoài. Đây là những nhân tố gây ra ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh ngoài ý muốn của doanh nghiệp. Liên quan đến môi trường kinh tế - xã hội mà doanh nghiệp đang tiến hành kinh doanh. Trong nhóm nhân tố này, bên cạnh những nhân tố có thể định tính được là những nhân tố không thể xác định cụ thể mức tác động của chúng. Nhân tố môi trường bên ngoài bao gồm các nhân tố như: Môi trường chính trị - pháp luật, thị trường, Môi trường kinh tế, hội nhập,...

#### *Môi trường chính trị - pháp luật*

Các yếu tố thuộc môi trường chính trị - pháp luật chi phối mạnh mẽ đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Sự ổn định chính trị được xác định là một trong những tiền đề quan trọng cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Sự thay đổi của môi trường chính trị có thể ảnh hưởng có lợi cho một nhóm doanh nghiệp này nhưng lại kìm hãm sự phát triển nhóm doanh nghiệp khác hoặc ngược

lại. Hệ thống pháp luật hoàn thiện, không thiên vị là một trong những tiền đề ngoài kinh tế của kinh doanh. Mức độ hoàn thiện, sự thay đổi và thực thi pháp luật trong nền kinh tế có ảnh hưởng lớn đến việc hoạch định và tổ chức thực hiện chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp. Bởi vì môi trường pháp luật ảnh hưởng đến mặt hàng sản xuất, ngành nghề, phương thức kinh doanh của doanh nghiệp. Không những thế nó còn tác động đến chi phí của doanh nghiệp cũng như là chi phí lưu thông, chi phí vận chuyển, mức thuế đặc biệt là các doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu còn bị ảnh hưởng bởi những chính sách thương mại quốc tế, hạn ngạch do nhà nước giao cho, luật bảo hộ cho các doanh nghiệp tham gia hoạt động kinh doanh. Tóm lại, môi trường chính trị - pháp luật có ảnh hưởng rất lớn đến việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp bằng cách tác động đến hoạt động của doanh nghiệp thông qua hệ thống công cụ pháp luật và vĩ mô.

#### *Môi trường kinh tế*

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

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

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

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

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

#### *Yếu tố hội nhập*

Không ai phủ nhận toàn cầu hóa đang là xu thế và xu thế này không tạo cơ hội cho các doanh nghiệp, các quốc gia trong việc phát triển sản xuất, kinh doanh. Toàn cầu hóa tạo ra các sức ép cạnh tranh, các đối thủ đến từ mọi khu vực. Quá trình hội nhập sẽ khiến các doanh nghiệp phải điều chỉnh phù hợp với các lợi thế so sánh, phân công lao động của khu vực, của thế giới. Điều quan trọng là khi hội

nhập, các rào cản về thương mại sẽ dần dần được gỡ bỏ, các doanh nghiệp sẽ có cơ hội buôn bán với các đối tác cách xa khu vực địa lý, khách hàng của các doanh nghiệp lúc này không chỉ là thị trường nội địa nơi doanh nghiệp đang kinh doanh mà còn các khách hàng đến từ khắp nơi, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

#### *Các yếu tố về văn hóa – xã hội*

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

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

Bên cạnh văn hóa, các đặc điểm về xã hội cũng khiến các doanh nghiệp quan tâm khi nghiên cứu thị trường, những yếu tố xã hội sẽ chia cộng đồng thành các nhóm khách hàng, mỗi nhóm có những đặc điểm, tâm lý, thu nhập khác nhau: Thu nhập trung bình, phân phối thu nhập; Lối sống, học thức, các quan điểm về thẩm mỹ, tâm lý sống; Điều kiện sống.

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

## TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Tóm lại, chương 1 của luận văn nghiên cứu là để hệ thống hóa những vấn đề cơ bản về hiệu quả hoạt động kinh doanh như khái niệm, đặc điểm, vai trò, phân loại những yếu tố thường xuyên ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến kết quả hoạt động kinh doanh của bất kỳ doanh nghiệp nào. Tuy nhiên những yếu tố này có thể thay đổi, điều đó còn tùy thuộc vào đặc điểm, lĩnh vực hoạt động kinh doanh của từng doanh nghiệp. Vì vậy, có thể xác định một cách chính xác những yếu tố nào ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả hoạt động của một doanh nghiệp, chúng ta phải đi nghiên cứu sâu đặc thù của doanh nghiệp đó là cơ sở phân tích kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Thêm vào đó, chương 1 đã nêu ra các tiêu chí đánh giá hiệu quả kinh doanh để áp dụng phân tích cụ thể doanh nghiệp ở chương 2.

## CHƯƠNG 2

# THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH MTV SX-TM-DV THỊNH LONG

### 2.1 Giới thiệu

#### 2.1.1 Thông tin chung về công ty



*Hình 1. 1 Logo Công ty TNHH MTV SX-TM-DV Thịnh Long*

- Tên doanh nghiệp: **CÔNG TY TNHH MTV SX-TM-DV THỊNH LONG**
- Mã số thuế: 0309867750
- Tình trạng hoạt động: đang hoạt động (đã được cấp GCN ĐKT)
- Địa chỉ: 479 Lê Văn Khương, Khu phố 5, Phường Hiệp Thành, Quận 12, Tp. Hồ Chí Minh.
- Điện thoại: 0837186073
- Fax: 08.37186074
- Email: longthanh\_tramtret153@yahoo.com
- Đại diện pháp lý: Mr. Phạm Đức Thạnh.
- Giám đốc: Mr. Phạm Đức Thạnh.
- Ngày bắt đầu hoạt động: 22-10-2010.

#### **Loại hình công ty: Sản Xuất, Thương Mại.**

Chuyên mua bán, sản xuất hóa chất phục vụ ngành gỗ.

- Keo 502, keo sữa ghép gỗ, keo AB,...
- Bột trét gỗ Poly - Putty hệ dầu và hệ nước.
- Giấy nhám, vải nhám các loại.
- Sơn PU - NC, Sơn 2K...

- Băng keo, màng co, màng PE, màng Foam, dây đai,...
- Ngũ kim, ốc vít,...
- Vỏ xe nâng các loại.

### **Lịch sử hình thành:**

- Năm 2010 công ty có địa chỉ ở số 46 D/5 Đường Công Nước, Tổ 57, Khu phố 7, Phường Trung Mỹ Tây, Quận 12, Tp Hồ Chí Minh.
- Đến năm 2013 thì dời về 479 Lê Văn Khương, Khu phố 5, Phường Hiệp Thành, Quận 12, Tp Hồ Chí Minh đến nay.

### **Ý nghĩa Logo, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi**

Ý nghĩa Logo: Logo sử dụng màu chủ đạo là màu đỏ là biểu tượng của sự may mắn, thể hiện tinh thần quyết chiến, quyết thắng và con rồng là một trong những linh vật linh thiêng, gần gũi và thân thuộc với mọi người dân Việt Nam. Rồng là con vật đứng đầu trong tứ linh nên mang đến sự mạnh mẽ, uy lực, tượng trưng cho sự quyền lực, tốt đẹp may mắn, thịnh vượng và gần gũi với khách hàng.

### **Tầm nhìn**

Đến năm 2030 trở thành doanh nghiệp kinh doanh và phân phối hóa chất phục vụ ngành gỗ uy tín – chất lượng của khu vực Hồ Chí Minh và các tỉnh miền Nam.

### **Sứ mệnh**

- Tạo dựng cho nhân viên có môi trường làm việc tốt, nhiều cơ hội phát triển của bản thân để có thể đóng góp và phát triển công ty.
- Nâng cao chất lượng sản phẩm thông qua việc cung cấp các hóa chất phục vụ ngành gỗ chất lượng và phù hợp tài chính.
- Mang lại lợi ích thiết thực cho công ty, khách hàng, đối tác, người lao động và xã hội.
- Thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ đối với Nhà nước trên cơ sở minh bạch trong kinh doanh

### **Giá trị cốt lõi**

- Trở thành biểu tượng hàng đầu về uy tín và chất lượng, đáp ứng tối đa yêu cầu khách hàng và đối tác.

- Chính trực: Liêm chính, trung thực trong ứng xử và minh bạch trong tất cả giao dịch, gìn giữ giá trị trung thực trong kinh doanh.
- Tôn trọng: Tôn trọng bản thân, tôn trọng đồng nghiệp, tôn trọng công ty, tôn trọng đối tác, hợp tác trong sự tôn trọng.
- Công bằng: Công bằng với nhân viên, khách hàng, nhà cung cấp và các bên liên quan.
- Tuân thủ: Tuân thủ luật pháp của nhà nước và các quy định chung của công ty.

### **Văn hoá doanh nghiệp và triết lý kinh doanh**

- Văn hóa doanh nghiệp:

Công ty TNHH MTV SX TM DV Thịnh Long hướng đến việc tạo ra một môi trường làm việc năng động, tích cực, chuyên nghiệp, cởi mở, đoàn kết...

Trong công việc: Năng động, sáng tạo, trách nhiệm

Với khách hàng: Tận tâm, cam kết, trách nhiệm

Với đồng nghiệp: Đoàn kết, hợp tác

Với nhà cung cấp, đối tác: Uy tín, chuyên nghiệp

Với cộng đồng: Thấu hiểu, chia sẻ

- Triết lý kinh doanh

Thịnh Long không ngừng tìm hiểu và nâng cao chất lượng nhằm phục vụ tốt nhất mọi yêu cầu của khách hàng.

Với Slogan “ *Trao niềm tin, trao giá trị*” Thịnh Long luôn luôn là một người bạn đáng tin cậy của quý khách.

Chiến lược kinh doanh của Công ty: xem phát triển bền vững là một yếu tố nòng cốt tạo ra giá trị không chỉ bằng việc phát triển kinh tế mà còn gắn liền với những hoạt động về lĩnh vực môi trường và xã hội.

“CÔNG TY TNHH MTV SX TM DV THỊNH LONG”

Rất hân hạnh được phục vụ quý khách với tinh thần:

“PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG”

Chúng tôi luôn đặt phát triển bền vững làm cốt lõi trong chiến lược kinh doanh của mình. Với ba trụ cột phát triển: Kinh tế – Môi trường – Xã hội, Thịnh

Long đã đạt được Mục tiêu kinh doanh, Bảo vệ danh tiếng và Duy trì thành công bền vững.

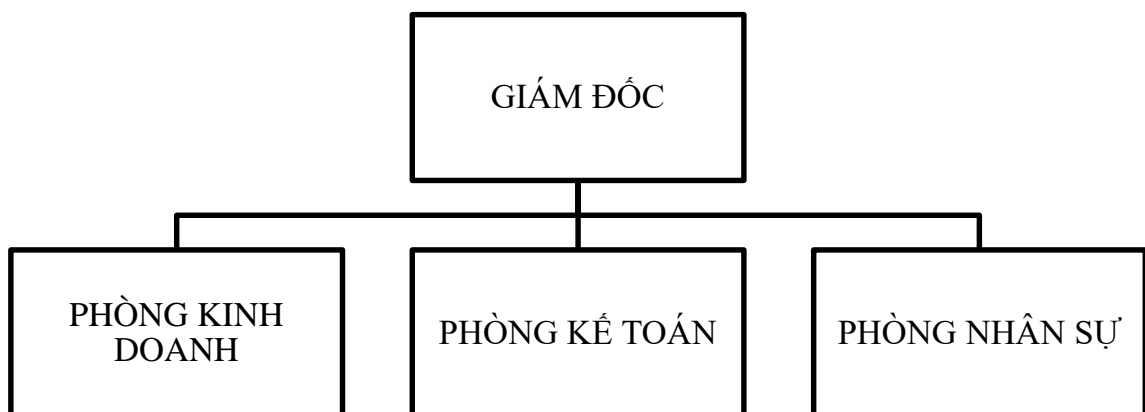
Dựa vào những triết lý kinh doanh đề ra vào những ngày đầu tiên hoạt động của công ty TNHH MTV SX TM DV Thịnh Long. Công ty ngày đạt nhiều thành công và có được vị thế trong ngành hoạt động. Ở Thịnh Long, công ty luôn luôn muốn đóng góp một phần của bản thân vào giá trị thành công của từng khách hàng, từ đó thấy được sự phát triển của Thịnh Long sánh bước cùng khách hàng và cộng đồng.

#### **Thành tựu đạt được của công ty.**

- Sản phẩm tiêu biểu - dịch vụ tận tâm.
- Doanh nghiệp sáng tạo 2014.
- Doanh nghiệp đổi mới.

## **2.2 Tổ chức bộ máy quản lý của công ty**

### **2.2.1 Cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý**



*Sơ đồ 1.1 Cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý*

### **2.2.2 Chức năng, nhiệm vụ từng bộ phận**

**Giám Đốc:** Quản lý giám sát và điều phối phân bổ nhân viên đảm bảo các hoạt động kinh doanh cũng như các hoạt động hợp tác của doanh nghiệp được hoàn thành tốt, quản lý tài chính của công ty, đánh giá tình hình và kết quả hoạt động

của từng phòng ban, quyết định hoạt động kinh doanh, chiến lược về các phương án đầu tư, kế hoạch phát triển sản phẩm và cả kế hoạch xây dựng thương hiệu, theo dõi doanh số bán hàng.

### **Phòng kinh doanh**

Chức năng: chức năng tham mưu, chức năng hướng dẫn, chỉ đạo, xây dựng và phát triển nguồn khách hàng, theo dõi, kiểm soát và báo cáo, chức năng thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm. Chịu trách nhiệm cho việc nghiên cứu, phát triển và bán sản phẩm hoặc dịch vụ. Bộ phận này bao gồm một nhóm các nhân viên với chuyên môn khác nhau cùng làm việc để phát triển và ra mắt sản phẩm, bán hàng, tăng lợi nhuận, xây dựng và duy trì mối quan hệ với khách hàng.

Nhiệm vụ: thực hiện việc tiếp cận và nghiên cứu thị trường khách hàng, thực hiện các chiến lược giới thiệu sản phẩm, mở rộng thị trường cũng như thu hút khách hàng mới, lên kế hoạch và tổ chức các hoạt động kinh doanh, tính toán giá thành và lập hợp đồng với khách hàng mới, theo dõi, đôn đốc tiến độ thực hiện kế hoạch kinh doanh của các phòng ban, phân xưởng. Lên các chiến lược nhằm khuyến khích khách hàng quay lại với sản phẩm hoặc dịch vụ của công ty. Từ đó, tạo dựng lòng trung thành của khách hàng mục tiêu đối với thương hiệu.

### **Phòng kế toán**

Chức năng: thực hiện những công việc về nghiệp vụ chuyên môn tài chính kế toán theo đúng quy định của Nhà nước về chuẩn mực kế toán, tài chính kế toán, theo dõi, phản ánh sự vận động vốn kinh doanh của công ty cho ban lãnh đạo, tham mưu cho cấp trên về chế độ kế toán và những thay đổi của chế độ qua từng thời kỳ trong hoạt động kinh doanh.

Nhiệm vụ: Ghi chép, tính toán và báo cáo tình hình hiện có. Ghi chép tình hình luân chuyển và sử dụng tài sản, tiền vốn. Ghi chép lại toàn bộ quá trình sử dụng vốn của công ty, kiểm tra tình hình thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh. Kiểm tra kế hoạch thu chi tài chính. Kiểm tra việc giữ gìn và sử dụng tài sản, vật tư, tiền vốn, phát hiện kịp thời những hiện tượng lãng phí. Ngăn ngừa những vi phạm chế độ, quy định của Công ty, phổ biến chính sách, chế độ quản lý của nhà nước với các bộ phận liên quan khi cần thiết, cung cấp các số liệu, tài liệu cho việc điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh. Kiểm tra, phân tích hoạt động kinh tế tài

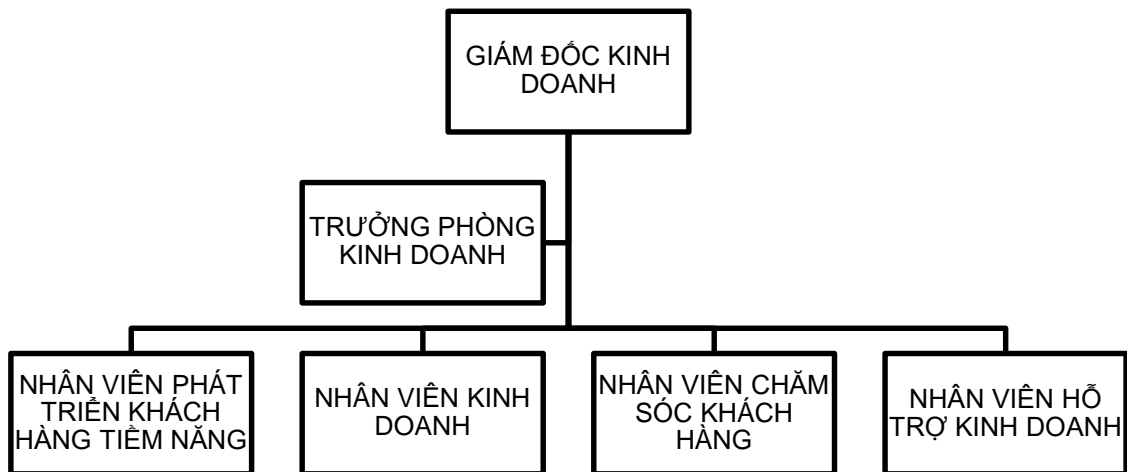
chính, phục vụ công tác lập và theo dõi kế hoạch. Cung cấp số liệu báo cáo cho các cơ quan theo chế độ kế toán hiện hành, báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh cho TGD Công ty.

### **Phòng nhân sự**

Chức năng: chức năng tuyển dụng, chức năng đào tạo, chức năng quản lý và chức năng truyền thông.

Nhiệm vụ: lên kế hoạch và thực hiện việc tuyển dụng nhân sự cho công ty, đào tạo và phát triển chất lượng nguồn nhân lực, duy trì và quản lý hoạt động của nguồn nhân lực, quản lý thông tin và hồ sơ nhân sự trong công ty, tạo các văn bản, biên bản theo tình huống của công ty phục vụ cho hoạt động kinh doanh của công ty.

### **2.3 Sơ lược về phòng kinh doanh của công ty**



*Sơ đồ 1.2 Phòng kinh doanh của công ty*

**Giám đốc kinh doanh:** là người nắm giữ quyền hạn cao nhất. Họ sẽ là người đề xuất những kế hoạch, chiến lược mới. Những chiến lược đó phải đảm bảo thu về lợi nhuận mà doanh nghiệp đề ra. Và nó cũng phải đảm bảo thỏa mãn mức độ hài lòng của khách hàng. Ngoài ra, giám đốc kinh doanh cũng giữ vai trò là người quản lý nhân sự trong phòng kinh doanh. Vai trò này sẽ chịu toàn bộ trách nhiệm về vấn đề phân công công việc. Họ phải không ngừng tạo ra cơ hội thăng tiến, giúp nhân viên có tinh thần làm việc và ngày càng phát triển.

**Trưởng phòng kinh doanh:** giữ vai trò giám sát, quản lý và đảm bảo năng suất, hiệu quả công việc của bộ phận này. Tất cả nhằm đáp ứng tiến độ công việc và hoàn thành được mục tiêu đã đặt ra. Bên cạnh đó còn là người phụ trách chính các công việc báo cáo. Nó bao gồm báo cáo tiến độ công việc, doanh thu, chi phí và lợi nhuận cho Ban giám đốc. Đồng thời, họ còn là người chịu trách nhiệm tuyển dụng, quản lý và đào tạo nguồn nhân sự.

**Nhân viên phát triển khách hàng tiềm năng:** Công việc chính của bộ phận này là tìm kiếm đối tượng khách hàng mới cho doanh nghiệp. Các hình thức bao gồm: gửi email, thực hiện các cuộc gọi, thu thập, lưu trữ thông tin khách hàng. Đồng thời, vị trí này cần lên kế hoạch thu hút khách hàng biết đến doanh nghiệp. Có thể thông qua các sự kiện tư vấn miễn phí cho khách hàng có nhu cầu, sử dụng các ưu đãi giảm giá, blog...

**Nhân viên kinh doanh:** là vị trí thông dụng mà hầu hết các doanh nghiệp, tổ chức nào cũng có. Họ là người đề xuất các chiến lược làm sao để gia tăng doanh số, lợi nhuận cho công ty. Mỗi nhân viên kinh doanh phải có mục tiêu và định hướng khác nhau. Nhân viên phòng kinh doanh phải chủ động tìm kiếm khách hàng mục tiêu cho mình. Và họ cũng phải có kế hoạch chăm sóc, tạo mối quan hệ thân thiết với khách hàng. Thực tế, yêu cầu công việc của nhân viên kinh doanh thường được mô tả chung là phục vụ khách hàng. Vì thế họ cần nắm bắt được các hoạt động mới từ đối thủ cạnh tranh, và linh hoạt trong giải quyết các vấn đề có thể xảy ra trong quá trình làm việc.

**Nhân viên chăm sóc khách hàng:** là vị trí sẽ đại diện cho công ty trao đổi với khách hàng. Họ sẽ trực tiếp phụ trách, tiếp nhận giải quyết các vấn đề, khiếu nại, thắc mắc từ phía khách hàng với dịch vụ, sản phẩm của công ty. Tất cả nhằm mang đến cho khách hàng những trải nghiệm tuyệt vời khi đến với công ty. Nhân viên chăm sóc khách hàng cần tìm hiểu về nhu cầu, vấn đề khách hàng gặp phải. Dựa vào đó, doanh nghiệp sẽ tiến hành cải thiện chất lượng dịch vụ cho phù hợp. Ngoài ra, nhân viên cần giới thiệu đến khách hàng các chương trình ưu đãi, sự kiện của doanh nghiệp. Điều này sẽ kích thích sự quan tâm của khách hàng đối với sản phẩm, dịch vụ của công ty.

**Nhân viên hỗ trợ kinh doanh:** Vị trí này còn được gọi với tên khác là trợ lý kinh doanh. Công việc chính là giới thiệu sản phẩm, gặp gỡ, tư vấn cho khách hàng, báo giá hợp đồng... Ngoài ra họ còn hỗ trợ nhân viên chăm sóc khách hàng trong các hoạt động của doanh nghiệp.

Ngoài những công việc đặc thù của từng vị trí thì tất cả nhân viên phòng kinh doanh đều phải tổ chức công tác quản trị tài chính cho công ty để công ty luôn ổn định về các mặt doanh thu, chi phí, lợi nhuận.

## **2.4 Tổ chức các công tác quản trị tài chính của công ty**

- Là việc lập kế hoạch, tổ chức và chỉ đạo kiểm soát các hoạt động tài chính trong doanh nghiệp ví dụ như: sử dụng quỹ của công ty vào các hoạt động cần thiết. Tổ chức các công tác quản trị giúp công ty nắm bắt rõ hơn được tiền đầu – ra vào của công ty dễ dàng từ đó có được sự cân nhắc để phát triển doanh nghiệp một cách hiệu quả nhất.
- Mục tiêu dài hạn: Xác định các giải pháp và con đường chủ yếu để tạo nguồn vốn phù hợp đến chiến lược phát triển.
- Mục tiêu ngắn hạn: Đảm bảo nguồn vốn, đảm bảo chi tiêu, thanh toán, kiểm soát được tài chính doanh nghiệp.
- Các nguyên tắc tổ chức các công tác quản trị tài chính doanh nghiệp:
- Dù là doanh nghiệp nhỏ hay lớn đều phải tuân thủ theo những nguyên tắc
- Triển khai mọi khoản chi tiêu một cách chi tiết và thường xuyên kiểm tra các khoản tiền
- Số tiền chi phải nhỏ hơn số tiền thu về
- Giá trị đồng tiền thay đổi liên tục, cần lấy tiền tạo ra tiền, do đó cần tạo chiến lược để phát triển
- Đa dạng các dịch vụ sản phẩm của doanh nghiệp
- Luôn có phương án dự phòng nếu nguy cơ gặp rủi ro.
- Có thể thấy tổ chức các công tác quản trị tài chính doanh nghiệp là điều rất quan trọng trong việc phát triển doanh nghiệp.

### **2.4.1 Cơ cấu tổ chức bộ máy quản trị tài chính**

- Cơ cấu trực tuyến (cơ cấu đường thẳng): một người lãnh đạo thực hiện quản trị tất cả các vấn đề chức năng theo con đường thẳng

- Cơ cấu song trùng lãnh đạo: nhiệm vụ quản lí trong cơ cấu này được phân chia trong các đơn vị riêng biệt để cùng tham gia quản lí.
- Cơ cấu trực tiếp chức năng: lãnh đạo các phòng chức năng làm nhiệm vụ tham mưu, theo dõi, đề xuất, kiểm tra những không có quyền ra quyết định cho các đơn vị sản xuất
- Các ý kiến lãnh đạo đưa ra chỉ có tính chất tư vấn về mặt nghiệp vụ, các đơn vị mệnh lệnh trực tiếp từ thủ trưởng đơn vị, quyền quyết định thuộc về thủ trưởng sau khi đã tham khảo ý kiến các phòng chức năng.
- Cơ cấu trực tiếp tham mưu
- Cơ cấu tổ chức kiểm ma trận: khi thực hiện 1 dự án sẽ cử ra một chủ nhiệm dự án, các phòng chức năng thì cử ra một cán bộ tương ứng.
- Cơ cấu khung: chỉ duy trì một số cán bộ cho những bộ phận nòng cốt và áp dụng ở những doanh nghiệp công việc mang tính thời vụ hoặc dựa vào khả năng thặng thâu.

#### **2.4.2 Tổ chức hệ thống thông tin tài chính tại doanh nghiệp**

- Thông tin là các tin tức mà con người trao đổi với nhau, hay nói rộng hơn thông tin bao gồm các tri thức khái niệm về các đối tượng.
- Vai trò của hệ thống thông tin trong doanh nghiệp
- Đây là phương tiện để doanh nghiệp được biết cung cấp các đầu vào cho các hệ thống xã hội và doanh nghiệp biết được rõ và nắm bắt tình hình chung kinh tế.
- Hệ thống thông tin còn là mắt xích quan trọng của hệ thống thông tin kinh tế- xã hội:
- Nếu một tổ chức hay doanh nghiệp lớn mạnh thì mạng lưới thông tin càng trở nên phức tạp hơn.
- Hệ thống thông tin trong doanh nghiệp là đối tượng lao động của cán bộ quản lí và là cơ sở để ra quyết định
- Cấu trúc hệ thống thông tin trong doanh nghiệp:
- Gồm 4 hệ thống

- Hệ thống ghi chép nội bộ: đảm bảo có thể cung cấp tới doanh nghiệp những dữ liệu đã thay đổi trong quá trình hoạt động doanh nghiệp một cách nhanh chóng thông qua các phần mềm đã cài đặt sẵn trên máy tính.
- Hệ thống tình báo: hệ thống này giúp những thông tin liên quan tới thị trường, đối tác hay đối thủ sẽ được cập nhật hằng ngày 1 cách nhanh chóng.
- Hệ thống hỗ trợ quyết định: bao gồm phương pháp thống kê và các mô hình quyết định từ đó có thể góp phần hỗ trợ để đưa ra quyết định cho doanh nghiệp.
- Hệ thống tin trong doanh nghiệp: tập hợp nhiều kênh thông tin kết hợp với nhau tạo thành cấu trúc chung để doanh nghiệp dễ dàng quản lý.

### **2.5 Phân tích kết quả hoạt động kinh doanh tại công ty Thịnh Long trong 3 năm gần đây**

Các chỉ tiêu của công ty được thể hiện rõ ràng qua bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh. Như vậy để biết được công ty hoạt động có hiệu quả hay không, cần xem xét chênh lệch kết quả hoạt động kinh doanh được trình bày trong bảng sau:

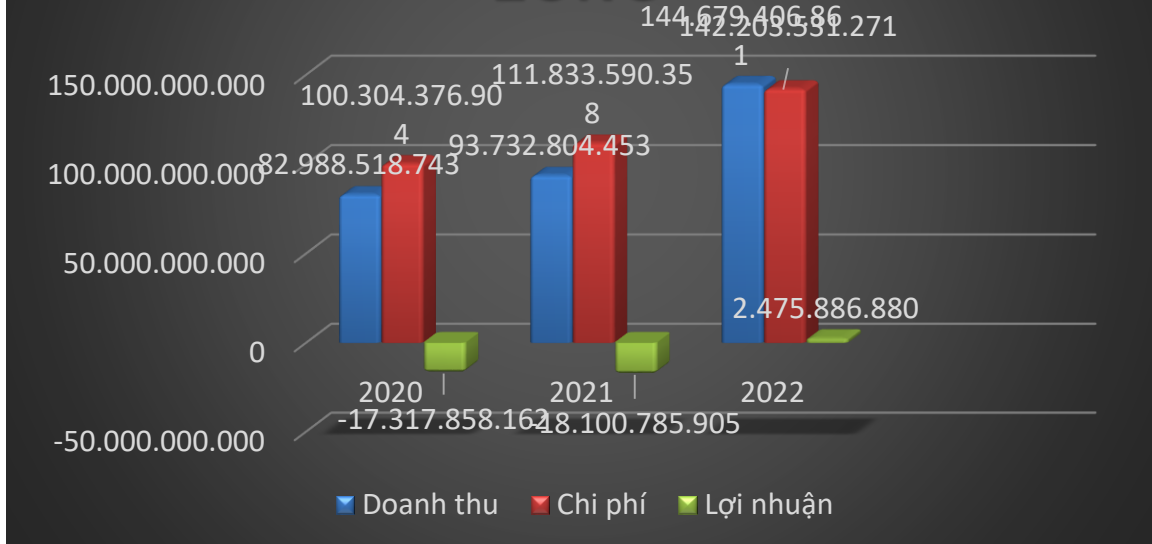
ĐVT: VNĐ

*Bảng 1.1 Mức chênh lệch kết quả hoạt động kinh doanh của công ty*

Chỉ tiêu	2020	2021	2022	Chênh lệch 2021 - 2020		Chênh lệch 2022 - 2021	
				Số tiền	%	Số tiền	%
Doanh thu	82.988.518.743	93.732.804.453	144.679.406.861	10.744.285.710	12,95	50.946.602.408	54,35
Chi phí	100.304.376.904	111.833.590.358	142.203.531.271	11.529.213.454	11,49	30.369.940.913	27,16
LNST	-17.317.858.162	-18.100.785.905	2.475.886.880	-782.927.743	-4,52	20.576.672.785	113,68

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Thịnh Long)*

# KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CÔNG TY THỊNH LONG



*Biểu đồ 1.1 Tình hình doanh thu, chi phí, lợi nhuận của công ty Thịnh Long (2020 – 2022)*

## **Nhận xét:**

Dựa vào bảng, ta thấy được tổng doanh thu và tổng chi phí trong năm hoạt động của công ty tăng đều nhưng lợi nhuận lại giảm sâu qua mỗi năm.

Cụ thể là doanh thu năm 2021 tăng 10.744.285.710 VNĐ, ứng với 12,95% so với năm 2020. Và 2022 tăng 50.946.602.408 VNĐ ứng với 54,35% so với 2021. Doanh thu tăng đều qua mỗi năm chứng tỏ doanh nghiệp bán được nhiều sản phẩm, mở rộng quy mô kinh doanh. Năm 2022 chi phí tăng 30.369.940.913 VNĐ ứng với 27,16% so với 2021, chi phí theo doanh thu mà tăng lên vì công ty đầu tư vào cơ sở vật chất, chú trọng đến uy tín và chất lượng. Doanh thu tăng, chi phí tăng mà lợi nhuận lại giảm vì mặc dù sản phẩm bán ra nhiều nhưng lại đầu tư nhiều hơn vào cơ sở vật chất nên lợi nhuận của công ty cho đến 2021 vẫn chưa có chuyển biến. Cụ thể lợi nhuận giảm 782.927.743 VNĐ tương ứng 4,52% so với 2020. Đến 2022, doanh thu của công ty đã cao hơn chi phí bỏ ra nên công ty đã có lợi nhuận đây là một chuyển biến tốt, cụ thể lợi nhuận tăng 20.576.672.785 VNĐ so với 2021.

## **2.6 Phân tích tình hình doanh thu**

Các hoạt động đem lại doanh thu cho công ty Thịnh Long bao gồm doanh thu từ hoạt động bán hàng và cung cấp dịch vụ, doanh thu từ hoạt động tài chính và các thu nhập khác ngoài 2 hoạt động trên. Tình hình doanh thu theo từng hoạt động của công ty được thể hiện trong bảng 2.1 dưới đây

ĐVT: VNĐ

*Bảng 2.1 Doanh thu theo từng hoạt động của công ty (2020 – 2022)*

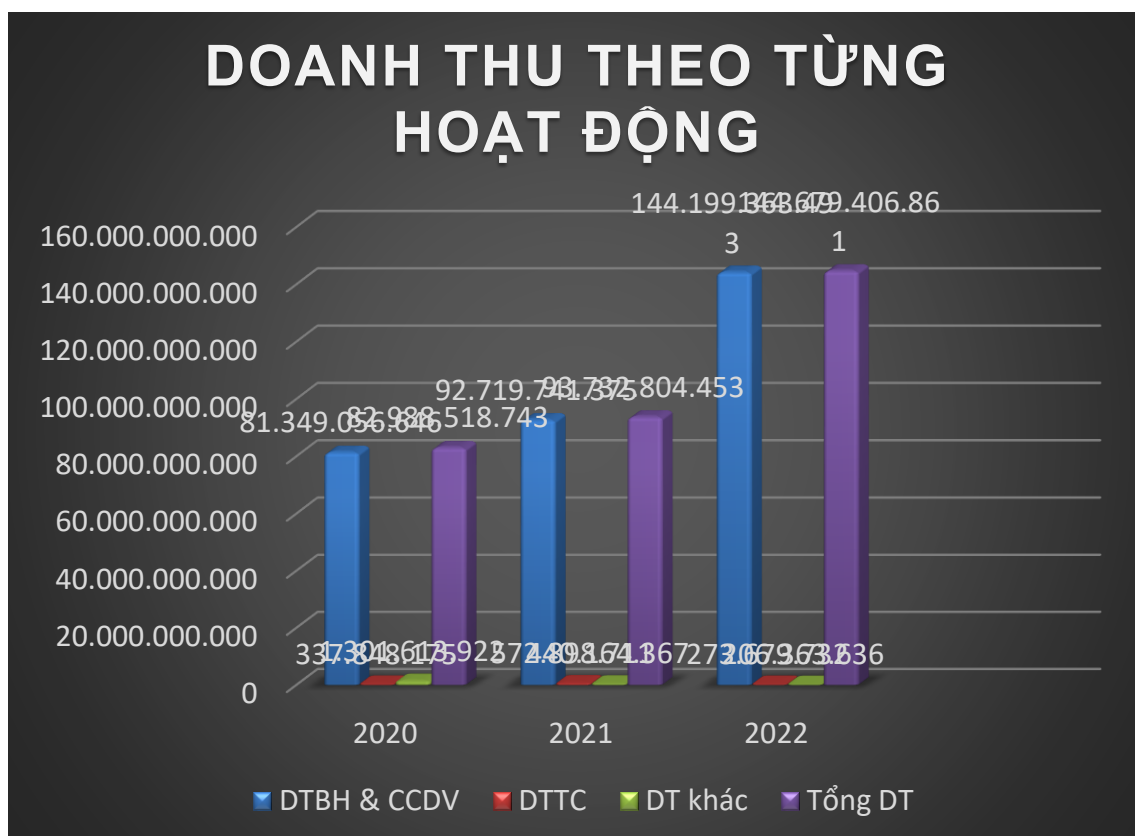
Chỉ tiêu	2020	2021	2022	2021/2020 %	2022/2021 %
DTBH & CCDV	81.349.056.646	92.719.741.375	144.199.363.493	13,98	55,52
DT hoạt động TC	337.848.175	572.898.711	273.679.732	69,57	-52,23
Thu nhập khác	1.301.613.922	440.164.367	206.363.636	-66,18	-53,12
Tổng doanh thu	82.988.518.743	93.732.804.453	144.679.406.861	12,95	54,35

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Thịnh Long)*

### **Nhận xét:**

Trong giai đoạn 2020 – 2022, công ty không phát sinh các khoản giảm trừ doanh thu nên doanh thu từ hoạt động bán hàng và cung cấp dịch vụ sẽ bằng doanh thu thuần. Như vậy, ta thấy được tổng doanh thu của công ty phần lớn là doanh thu thuần từ việc bán sản phẩm. Doanh thu thuần của công ty vẫn tăng trong 3 năm, năm 2021 so với 2020 tăng 11.370.684.729 VNĐ ứng với 13,98%; năm 2022 lại có mức tăng 51.479.622.118 VNĐ, ứng với 55,52% so với năm 2021. Việc doanh thu thuần tăng liên tục trong 3 năm có thể được giải thích là do Việt Nam đang trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa nên nhu cầu của con người ngày một nhiều, có thể sản phẩm mà công ty mang lại đáp ứng được lượng cầu của thị trường nên việc doanh thu thuần tăng liên tục trong các năm là điều dễ hiểu.

Doanh thu HĐTC của công ty tăng giảm không đều, năm 2021 tăng 69,57% so với 2020 và 2022 giảm 52,23% so với năm 2021. Doanh thu HĐTC này gồm các khoản thu nhập từ lãi tiền gửi ngân hàng, lãi cho vay. Doanh nghiệp còn có khoản thu nhập khác tuy nhiên nó lại giảm mạnh qua mỗi năm. Năm 2021 so với 2020 giảm 66,18% và 2022 so với 2021 giảm 53,12%. Tuy nhiên, dù các hoạt động đem lại doanh thu tăng giảm không đều nhưng tổng doanh thu của công ty vẫn tăng qua mỗi năm, cụ thể tổng doanh thu 2022 tăng 54,35% so với 2021. Có thể nói, chỉ cần doanh nghiệp kiểm soát tốt doanh thu tài chính và doanh thu khác thì công ty sẽ luôn trong tình trạng ổn định về mặt doanh thu.



Biểu đồ 2.1 Doanh thu theo từng hoạt động của công ty Thịnh Long (2020-2022)

### 2.7 Phân tích tình hình chi phí

Các loại chi phí mà DN chi trong năm bao gồm: giá vốn hàng bán, chi phí tài chính, chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp và một số chi phí khác.

ĐVT: VNĐ

Bảng 2.2 Chi phí theo từng hoạt động của công ty (2020 – 2022)

Chỉ tiêu	2020	2021	2022	2021 2020 %	2022 2021 %
GVHB	83.585.698.757	94.234.536.571	121.592.503.694	12,74	29,03
CPTC	190.059.715	84.892.475	1.206.796.301	-55,33	1321,56
CP bán hàng	4.996.568.933	5.591.103.555	8.136.567.177	11,90	45,53
CP QLDN	10.427.674.182	9.605.347.293	11.178.057.347	-7,89	16,37

CP khác	1.104.375.317	2.317.710.464	89.606.752	109,87	-96,13
Tổng chi phí	100.304.376.904	111.833.590.358	142.203.531.271	11,49	27,16

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Thịnh Long)

**Nhận xét:**

Từ bảng 2.2 cho thấy, tình hình chi phí của công ty nhìn chung tăng đều qua các năm và có phần tương tự như doanh thu. Tổng chi phí năm 2021 tăng 11,49% so với năm 2020, tương đương 24.406.481.434 VNĐ. Đối với chi phí năm 2022 tăng mạnh so với năm 2021, tỷ lệ 27,16%, tương đương 60.739.951.536 VNĐ.

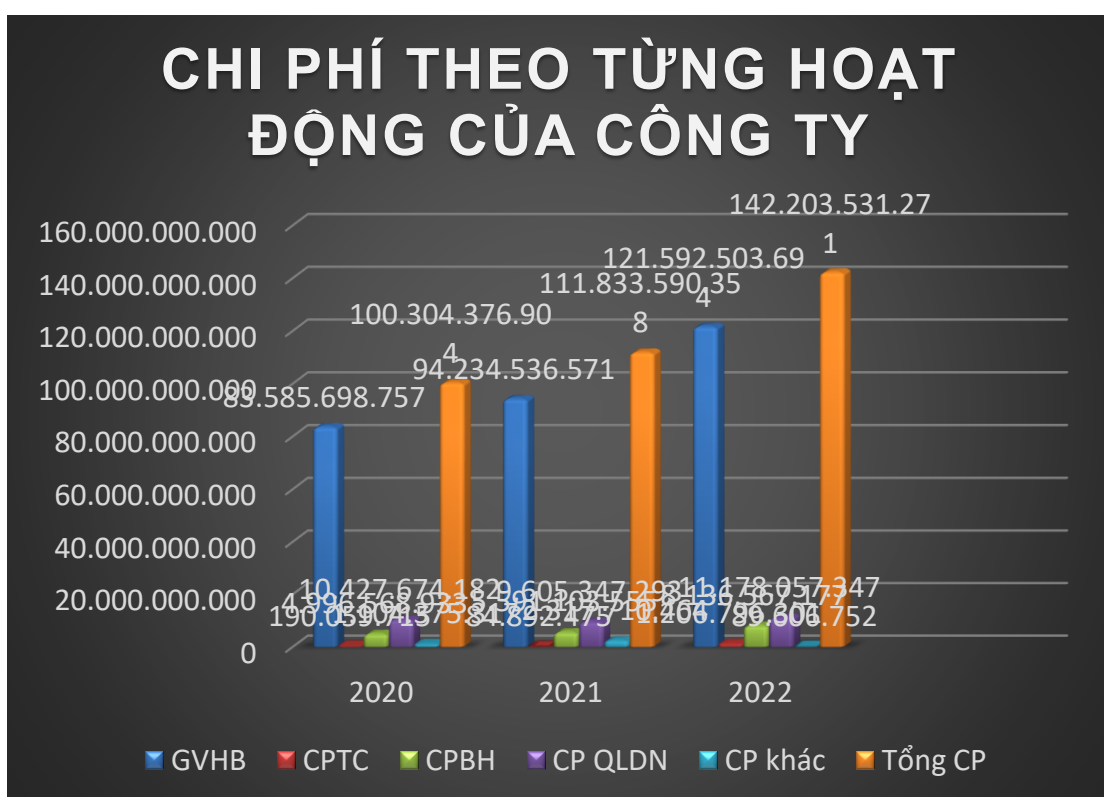
Giá vốn hàng bán trong giai đoạn này cũng tăng liên tục theo sự tăng trưởng của doanh thu thuần. Tại năm 2020, giá vốn hàng bán là 83.585.698.757 VNĐ, đến năm 2021 tăng lên khoảng 12,74% chênh lệch 10.648.837.814 VNĐ và 2022 tăng 27.357.967.123 VNĐ tương đương 29,03% so với 2021. Một trong các lý do khiến GVHB tăng trong giai đoạn này là do giá xăng dầu tăng giảm không ổn định gây ảnh hưởng đến chi phí của công ty.

Nhìn chung xu hướng tăng trưởng này là hợp lý khi doanh thu thuần cũng gia tăng qua các năm. Bên cạnh đó, vấn đề xăng dầu cũng ảnh hưởng phần nào đến GVHB năm 2020.

Chi phí tài chính của công ty năm 2020 là 190.059.715 VNĐ, giảm 105.167.240 VNĐ so với năm trước, nguyên nhân là do doanh nghiệp đang mở rộng hoặc đẩy mạnh các hoạt động kinh doanh hoặc trong một số trường hợp chi phí tăng còn là dấu hiệu cho thấy doanh nghiệp kinh doanh không hiệu quả, mất khả năng kiểm soát các khoản chi phí, thậm chí là lỗ nặng. Tuy nhiên, năm 2022 có chênh lệch 1.121.903.826 VNĐ, tương ứng 1321,56% so với năm 2021, trong 1 năm chi phí có sự tăng mạnh là do công ty đang gặp nhiều vấn đề trong quá trình kinh doanh, không thể chi trả cho các hoạt động kinh doanh và đầu tư tài chính. Đây còn có thể là kết quả của việc doanh nghiệp kiểm soát hiệu quả các khoản chi tiêu, giảm chi phí kinh doanh, góp phần thúc đẩy tăng lợi nhuận.

Chi phí bán hàng tăng liên tục trong 2 năm cụ thể 2021 tăng 594.534.622 VNĐ so với 2020 và 2022 tăng 2.545.463.622 VNĐ so với 2021. Lý do có thể là xăng dầu tăng lên sau cuộc chiến giữa Nga và Ukraine ảnh hưởng đến chi phí vận chuyển các nguyên vật liệu, ngoài ra lạm phát duy trì ở mức cao cũng ảnh hưởng không ít.

Tổng chi phí của công ty vẫn tăng mạnh qua mỗi năm, 2021 tăng 11.529.213.454 VNĐ (11,49%) so với 2020, 2022 tăng 30.369.940.913 VNĐ (27,16%) so với 2021. Nguyên nhân chi phí tăng liên tục là do doanh nghiệp đã chi quá nhiều vào cơ sở vật chất nhằm nâng cao vị thế và uy tín của công ty.



Biểu đồ 2.2 Chi phí theo từng hoạt động của công ty (2020 – 2022)

## 2.8 Phân tích tình hình lợi nhuận

ĐVT: VNĐ

*Bảng 2.3 Lợi nhuận theo từng hoạt động của công ty (2020 – 2022)*

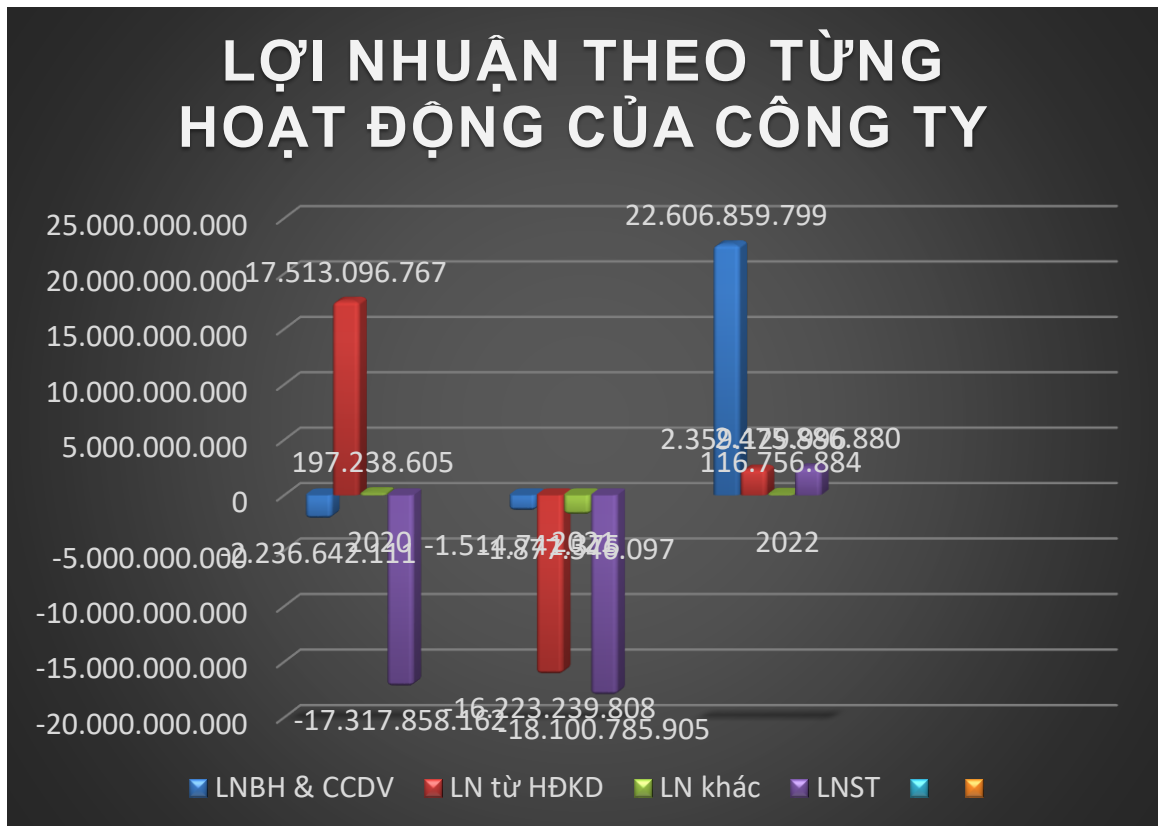
Chỉ tiêu	2020	2021	2022	2021/2020 %	2022/2021 %
LN gộp về BH & CCDV	-2.236.642.111	-1.514.741.375	22.606.859.799	-32,28	-1592,46
LN từ HĐKD	17.513.096.767	-16.223.239.808	2.359.129.996	-192,63	-114,54
LN khác	197.238.605	-1.877.546.097	116.756.884	-1051,92	-106,22
LNST	-17.317.858.162	-18.100.785.905	2.475.886.880	4,52	-113,68

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Thịnh Long)*

### Nhận xét:

Lợi nhuận luôn là mục tiêu hàng đầu của DN, vậy nên việc phân tích lợi nhuận khi phân tích KQKD là một việc làm rất quan trọng. Lợi nhuận trước thuế của công ty gồm: lợi nhuận gộp từ hoạt động bán hàng và cung cấp dịch vụ, lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh, lợi nhuận khác. Sau đó trừ đi thuế thu nhập DN, ta sẽ có được lợi nhuận sau thuế.

Theo bảng 2.3, ta thấy được lợi nhuận của công ty được hình thành chủ yếu từ lợi nhuận của HĐBH & CCDV. Lợi nhuận sau thuế của năm 2021 giảm -782.927.743 VNĐ, tương đương với giảm 4,52% so với năm 2020, mặc dù doanh thu trong năm 2021 có tăng nhưng tốc độ tăng chi phí nhanh hơn tốc độ tăng doanh thu khiến lợi nhuận giảm. Tuy nhiên, LNST của năm 2022 đã tăng trưởng khá tốt với mức tăng trưởng là 20.576.672.785 VNĐ, tương đương 113,68% so với năm 2021 do GVHB và chi phí tài chính có tăng nhưng không nhiều. Nhìn chung, kết quả HĐKD của công ty qua 3 năm xét riêng về doanh thu và lợi nhuận đều phát triển khá hiệu quả. Tuy nhiên công ty vẫn chưa kiểm soát được chi phí chi ra khiến cho công ty cả 3 năm đều chưa có lợi nhuận tốt.



Biểu đồ 2.3 Lợi nhuận theo từng hoạt động của công ty (2020 – 2022)

## 2.9 Phân tích hoạt động kinh doanh 2020-2022

### 2.9.1 Phân tích bảng cân đối kế toán

ĐVT: VNĐ

Bảng 2.4 Phân tích cân đối kế toán công ty Thịnh Long

TÀI SẢN	2020	2021	2022	Chênh lệch 2021 - 2020		Chênh lệch 2022 - 2021	
				Số tiền	(%)	Số tiền	(%)
A. TÀI SẢN NGẮN HẠN	12.286.891.155	9.011.999.106	8.082.022.126	-3.274.892.049	-26,65	-929.976.980	-10,32
1. Tiền và các khoản tương đương tiền	1.748.950.987	2.535.155.195	1.016.412.633	786.204.208	44,95	-1.518.742.562	-59,91
2. Đầu tư tài chính ngắn hạn	0	0	0	0	0	0	0
3. Các khoản phải thu ngắn hạn	5.931.080.933	3.701.510.214	3.300.599.902	-2.229.570.719	-37,59	-400.910.312	-10,83

4. Hàng tồn kho	3.634.011.237	2.064.608.039	1.799.005.465	-1.569.403.198	-43,19	-265.602.574	-12,86
5. Tài sản ngắn hạn khác	972.847.998	710.725.658	1.966.004.126	-262.122.340	-26,94	12.552.78.468	176,62
<b>B. TÀI SẢN DÀI HẠN</b>	<b>48.034.197.520</b>	<b>42.567.199.738</b>	<b>41.490.851.943</b>	<b>-5.466.997.782</b>	<b>-11,38</b>	<b>-1.076.347.795</b>	<b>-2,53</b>
1. Các khoản phải thu dài hạn	4.221.966.080	4.221.966.080	4.221.966.080	0	0	0	0
2. Tài sản cố định	40.425.750.599	35.728.223.352	35.220.216.230	-4.697.527.247	-11,62	-508.007.122	-1,42
3. Bất động sản đầu tư	0	0	0	0	0	0	0

4. Tài sản dở dang dài hạn	0	0	0	0	0	0	0
5. Đầu tư tài chính dài hạn	0	0	0	0	0	0	0
6. Tài sản dài hạn khác	3.386.480.841	2.617.010.306	2.048.669.633	-769.470.535	-22,72	-568.340.673	-21,72
<b>TỔNG CỘNG TÀI SẢN</b>	<b>60.321.088.675</b>	<b>51.579.198.844</b>	<b>49.572.874.069</b>	<b>-8.741.889.831</b>	<b>-14,49</b>	<b>-2.006.324.775</b>	<b>-3,89</b>
<b>C. NỢ PHẢI TRẢ</b>	<b>62.754.926.976</b>	<b>47.850.322.937</b>	<b>28.477.934.990</b>	<b>-14.904.604.039</b>	<b>-23,75</b>	<b>-19.372.387.947</b>	<b>-40,49</b>
1. Nợ ngắn hạn	62.754.926.976	47.850.322.937	28.477.934.990	-14.904.604.039	-23,75	-19.372.387.947	-40,49
2. Nợ dài hạn	0	0	0	0	0	0	0

D. VỐN CHỦ SỞ HỮU	-2.433.838.301	3.728.875.907	21.094.939.079	6.162.714.208	-253,21	17.366.063.172	465,72
1. Vốn chủ sở hữu	-2.433.838.301	3.728.875.907	21.094.939.079	6.162.714.208	-253,21	17.366.063.172	465,72
2. Nguồn kinh phí và quỹ khác	0	0	0	0	0	0	0
TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN	60.321.088.675	51.579.198.844	49.572.874.069	-8.741.889.831	-14,49	-2.006.324.775	-3,89

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Thịnh Long)

### **Nhận xét:**

Tài sản ngắn hạn đóng vai trò then chốt trong việc duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty. Với tính linh hoạt và khả năng thanh khoản cao, tài sản ngắn hạn giúp cho doanh nghiệp luôn sẵn sàng trước những biến động của thị trường, các yếu tố chủ quan khách quan. Tuy nhiên tài sản ngắn hạn của công ty Thịnh Long lại có xu hướng giảm 929.976.980 VNĐ tương đương 10,32% năm 2022 so với 2021 được thể hiện thông qua các thông số sau:

Tiền và các khoản tương đương tiền năm 2021 so với năm 2020 có sự gia tăng mạnh mẽ khoản 44,95% tương đương 786.204.208 VNĐ cho thấy công ty đang có dòng tiền mạnh mẽ, tính thanh khoản cao sẵn sàng cho những biến cố có thể xảy ra, hạn chế được những khoản vay từ bên ngoài. Tuy nhiên, điều này cũng có thể thể hiện công ty đang trong giai đoạn bão hòa của thị trường, tốc độ phát triển chậm xuống, không có kế hoạch mở rộng sản xuất kinh doanh hay đầu tư thêm các sản phẩm khác. Tuy nhiên 2022 so với 2021 lại có sự biến động rất lớn giảm 59,91% tương đương 1.518.742.562 VNĐ.

Lượng hàng tồn kho năm 2021 giảm 1.569.403.198 VNĐ so với năm 2020 tương ứng với tỉ lệ 43,19%. năm 2022 giảm 265.602.574 VNĐ so với 2021 tương đương tỉ lệ 12,86% cho thấy doanh nghiệp có chính sách tiêu thụ hàng hoá hợp lí nhưng cũng có thể do nhu cầu thị trường tăng lên dẫn đến việc doanh nghiệp dễ bị mất khách hàng và bị đối thủ cạnh tranh giành thị trường.

Tài sản dài hạn năm 2021 so với năm 2020 đã giảm 5.466.997.782 VNĐ. tương ứng với tỷ lệ 11,38%, 2022 so với 2021 giảm 1.076.347.795 tương ứng với tỷ lệ 2,53% cho thấy doanh nghiệp đã không đầu tư cho trang thiết bị để phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh. Nguồn lực dài hạn của doanh nghiệp có thể đem lại lợi ích kinh tế trong tương lai giảm, có thể đe dọa đến khả năng tiếp tục tạo ra lợi ích kinh tế lâu dài của doanh nghiệp.

Tổng tài sản năm 2021 của công ty TNHH MTV SX TM DV Thịnh Long so với năm 2020 có sự giảm mạnh 14,49% tương đương 8.741.889.831 VNĐ, cho thấy công ty chưa có chính sách tiêu thụ hàng hoá hợp lí, chưa có nhu cầu mở rộng sản xuất kinh doanh đang trong giai đoạn bão hòa thị trường. Năm 2022 so với năm 2021 tuy vẫn giảm nhưng có cải thiện so với năm 2020 3,84% tương đương

2.006.324.775 Vnd.

Nợ ngắn hạn của công ty giảm 14.904.604.039 vnd tương ứng với tỉ lệ 23,75%. 2022 so với 2021 giảm 19.372.387.947 (40,49%) cho thấy hoạt động kinh doanh công ty có sự bất ổn, uy tín doanh nghiệp giảm trên thị trường, không đảm bảo được tính thanh khoản cần phải khắc phục.

Vốn chủ sở hữu của công ty năm 2021 so với năm 2020 có sự tăng mạnh là 6.162.714.208 vnd tương ứng với tỉ lệ 253,21%, 2022 so với 2021 lại tăng rất mạnh mẽ 17.366.063.172 (465,72%) cho thấy hoạt động hoạt động tiêu thụ sản phẩm của công ty đang sinh ra lợi nhuận và cần tiếp tục phát huy.

## 2.9.2 Phân tích bảng kết quả kinh doanh

ĐVT: VNĐ

Bảng 2.5 Báo cáo kết quả kinh doanh của công ty năm 2020-2022

TÀI SẢN	2020	2021	2022	Chênh lệch 2021 - 2020		Chênh lệch 2022 - 2021	
				Số tiền	(%)	Số tiền	(%)
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	81.349.056.646	92.719.741.375	144.199.363.493	11.370.684.729	13,98	51.479.622.118	55,52
2. Các khoản giảm trừ doanh thu	0	0	0	0	0	0	0
3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	81.349.056.646	92.719.741.375	144.199.363.493	11.370.684.729	13,98	51.479.622.118	55,52

4. Giá vốn hàng bán	83.585.698.757	94.234.536.571	121.592.503.694	10.648.837.814	12,74	27.357.967.123	29,03
5. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	-2.236.642.111	-1.514.741.375	22.606.859.799	721.900.736	32,28	24.121.601.174	1592,46
6. Doanh thu hoạt động tài chính	337.848.175	572.898.711	273.679.732	235.050.536	69,57	-299.218.979	-52,23
7. Chi phí tài chính	190.059.715	84.892.475	1.206.796.301	-105.167.240	-55,33	1.121.903.826	1321,56
8. Chi phí bán hàng	4.996.568.933	5.591.103.555	8.136.567.177	594.534.622	11,90	2.545.463.622	45,53
9. Chi phí quản lý doanh nghiệp	10.427.674.182	9.605.347.293	11.178.057.347	-822.326.889	-7,89	1.572.710.054	16,37
10 Lợi nhuận thuần từ hoạt	17.513.096.767	-16.223.239.808	2.359.129.996	-33.736.336.575	-192,63	18.582.369.804	114,54

động kinh doanh							
11. Thu nhập khác	1.301.613.922	440.164.367	206.363.636	-861.449.555	-66,18	-233.800.731	-53,12
12. Chi phí khác	1.104.375.317	2.317.710.464	89.606.752	1.213.335.147	109,87	-2.228.103.712	-96,13
13. Lợi nhuận khác	197.238.605	-1.877.546.097	116.756.884	-2.074.784.702	- 1051,92	1.994.302.981	106,22
14. Chi phí sản xuất kinh doanh theo yếu tố	98.956.241.378	111.833.509.358	142.203.519.981	12.877.267.980	13,01	30.370.010.623	27,16
15. Chi phí thuế TNDN hiện hành	0	0	0	0	0	0	0
16. Chi phí thuế TNDN hoãn lại	0	0	0	0	0	0	0

17. Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp	-17.317.858.162	-18.100.785.905	2.475.886.880	-782.927.743	-4,52	20.576.672.785	113,68
--	-----------------	-----------------	---------------	--------------	-------	----------------	--------

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Thịnh Long)*

❖ Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ:

Năm 2021 tăng 11.370.684.729 VNĐ so với năm 2020 tương ứng với tốc độ là 13,98%. Năm 2022 tăng 51.479.622.118 VNĐ so với năm 2021 tương ứng 55,52%. Các khoản giảm trừ doanh thu không có sự thay đổi cho thấy số lượng hàng bán ra không bị trả lại, do liên quan tới ngành nghề công ty. Việc doanh thu tăng sẽ giúp nâng cao vị thế cạnh tranh và tạo uy tín cho doanh nghiệp trên thị trường, đồng thời tăng lợi nhuận của doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp vững vàng hơn trên thương trường...

❖ Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ:

Năm 2021 tăng 721.900.736 VNĐ so với năm 2020 tương ứng với tốc độ là 32,28%. Năm 2022 tăng 24.121.601.174 VNĐ so với năm 2021 tương ứng với tốc độ 1592,46%. Chỉ số tăng mạnh sau 2 năm nói lên doanh nghiệp đang kinh doanh hiệu quả. sức khỏe tài chính tốt.

❖ Chi phí tài chính

Năm 2021 giảm 105.167.240 VNĐ so với năm 2020 tương ứng với tốc độ là 55,33%.

Chi phí tài chính giảm nói lên 2 điều. Đầu tiên là có khả năng công ty đang gặp khó khăn trong hoạt động kinh doanh, không thể chi trả hoặc đầu tư tài chính. Hai là chủ doanh nghiệp kiểm soát được các khoản chi tốt, cắt giảm được các khoản chi gây lãng phí. giúp hạn chế chi phí tối đa cho doanh nghiệp.

Năm 2022 tăng 1.121.903.826 VNĐ so với năm 2021 tương ứng với tốc độ 1321,56%.

Chi phí tài chính của doanh nghiệp tăng thì nó thể hiện 2 trường hợp: Thứ nhất: Doanh nghiệp đang trên đà mở rộng hoặc đẩy mạnh các hoạt động kinh doanh. Thứ hai: Ngược lại. chi phí tài chính tăng còn cho thấy doanh nghiệp kinh doanh không hiệu quả. mất khả năng kiểm soát và có khả năng lỗ nặng.

❖ Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh:

Năm 2021 giảm 33.736.336.575 VNĐ so với năm 2020 tương ứng với tốc độ là 192,63%.

Năm 2022 tăng 18.582.369.804 VNĐ so với năm 2021 tương ứng với tốc độ 114,54%.

❖ Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp

Năm 2021 giảm 782.927.743 đồng so với năm 2020 tương ứng với tốc độ là 4,52%.

Năm 2022 tăng 20.576.672.785 đồng so với năm 2021 tương ứng với tốc độ là 113,68%

### 2.9.3 Phân tích bảng lưu chuyển tiền tệ

ĐVT: VND

Bảng 2.6 Lưu chuyển tiền tệ của công ty năm 2020 – 2022

Chi tiêu	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động kinh doanh	4.735.644.828	-1.309.149.019	6.480.616.587
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động đầu tư	-18.247.843.986	-1.329.146.885	-5.647.108.837
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động TC	13.965.750.000	3.424.500.112	-2.352.250.312

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Thịnh Long)

- Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động kinh doanh

Dòng tiền hoạt động từ năm 2021 giảm so với năm 2020 (giảm 6.044.793.847). Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động kinh doanh âm, thể hiện doanh nghiệp đang gặp khó khăn trong việc tiêu thụ sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ, trong việc thu tiền bán hàng và cung cấp dịch vụ. Tình trạng đó kéo dài sẽ tác động tiêu cực đến tình hình tài chính của doanh nghiệp: vốn ứ đọng, vốn bị chiếm dụng gia tăng, nguồn tài trợ tăng, chi phí sử dụng vốn tăng... Doanh nghiệp cần nhanh chóng thoát khỏi tình trạng đó.

Đến năm 2022 thì dòng tiền đã tăng 7.789.765.606 so với 2021. Chứng tỏ doanh nghiệp đã có chuyển biến trong việc tiêu thụ sản phẩm, tình hình tài chính doanh nghiệp đã ổn định trở lại.

- Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động đầu tư:

Dòng tiền hoạt động từ năm 2021 tăng so với năm 2020 (tăng 16.918.697.101 cao hơn so với năm 2020). Dòng tiền thuần từ hoạt động đầu tư dương thể hiện đầu tư của doanh nghiệp bị thu hẹp vì doanh nghiệp đã bán bớt tài sản cố định hoặc thu hồi các khoản đầu tư tài chính. Tiền thu từ hoạt động đầu tư có thể dùng để bù đắp sự thiếu hụt trong hoạt động kinh doanh, để trả nợ vay hoặc để trả cổ tức.

Dòng tiền hoạt động từ năm 2022 giảm so với năm 2021 (giảm 4.317.961.952 thấp hơn so với năm 2021). Dòng tiền thuần từ hoạt động đầu tư âm thể hiện doanh nghiệp mở rộng đầu tư. do doanh nghiệp phải chi tiền ra để mua sắm xây dựng thêm tài sản cố định hoặc gia tăng đầu tư vốn ra bên ngoài. Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động đầu tư âm. thể hiện năng lực sản xuất, năng lực kinh doanh của doanh nghiệp đang có xu hướng phát triển.

- Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động tài chính:

Dòng tiền hoạt động từ năm 2020 đến 2022 giảm đáng kể từ 13.965.750.000 còn (2.352.250.312) giảm 16.318.000.312. Lưu chuyển tiền từ hoạt động tài chính âm. cho thấy số tiền huy động từ các nhà cung cấp vốn giảm. tình hình đó có thể do doanh nghiệp tăng được nguồn tài trợ bên trong hay nhu cầu cần tài trợ giảm trong kỳ.

- Tổng dòng tiền đã thu vào nhỏ hơn tổng dòng tiền đã chi ra, thể hiện quy mô vốn bằng tiền của doanh nghiệp đang bị giảm sút, ảnh hưởng đến mức độ an toàn ngân quỹ của doanh nghiệp, cũng như an ninh tài chính doanh nghiệp nói chung.

## 2.10 Phân tích các tỷ số tài chính

### 2.10.1 Khả năng thanh toán ngắn hạn

- ◆ Tỷ số thanh khoản hiện hành

Công thức:

$$\text{Tỷ số thanh khoản hiện hành} = \frac{\text{tài sản ngắn hạn}}{\text{nợ ngắn hạn}}$$

Bảng 2.7 Phân tích khả năng thanh toán hiện hành

Chỉ tiêu	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
Tài sản ngắn hạn	12.286.891.155	9.011.999.106	8.082.022.126
Nợ ngắn hạn	62.754.926.976	47.850.322.937	28.477.934.990
Tỉ số thanh khoản hiện hành	0.2	0.19	0.28

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Thịnh Long)

Tỉ số thanh toán hiện hành cho biết mức độ tự trang trải của tài sản ngắn hạn đối với nợ ngắn hạn mà không cần tới các khoản vay mượn thêm, đánh giá khả năng thanh toán các khoản nợ đến hạn trong vòng 1 năm bằng các tài sản có khả năng chuyển hoá bằng tiền trong vòng 1 năm cho thấy khả năng trả các khoản nợ ngắn hạn từ tài sản ngắn hạn trong kỳ báo cáo.

Tỉ số thanh khoản hiện hành năm 2022 tăng 0.08 lần so với năm 2020, trong một đồng nợ ngắn hạn công ty có khả năng đảm bảo 0.28 đồng. Tuy nhiên khoản phải thu chiếm tỉ trọng khá cao dễ dẫn đến việc bị ứ đọng vốn doanh nghiệp sẽ khó tăng trưởng vượt bậc. Doanh nghiệp cần đề ra những chính thu hồi vốn hợp lí để tránh phát sinh những khoản nợ khó đòi.

Có thể thấy khả năng thanh toán tăng nhưng lại nhỏ hơn 1 có nghĩa là doanh nghiệp không đủ tài sản có thể sử dụng ngay để thanh toán khoản nợ ngắn hạn sắp đáo hạn. Tỷ số càng thấp càng mất khả năng chi trả của doanh nghiệp, tính thanh khoản ở mức thấp. Tuy nhiên, trong một số trường hợp, tỷ số quá cao chưa chắc phản ánh khả năng thanh khoản của doanh nghiệp là tốt. Bởi có thể nguồn tài chính không được sử dụng hợp lý hay hàng tồn kho quá lớn dẫn đến việc khi có biến động trên thị trường, lượng hàng tồn kho không thể bán ra để chuyển hoá thành tiền. Và để đánh giá tình hình doanh nghiệp một cách chính xác hơn, chúng ta cần phải đánh giá thêm các yếu tố khác của doanh nghiệp như tình hình hoạt động thực

tế, điều kiện kinh doanh thông qua báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh. Cũng như sẽ xem xét thêm các khoản nợ dài hạn đã đến hạn thanh toán hay chưa?

- ◆ Tỷ số thanh khoản nhanh

Công thức:

$$\text{Tỷ số thanh khoản nhanh} = \frac{\text{tài sản ngắn hạn} - \text{hàng tồn kho}}{\text{nợ ngắn hạn}}$$

ĐVT: VND

*Bảng 2.8 Phân tích khả năng thanh toán nhanh*

Chỉ tiêu	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
Tài sản ngắn hạn	12.286.891.155	9.011.999.106	8.082.022.126
Hàng tồn kho	3.634.011.237	2.064.608.039	1.799.005.465
Nợ ngắn hạn	62.754.926.976	47.850.322.937	28.477.934.990
Tỷ số thanh khoản nhanh	0.14	0.15	0.22

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Thịnh Long)*

Tỉ số thanh toán nhanh đánh giá khả năng thanh toán NNH cao hơn so với hệ số thanh toán hiện hành.

Tỉ số thanh toán nhanh năm 2021 tăng 0.08 lần so với năm 2020, cứ mỗi đồng NNH được đảm bảo bởi 0.22 đồng tài sản ngắn hạn đã trừ đi hàng tồn kho, hệ số này < 0.5 thì doanh nghiệp đang gặp khó khăn trong việc thanh toán nợ và để trả nợ thì doanh nghiệp có thể bán gấp hàng hoá, tài sản để trả nợ. Nhưng nếu hệ số này quá cao thì cũng không tốt bởi vì tiền mặt tại quỹ nhiều hoặc các khoản phải thu lớn sẽ ảnh hưởng không tốt đến hiệu quả sử dụng vốn. Nếu đầu tư vào chứng khoán và góp vốn liên doanh ngắn hạn quá nhiều thì doanh nghiệp cũng bị ảnh hưởng khi các doanh nghiệp này hoạt động không có hiệu quả.

◆ Tỷ số thanh khoản nhanh bằng tiền

Công thức:

$$\text{Tỷ số thanh khoản nhanh bằng tiền} = \frac{\text{tiền và các khoản tương đương tiền}}{\text{nợ ngắn hạn}}$$

ĐVT: VND

*Bảng 2.9 Bảng phân tích khả năng thanh khoản nhanh bằng tiền*

Chỉ tiêu	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
Tiền	1.748.950.987	2.535.155.195	1.016.412.633
Nợ ngắn hạn	62.754.926.976	47.850.322.937	28.477.934.990
Tỷ số thanh khoản nhanh bằng tiền	0.03	0.05	0.04

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Thịnh Long)*

Tỉ số thanh khoản nhanh bằng tiền cho biết khả năng thanh toán của một doanh nghiệp ở một thời kì là thước đo khả năng thanh toán của công ty.

Tỉ số thanh khoản nhanh bằng tiền năm 2022 tăng 0.01 lần so với năm 2020. cho thấy hiệu quả luân chuyển tiền mặt không cao hoặc doanh nghiệp không có nhu cầu tích trữ vốn để phục vụ cho kế hoạch tương lai.

### **2.10.2 Hiệu quả hoạt động**

◆ Hàng tồn kho

Công thức:

$$\text{Số vòng quay hàng tồn kho} = \frac{\text{giá vốn hàng bán trong kì}}{\text{hàng tồn kho bình quân}}$$

$$\text{Số ngày tồn kho} = \frac{\text{số ngày trong kì (365 ngày)}}{\text{số vòng quay hàng tồn kho}}$$

*Bảng 2.10 Phân tích vòng quay và số ngày hàng tồn kho của doanh nghiệp*

Chỉ tiêu	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
Giá vốn hàng bán	83.585.698.757	94.234.536.571	121.592.503.694
Hàng tồn kho bình quân	3.634.011.237	2.064.608.039	1.799.005.465
Vòng quay hàng tồn kho	23.00	45.64	67.59
Số ngày hàng tồn kho	15.87	8.00	5.40

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Thịnh Long)

### **Nhận xét:**

Vòng quay hàng tồn kho cho biết mức độ lành mạnh hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Nếu như hệ số vòng quay hàng tồn kho càng lớn thì việc đó có nghĩa rằng doanh nghiệp thường thích số vòng quay này lớn vì thể hiện rằng hàng tồn kho ít, sản phẩm của doanh nghiệp được tiêu thụ nhanh, vốn không bị ứ đọng ở hàng tồn kho. Tuy nhiên, chỉ phân tích tỷ số này để có thể kết luận hệ số vòng quay hàng tồn kho cao là xấu hay tốt là chưa đầy đủ. Chúng ta cần phải xem xét đến đặc điểm ngành nghề kinh doanh cũng như chính sách hàng tồn kho của doanh nghiệp.

#### ◆ Khoản phải thu

Công thức:

$$\text{Số vòng quay khoản phải thu} = \frac{\text{Tổng doanh thu bán chịu}}{\text{khoản phải thu bình quân}}$$

$$\text{Số ngày khoản phải thu} = \frac{\text{số ngày trong kỳ}}{\text{số vòng quay khoản phải thu}}$$

*Bảng 2.11 Phân tích vòng quay và số ngày khoản phải thu của doanh nghiệp*

Chỉ tiêu	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
Doanh thu bán chịu	81.349.056.646	92.719.741.375	144.199.363.493

Khoản phải thu bình quân	5.931.080.933	3.701.510.214	3.300.599.902
Vòng quay khoản phải thu	13.72	25.05	43.69
Số ngày khoản phải thu	26.61	14.57	8.35

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Thịnh Long)

Số vòng quay khoản phải thu là hệ số được sử dụng để xem xét cẩn thận việc thanh toán các khoản phải thu của doanh nghiệp.

Năm 2022 số vòng quay khoản phải thu giảm 18.64 vòng so với năm 2021, cứ 8.35 ngày công ty luân chuyển được một vòng khoản phải thu. Tuy nhiên số vòng quay của doanh nghiệp khá cao có thể sức cạnh tranh sẽ giảm dần đến giảm doanh thu.

### 2.10.3 Quản trị nợ

#### ◆ Tỷ số nợ so với tài sản

Công thức:

$$\text{Tỷ số nợ so với tài sản} = \frac{\text{tổng nợ}}{\text{tổng tài sản}}$$

ĐVT: VNĐ

Bảng 2.12 Phân tích chỉ số nợ so với tài sản của doanh nghiệp

Chỉ tiêu	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
Tổng nợ	62.754.926.976	47.850.322.937	28.477.934.990
Tổng tài sản	60.321.088.675	51.579.198.844	49.572.874.069
Tỉ số nợ so với tài sản	1.04	0.93	0.57

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Thịnh Long)

Tỷ lệ nợ so với tài sản là một tỉ lệ đòn bẩy đo lường số lượng trên tổng tài sản được tài trợ bởi các chủ nợ thay vì các nhà đầu tư.

Theo kết quả tính được, ta thấy là tỷ số nợ trên tổng tài sản của năm 2020 là 1.04 nghĩa là cơ cấu tài sản của công ty cứ 1 đồng thì có 1.04 đồng là từ vốn vay. Con số này giảm 0,93 vào năm 2021, tỷ lệ giảm là 0,11 so với 2020 cho thấy tài sản của công ty có vốn vay thấp hơn, nguyên nhân là do công ty đang chậm phát triển. Đến năm 2022, tỷ số này lại giảm còn 0,57. Tỷ số 3 năm liên tục giảm đến 2021 trở đi dưới 1, công ty cần hạn chế để không gặp phải rủi ro do các khoản vay mang lại.

◆ Tỷ số nợ so với vốn chủ sở hữu :

Công thức:

$$\text{Tỷ số nợ so với vốn chủ sở hữu} = \frac{\text{Tổng nợ}}{\text{vốn chủ sở hữu}}$$

ĐVT:VNĐ

*Bảng 2.13 Phân tích tỷ số nợ trên vốn chủ sở hữu*

Chỉ tiêu	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
Tổng nợ	62.754.926.976	47.850.322.937	28.477.934.990
Vốn chủ sở hữu	-2.433.838.301	3.728.875.907	21.094.939.079
Tỉ số nợ so với vốn chủ sở hữu	-25.78	12.83	1.35

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Thịnh Long)*

Tỷ số này cho biết mối quan hệ giữa vốn huy động bằng đi vay và vốn chủ sở hữu. đây là tỷ lệ nợ trên vốn chủ sở hữu. được sử dụng để đánh giá đòn bẩy tài chính của công ty.

Tỷ số nợ so với VCSH năm 2021 tăng 38.61 so với 2020, nguyên nhân do công ty đẩy mạnh hoạt động kinh doanh. Điều này nói lên rằng tài sản của DN được tài trợ chủ

yếu bởi các khoản nợ, công ty có nguy cơ cao gặp khó khăn trong tài chính và hiện đang đối mặt với rủi ro trong việc trả nợ, rủi ro biến động lãi suất ngân hàng. Công ty nên cân nhắc, xử lý cẩn thận hơn, tránh để tỷ lệ này lại tăng.

Đến năm 2022 tỷ số nợ so với VCSH đã giảm 11.48 so với 2021, con số này cho biết công ty đang dần hồi phục về vốn để có thể chi trả các khoản nợ.

#### 2.10.4 Khả năng sinh lời

- Lợi nhuận trên doanh thu

Công thức:

$$ROS = \frac{\text{lợi nhuận ròng}}{\text{doanh thu ròng}}$$

ĐVT: VND

*Bảng 2.14 Phân tích lợi nhuận trên doanh thu*

Chỉ tiêu	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
Lợi nhuận ròng	-17.317.858.162	-18.100.785.905	2.475.886.880
Doanh thu ròng	81.349.056.646	92.719.741.375	144.199.363.493
ROS	-0.21	-0.20	0.02

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Thịnh Long)*

ROS là tỉ suất lợi nhuận trên doanh thu tỉ số này thể hiện tỉ suất sinh lời dựa trên doanh thu thực tế của doanh nghiệp.

ROS năm 2022 tăng 0.22% so với 2021. Trong 1 đồng doanh thu sẽ tạo ra 0.02 đồng lợi nhuận. chứng tỏ doanh nghiệp không có nhu cầu mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh vẫn là công ty tiềm năng có lãi sau khi trừ các khoản chi phí.

Trong giai đoạn 2020 – 2022 tỷ số ROS của công ty nhỏ hơn 0 nhưng có sự tăng dần. Như vậy năm 2022 có mức lợi nhuận tốt hơn.

- Lợi nhuận trên tổng tài sản

Công thức:

$$ROA = \frac{\text{Lợi nhuận ròng}}{\text{Tổng tài sản}}$$

ĐVT: VNĐ

*Bảng 2.15 Phân tích lợi nhuận trên tổng tài sản*

Chỉ tiêu	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
Lợi nhuận ròng	-17.317.858.162	-18.100.785.905	2.475.886.880
Tổng tài sản	60.321.088.675	51.579.198.844	49.572.874.069
ROA	-0.29	-0.35	0.05

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Thịnh Long)

ROA là tỉ số dùng để đo lường khả năng sinh lời trên tài sản của công ty

ROA năm 2022 tăng 0.4% so với năm 2020 cứ mỗi đồng tài sản tạo ra 0.05% đồng lợi nhuận ròng. Mặc dù tỷ số của cả năm đều dương tức là công ty có lãi nhưng rất ít vì các tỷ số đều nhỏ hơn 1% vậy nên DN cần lưu ý trong việc sử dụng và quản lý tài sản sao cho hiệu quả.

- ◆ Lợi nhuận trên vốn cổ phần

Công thức:

$$ROE = \frac{\text{Lợi nhuận ròng}}{\text{Vốn CSH}}$$

ĐVT: VNĐ

*Bảng 2.16 Phân tích lợi nhuận trên vốn cổ phần của doanh nghiệp*

Chỉ tiêu	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
Lợi nhuận ròng	-17.317.858.162	-18.100.785.905	2.475.886.880
Vốn CSH	-2.433.838.301	3.728.875.907	21.094.939.079
ROE	7.12	-4.85	0.12

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo tài liệu tại Công ty Thịnh Long)

ROE là tỉ số đo lường khả năng sinh lời trên mỗi đồng vốn của cổ đông thường

ROE năm 2022 tăng 4.97% so với năm 2020 cứ mỗi đồng vốn bỏ ra sẽ thu được 0.12 đồng lợi nhuận cho thấy lợi thế cạnh tranh trên thị trường của doanh nghiệp được gia tăng.

Nhìn vào bảng trên ta có thể thấy tốc độ tăng của VCSH tăng cao hơn tốc độ tăng của LNST. Lý do vì giá vốn hàng bán có sự tăng giảm đặc biệt. GVHB tăng cao nên lợi nhuận sau thuế bị ảnh hưởng. Nhìn chung công ty có cố gắng rất nhiều trong việc sử dụng và quản lý VCSH của mình. Nhưng cũng cần cố gắng cải thiện HĐKD để tạo ra lợi nhuận cao hơn.

**Nhận xét chung:** Trong giai đoạn 2020 – 2022, các chỉ số sinh lợi của công ty đều ở mức thấp (dưới 1%).

Năm 2020 có chỉ số ROA (-0.29%), ROE (7.12%), ROS (-0.21%)

Năm 2021 có chỉ số ROA (-0.35%), ROE (-4.85%), ROS (-0.2%)

Năm 2022 có chỉ số ROA (0.05%), ROE (0.12%), ROS (0.02%)

Các chỉ số ROA, ROS tăng dần theo từng năm điều này cho thấy công ty đang đầu tư tốt cho các tài sản của mình và các tài sản này đang sản sinh ra nhiều lợi nhuận, khả năng sinh lời cao

Tuy nhiên chỉ số ROE lại giảm đáng kể đồng nghĩa với việc công ty chưa phát huy tốt việc mang lại giá trị cho cổ đông.

## **2.11. Đánh giá chung về kết quả hoạt động kinh doanh tại công ty Thịnh Long trong giai đoạn 2020 – 2022**

Sau khi phân tích kết quả hoạt động kinh doanh của công ty Thịnh Long qua các báo cáo tài chính, các chỉ tiêu đánh giá khả năng thanh toán, khả năng sinh lợi,... trong năm vừa qua đa số tỷ số quan trọng đều tăng lên cũng như thấy được hậu covid 19 tình hình hoạt động kinh doanh của công ty cũng đã có biến chuyển tốt, được thúc đẩy trở lại trên con đường đầy tiềm năng sau đại dịch các chính sách mua bán dịch vụ đã dần hoạt động có hiệu quả trở lại trong bối cảnh khôi phục lại nền kinh tế của cả nước sau khi các chính sách cấm vận đã bị bãi bỏ. Hoạt động kinh doanh của công ty đã có được bước tiến triển tốt trở lại sau năm vừa qua đây

là dấu hiệu tốt cho việc hồi phục cũng như là phát triển mạnh mẽ về sau đã cho thấy tình hình hoạt động kinh doanh của công ty dưới một góc độ tổng quan như sau:

Qua 3 năm 2020 – 2022, tổng doanh thu của công ty qua các năm đều tăng. Trong đó doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ chiếm tỷ trọng lớn nhất, và gần như toàn bộ tổng doanh thu của công ty. Về lợi nhuận, công ty không có lợi nhuận cho đến năm 2022. Tuy nhiên, vấn đề chi phí của công ty vẫn còn gặp nhiều trở ngại, chi phí trong 3 năm đều tăng, đặc biệt trong năm 2020 – 2021 chi phí tăng mạnh cao hơn tốc độ tăng trưởng doanh thu như vậy công ty cần quản lý lại chi phí, tiết kiệm chi phí hơn. Các chỉ tiêu khả năng thanh toán và sinh lợi của công ty khá ổn định cho thấy công ty đã sử dụng vốn có hiệu quả, cần phát huy các chỉ tiêu này để đảm bảo tính ổn định cho hoạt động kinh doanh của công ty.

Về cơ cấu quản lý hành chính của công ty nhìn chung là gọn nhẹ, hợp lý. Các phòng ban được quy định các chức năng, nhiệm vụ cụ thể, không bị chồng chéo chức năng giữa các phòng ban.

## **2.12 Đánh giá hiệu quả kinh doanh của công ty Thịnh Long**

Qua quá trình tìm hiểu thực tế và nghiên cứu, phân tích dữ liệu, các chỉ tiêu tài chính, từ đó ta có thể thấy Công ty TNHH MTV SX-TM-DV Thịnh Long đã đạt được và hạn chế những mặt nào.

### **2.12.1 Những mặt đạt được**

Khoản phải thu ngắn hạn giảm nhiều cho thấy Công ty đang quản lý khoản phải thu tốt, ít bị chiếm dụng vốn trong quá trình kinh doanh. Bên cạnh đó Công ty đã chú trọng vào hàng tồn kho khi có những biện pháp chủ động hơn trong việc đẩy mạnh tiến độ nhằm tiêu thụ hàng hoá hợp lí.

Doanh thu tăng liên tục trong 3 năm cho thấy sản phẩm mà công ty cung cấp đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng. Ngoài ra doanh thu tăng còn nói lên doanh nghiệp đang kinh doanh có hiệu quả và tối ưu hóa được lượng cầu của người sử dụng.

LNST sau năm 2021 tăng mạnh. Lợi nhuận luôn là mục tiêu hàng đầu của doanh nghiệp. Và đó cũng là cái để người khác nhìn vào và đánh giá doanh nghiệp có đang hoạt động tốt hay không. LN của công ty tăng mạnh chứng tỏ doanh nghiệp

đang kinh doanh hiệu quả.

Doanh thu về bán hàng và cung cấp dịch vụ của công ty có xu hướng tăng. Đặc biệt doanh thu năm 2022 tăng hơn 4 lần so với năm 2021. Với giá cả hợp lý, mẫu mã đa dạng và phong phú đã góp phần mang đến sự hài lòng và tin tưởng cho khách hàng khi lựa chọn sản phẩm của Công ty. Chính vì điều này đã khiến cho doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ không ngừng tăng lên. Đây là dấu hiệu tích cực trong bối cảnh kinh tế khó khăn, cho thấy công ty vẫn phát triển hoạt động kinh doanh.

### **2.12.2 Những mặt còn hạn chế**

Tài sản ngắn hạn có xu hướng giảm trong đó khoản tiền và các khoản tương đương tiền giảm nhiều nhất. Đây là khoản có tính thanh khoản cao cho nên có thể công ty sẽ bị gặp khó khăn và sức ép trong việc thanh toán đặc biệt là các khoản nợ gấp, khẩn.

Tình hình nguồn vốn cho thấy Công ty đã mạnh dạn sử dụng vốn vay để mở rộng kinh doanh, thế nhưng việc không sử dụng vốn vay dài hạn lại gây áp lực trả lãi vay trong ngắn hạn cho Công ty. Bên cạnh đó nguồn vốn được sử dụng chủ yếu là vốn chủ sở hữu và lợi nhuận để lại cho nên nguồn vốn được huy động từ bên ngoài vẫn còn hạn chế.

Tốc độ tăng của chi phí gần sát với tốc độ tăng của doanh thu thuần. Điều này cho thấy công ty chưa thực hiện tốt công tác quản lý các chi phí trong quá trình hoạt động kinh doanh, trong số đó chi phí giá vốn hàng bán và chi phí bán hàng chiếm tỷ trọng lớn trong tổng chi phí.

Mặc dù doanh thu thuần cũng như lợi nhuận gộp đều tăng nhưng lợi nhuận sau thuế của Công ty lại bị giảm vào năm 2021. Một trong những lí do khiến lợi nhuận giảm là từ việc kiểm soát chi phí chưa thật sự hiệu quả.

Hệ số sinh lời của doanh thu và hệ số sinh lời của chi phí biến động không ổn định, năm 2021 thì tăng nhưng năm 2022 lại giảm. Không những thế các chỉ tiêu ROS, ROA, ROE của Công ty cũng có xu hướng tăng vào năm 2021 rồi giảm vào năm 2022. Điều đó cho thấy năm 2022 thực sự là một năm khó khăn đối với công ty.

## TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Trong chương 2, giới thiệu khái quát về Công ty TNHH MTV SX-TM-DV Thịnh Long như quá trình hình thành và phát triển, cơ cấu tổ chức và chức năng của các phòng ban. Đồng thời, cũng tổng kết kết quả hoạt động kinh doanh trong giai đoạn năm 2020 – 2022 của Công ty TNHH MTV SX-TM-DV Thịnh Long.

Bên cạnh đó bài luận văn đã đi sâu vào phân tích kết quả hoạt động kinh doanh tại công ty TNHH MTV SX-TM-DV Thịnh Long từ việc phân tích các yếu tố như: bảng cân đối kế toán, báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, bảng lưu chuyển tiền tệ, các tỷ số tài chính, hiệu quả hoạt động, quản trị nợ, khả năng sinh lời. Từ đó đánh giá được hiệu quả hoạt động của công ty nêu ra được ưu nhược điểm trên cơ sở báo cáo tài chính thu thập được. Đây chính là cơ sở để đề xuất những giải pháp kiến nghị nhằm hoàn thiện nâng cao hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH MTV SX-TM-DV Thịnh Long.

## **CHƯƠNG 3**

# **GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH THỊNH LONG**

### **3.1 Mục tiêu và định hướng phát triển của Công ty TNHH Thịnh Long đến năm 2027**

#### **3.1.1 Mục tiêu**

Những giải pháp dưới đây sẽ thực hiện nhằm đạt được mục tiêu chủ yếu bao gồm:

- Tăng tài sản ngắn hạn chú trọng về khoản tiền và các khoản tương đương tiền
- Huy động nguồn vốn từ bên ngoài
- Hạn chế về tốc độ tăng chi phí
- Chú trọng hệ số sinh lời trên doanh thu và chi phí

#### **3.1.2 Định hướng phát triển kinh doanh**

Căn cứ vào tình hình kinh doanh hiện tại và dự kiến tình hình thị trường trong những năm tiếp theo Công ty xây dựng chiến lược và phát triển sản xuất kinh doanh theo hướng:

Đẩy mạnh tốc độ tăng trưởng và duy trì sự phát triển bền vững luôn xác định khách hàng là trọng tâm.

Công ty sẽ tiếp tục mở rộng kinh doanh, thành lập thêm các trung tâm kinh doanh, các văn phòng và cũng thành lập các phòng khách hàng, dịch vụ khách hàng trực thuộc các trung tâm kinh doanh ở các huyện, xã lân cận.

Hiện đại hóa hệ thống quản trị và tăng độ trưởng thành cho tất cả các quy trình nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm. Liên tục đổi mới sáng tạo để mang lại sự tăng trưởng ổn định và duy trì vị thế trong ngành.

### **3.2 Một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty TNHH SX-TM-DV Thịnh Long**

Việc nghiên cứu các biện pháp nhằm nâng cao khả năng tài chính của doanh nghiệp là rất quan trọng và cần thiết. Nó sẽ đưa ra cho doanh nghiệp những phương hướng giải quyết nhất định tùy thuộc vào từng trường hợp cụ thể. Trên cơ sở đó, doanh nghiệp nào nắm bắt và áp dụng một cách linh hoạt sẽ mang lại hiệu quả kinh doanh cao.

#### **3.2.1. Các giải pháp tài chính**

##### **❖ Giải pháp về chi phí**

Chi phí của DN năm 2020-2021 rơi vào tình trạng bội chi nhưng đã kịp thời ổn định vào năm 2022. Điều này đòi hỏi cần phải duy trì và phát triển thành quả đạt được để góp phần gia tăng lợi nhuận của doanh nghiệp.

##### **❖ Kiểm soát chi phí quản lý doanh nghiệp**

Đối với chi phí nguyên vật liệu, văn phòng phẩm: Công ty cần quy định định mức sử dụng cho từng bộ phận. Đồng thời, Tổng giám đốc hoặc nhà quản lý kinh doanh cần tiến hành lựa chọn nhà cung cấp dựa trên báo giá do nhà cung cấp gửi đến, căn cứ vào các tiêu chí do công ty xây dựng như giá cả, chất lượng và uy tín trong bán hàng và giao hàng. Định kỳ, tiến hành đánh giá lại nhà các nhà cung cấp và báo cáo lại cho Bán Giám Đốc.

Đối với chi phí mua ngoài: như điện, nước, chi phí tiếp khách, đàm phán, ký kết hợp đồng,... Công ty cần thực hiện chính sách hạn chế, tiết kiệm hết mức có thể cho những chi phí trên, vì đây là những chi phí công ty có thể chủ động tiết kiệm được.

Bám chắc vào các kế hoạch mục tiêu đã có hiệu quả trong năm vừa rồi, tập trung duy trì sự ổn định cho việc hoạt động kinh doanh của công ty khởi phục sau đại dịch. Xây dựng hệ thống quản lý kiểm soát trong công ty cần có kế hoạch thực hiện để duy trì ổn định, phân công rõ ràng, trách nhiệm và cụ thể cho từng đối tượng bộ phận cán bộ có liên quan, đánh giá. Giám đốc và hội đồng thành viên cần quan tâm hơn chỉ đạo, đánh giá quá trình xây dựng và hoạt động của hệ thống kiểm

soát quản trị làm cho hệ thống có tác dụng thiết thực nhất có thể để hoàn thiện chính xác nâng cao năng lực tài chính.

### **3.2.2 Giải pháp tăng doanh thu**

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

*Nâng cao hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn và tăng cường công tác quản lý tài sản ngắn hạn.*

Công tác quản lý tài sản phải đảm bảo được 2 yêu cầu là thoả mãn cho quá trình sản xuất kinh doanh đồng thời phải tiết kiệm ở mức tối đa. Việc quản lý tài sản ở đây thực chất là quản lý sản xuất, quản lý tiền mặt, quản lý nguyên vật liệu và quản lý hàng tồn kho. Để làm tốt công tác này công ty cần thực hiện các biện pháp:

- Thông qua việc tìm hiểu thị trường để dự báo nhu cầu của thị trường, từ đó đưa ra kế hoạch sản xuất phù hợp. Nếu tổ chức tốt quá trình sản xuất thì cũng được coi là một giải pháp nhằm đảm bảo cho quá trình hoạt động được thông suốt, sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận nhằm hạn chế tối đa tình trạng ngừng việc của máy móc thiết bị, hạn chế tình trạng ứ đọng vật tư. Quản lý chặt chẽ việc sử dụng vật tư theo định mức nhằm giảm thiểu chi phí trong giá thành sản xuất sản phẩm.

- Tổ chức tốt quá trình lao động, tạo điều kiện thuận lợi cho công nhân thực hiện tốt công việc.

*Nâng cao khả năng thanh toán của công ty*

Khả năng thanh toán là một chỉ tiêu rất quan trọng trong việc quản lý tình hình tài chính của công ty. Nếu khả năng thanh toán của công ty cao chứng tỏ công tác tài chính được thực hiện tốt. Khả năng thanh toán là đối tượng quan tâm chủ yếu của các đối tác có quan hệ tài chính với công ty như các ngân hàng, các nhà cung cấp, các nhà đầu tư... Vì vậy việc nâng cao khả năng thanh toán sẽ làm cho tình hình tài chính khả quan hơn, đồng thời công ty cũng củng cố được mối quan hệ với các đối tác. Chuyển các khoản nợ ngắn hạn sang dài hạn tùy theo điều kiện

của công ty thay vì việc huy động vốn từ bên ngoài như vay vốn ở các ngân hàng với thời gian đáo hạn dài hơn, đảm bảo cho sự an toàn về tài chính của công ty.

#### *Thúc đẩy bán hàng*

Đẩy nhanh tốc độ bán hàng giúp Công ty tăng được doanh thu, lợi nhuận và mở rộng trên thị trường bất động sản. Công ty có thể thực hiện chính sách marketing mix. Đội ngũ nhân viên kinh doanh phải thực sự hiểu rõ về dự án, vị trí, nắm rõ các chính sách của dự án, chương trình chiết khấu của nhà đầu tư đưa ra tư vấn cho khách hàng, quy trình quy định về bảo quản cũng như tư vấn dự án và có thái độ hòa nhã thân thiện khi tiếp xúc với khách hàng.

#### *Áp dụng các chính sách khen thưởng phù hợp với nhân viên của Công ty để tăng doanh thu*

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

- Mức thưởng mà công ty đưa ra phải bán được 2 căn hộ để trở thành động lực phấn đấu, thi đua cho các phòng kinh doanh tại công ty.

- Ngoài ra các phòng kinh doanh thực hiện vượt mức kế hoạch doanh thu cũng tiến hành khen thưởng cho các phòng kinh doanh đó.

- Việc sơ kết, tổng kết và khen thưởng phải được thực hiện mỗi dự án, để kịp thời khuyến khích những người nhân viên đạt được kết quả lao động tốt và tạo động lực cho họ trong thời gian tiếp theo.

- Việc tổng kết khen thưởng cho các phòng nên kết hợp thực hiện trong các cuộc họp triển khai dự án, tổng kết của toàn công ty để khuyến khích về tinh thần cho những phòng ban được thưởng và đồng thời tạo động lực thi đua giữa các phòng trong công ty.

- Đối với các trưởng phòng kinh doanh, việc giao các chỉ tiêu kèm theo với tiền thưởng xứng đáng, còn phải được xem là nhiệm vụ phải thực hiện trong thời kỳ nhất định của mỗi dự án. Sau mỗi dự án nếu trưởng phòng kinh doanh thường xuyên không đạt được chỉ tiêu kế hoạch giao thì sẽ không những bị cắt giảm lương

thưởng mà còn không được tiếp tục giữ nhiệm vụ mà phải thay thế bằng người khác có năng lực hơn.

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

Giao nhiệm vụ cho các phòng ban thường xuyên nhắc nhở, kiểm tra, giáo dục tư tưởng cho nhân viên thực hiện tốt trách nhiệm của người nhân viên kinh doanh để khách hàng yên tâm và tin tưởng khi mua sản phẩm của công ty.

Công ty sẽ xử lý kỷ luật nghiêm khắc đối với tất cả các trường hợp cố tình thao tác, can thiệp, gian lận để trục lợi cá nhân làm ảnh hưởng đến uy tín của công ty. Công ty sẽ phối hợp chặt chẽ với các phòng ban để xử lý nghiêm minh nhằm răn đe những cá nhân có ý định gian dối trong kinh doanh, làm ảnh hưởng đến uy tín của công ty.

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

### **3.2.3. Các giải pháp khác**

❖ **Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực**

Yếu tố con người là yếu tố quyết định, ở nhiều nước phát triển trên thế giới như Mỹ và Nhật thì yếu tố con người luôn là yếu tố quan trọng nhất, quyết định sự thành công hay thất bại của doanh nghiệp chứ không phải là sự hùng mạnh về tài chính. Do đó, công tác đào tạo nâng cao chất lượng các cán bộ công nhân viên là điều luôn cần dù đây là một công tác khó và lâu dài. Công ty cần nâng cao tiêu chuẩn tuyển chọn các cán bộ hơn nữa, đảm bảo chất lượng đầu vào để giảm được chi phí đào tạo sau này. Mặt khác, liên tiếp cử các cán bộ nhân viên đi nâng cao kiến thức, công nghệ mới. Nhằm tăng cường hiệu quả cũng như sự đoàn kết trong công ty, nên thực hiện chính sách nhân viên cũ, lâu năm với nhân viên mới, cứ một nhân viên mới vào sẽ được một nhân viên có kinh nghiệm ở công ty cùng ngành nghề kèm cặp, hướng dẫn.

Công ty cần chú ý đến phân phối thu lao động, trả lương theo đúng năng lực và khả năng của người lao động, có thêm những chính sách đãi ngộ như: tăng thưởng, tổ chức liên hoan thường niên, đi du lịch cho nhân viên. Làm được như

vậy sẽ tạo thêm động lực thúc đẩy người lao động tự nâng cao trình độ và năng lực để hoàn thành công việc tốt hơn.

❖ Đầu tư đổi mới công nghệ

Chọn máy móc thiết bị sao cho phù hợp nhằm đem lại hiệu quả cao nhất.

### **3.3 Một số kiến nghị**

#### **3.3.1 Kiến nghị với nhà nước**

Nhà nước cần thực hiện các biện pháp nhằm ổn định môi trường vĩ mô thông qua việc thực hiện các biện pháp nhằm ổn định chính trị, xác định rõ chiến lược phát triển kinh tế, hướng đầu tư, tăng cường đầu tư, chuyển đổi cơ cấu kinh tế một cách hợp lý nhằm mục tiêu ổn định thị trường, ổn định giá cả, duy trì tỷ lệ lạm phát ở mức có lợi cho nền kinh tế. Việc nhà nước tạo ra một môi trường kinh tế, nâng cao thu nhập và mức sống của dân cư, khiến cho khả năng tích lũy và tiêu dùng của dân cư ngày càng tăng lên, thúc đẩy mạnh mẽ tăng cầu về tiêu dùng sản phẩm bảo hiểm phòng ngừa rủi ro. Bên cạnh đó, sự ổn định giúp cho các thành phần kinh tế yên tâm sản xuất kinh doanh tạo ra hàng hóa, dịch vụ cho xã hội.

Tiếp tục hoàn thiện cơ chế chính sách về hoạt động kinh doanh để thị trường phát triển lành mạnh, an toàn, phù hợp với yêu cầu hội nhập, đảm bảo tính chủ động và tự chịu trách nhiệm của các doanh nghiệp

#### **3.3.2 Kiến nghị với Công ty**

Tình hình kinh doanh của công ty trong những năm gần đây có phát triển nhưng chưa ổn định, kết quả chưa đạt được như chỉ tiêu đề ra lúc đầu. Cho thấy công ty vẫn còn chưa khai thác hết tối đa tiềm lực của mình. Vì vậy, công ty cần có những chiến lược cụ thể để nâng cao hiệu quả kinh doanh của mình như:

Tăng lượng tài sản ngắn hạn của công ty bằng cách nâng cao chất lượng của sản phẩm và dịch vụ, chính là tăng giá trị sử dụng của tài sản nhằm kéo dài thời gian sử dụng của sản phẩm sẽ tạo điều kiện cho tăng giá bán từ tăng doanh thu tiêu thụ và lợi nhuận.

Tăng nợ ngắn hạn công ty đồng thời đề ra chiến lược sử dụng hiệu quả số tiền vay để tránh lãng phí. Tạo ra nhiều lợi nhuận cho công ty. Vốn doanh thu thuần phải phục vụ cho mức sinh lời cao. Tăng tài sản dài hạn đồng thời giảm tài sản ngắn hạn. Để giữ được khách hàng truyền thống và thu hút thêm khách hàng

mới thì chi nhánh phải được linh động thay đổi sản phẩm. Đồng thời công ty có thể áp dụng chương trình ưu đãi khác nhau cho những khách hàng thường xuyên sử dụng dịch vụ tại công ty.

Cần có nhiều chiến lược hơn trong việc tăng khả năng thanh toán của công ty lên cao vì đây là điều kiện rất cần thiết để các nhà đầu tư nhìn nhận và chấp nhận đầu tư, đồng thời còn tăng độ uy tín của công ty, tăng thương hiệu để giảm sự cạnh tranh giữa các công ty đối thủ.

Đẩy mạnh dịch vụ bán hàng, có nhiều ưu đãi chăm sóc khách hàng như khách hàng thân thuộc, quà tặng kèm khi khách mua hàng vào ngày sinh nhật, khách hàng may mắn, tích lũy điểm số mua hàng. Để giữ chân khách hàng cũ và thu hút thêm khách hàng tiềm năng.

## TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Trên cơ sở phân tích đánh giá thực trạng nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty TNHH MTV SX-TM-DV Thịnh Long ở chương 2, dựa trên các mục tiêu và phương hướng kinh doanh của Công ty TNHH MTV SX-TM-DV Thịnh Long giai đoạn 2020 – 2022, chương 3 luận văn đã đưa ra những giải pháp và kiến nghị nhằm hoàn thiện công tác nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty TNHH MTV SX-TM-DV Thịnh Long. Các giải pháp hoàn thiện mà tác giả đưa ra gồm: Giải pháp tăng doanh thu và lợi nhuận; giải pháp tài chính và các giải pháp khác, từ đó có giải pháp điều chỉnh và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh phù hợp của Công ty TNHH MTV SX-TM-DV Thịnh Long. Ngoài ra, tác giả đưa ra một số kiến nghị và đề xuất với Chính phủ một số nội dung để tạo điều kiện thuận lợi không chỉ cho Công ty TNHH MTV SX-TM-DV Thịnh Long mà còn cho các doanh nghiệp khác tại Việt Nam nói chung hoạt động ngày càng hiệu quả. Cuối cùng tác giả còn đưa ra cho công ty một số biện pháp để nâng cao hiệu quả của công ty Thịnh Long nói riêng.

## KẾT LUẬN

Trong nền kinh tế thị trường việc chịu sức ép từ đối thủ cũng như mọi nhân tố là một điều không thể tránh khỏi đối với các doanh nghiệp. Công ty Thịnh Long cũng đang phải chịu sự cạnh tranh bởi các thế lực cùng ngành các mô hình quản lý chuỗi cung ứng trong và ngoài và khi kinh tế thị trường đã mở cửa trở lại thúc đẩy kinh tế chuỗi cung ứng cũng trở nên linh hoạt cùng nhau phát triển. Đây vừa là cơ hội vừa là thách thức cho công ty.

Phân tích kết quả hoạt động kinh doanh của công ty trong 3 năm 2020, 2021, 2022 cho ta thấy rõ sự trở lại sau những biến cố đại dịch xảy ra làm đóng băng hạn chế đi nên kinh tế của trong và ngoài nước. Khôi phục và đi lên tiềm năng phát triển thấy qua trong các tỷ số khoản mục tài chính đồng thời xem xét các nguyên nhân còn hạn chế đưa ra các giải pháp tìm kiếm xu hướng, khắc phục và định hướng.

Điều cần thiết khi phân tích hoạt động kinh doanh này là mục đích nghiên cứu, để từ đó đi sâu vào khai thác vấn đề hơn từ đó cho ta các số liệu, những thông tin hữu ích cụ thể với mục đích nâng cao hiệu quả kinh doanh, cũng như nhân tố ảnh hưởng đến sự tăng giảm biến động của doanh thu, chi phí, lợi nhuận trong công ty.

Nâng cao hiệu quả kinh doanh là một trong những biện pháp cực kỳ quan trọng của các doanh nghiệp nhằm thúc đẩy nền kinh tế tăng trưởng cao một cách bền vững. Do vậy việc phân tích hiệu quả kinh doanh là một nội dung cơ bản của phân tích tài chính nhằm góp phần cho doanh nghiệp tồn tại và phát triển không ngừng

Tuy nhiên hạn chế về mặt cơ hội tiếp cận gần hơn với thông tin cũng như doanh nghiệp và như nhận xét mang tính cá nhân với đa chiều nhìn nhận, còn nhiều hạn chế vì vậy mong thầy cô xem xét đánh giá để bài luận văn hoàn thiện hơn.