

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

1.1. Cơ sở lý luận

1.1.1. Khái niệm về hiệu quả hoạt động kinh doanh

Theo Trương Bá Thanh (2009) “Kinh doanh là việc thực hiện một số hay thực hiện tất cả các giai đoạn của quá trình từ đầu tư sản xuất đến tiêu thụ hoặc thực hiện dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích sinh lời. Các doanh nghiệp chú trọng nhất chính là vấn đề hiệu quả kinh doanh. Sản xuất kinh doanh có đạt hiệu quả giúp cho doanh nghiệp tồn tại và phát triển. Hiểu theo mục đích cuối cùng thì hiệu quả kinh doanh đồng nghĩa với phạm trù lợi nhuận, là hiệu số giữa kết quả thu về với chi phí bỏ ra để đạt được kết quả đó. Hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh cao hay thấp phụ thuộc vào trình độ tổ chức sản xuất và quản lý của mỗi doanh nghiệp” (PGS.TS. Trương Bá Thanh, 2009).

Theo Paul A. Samuelson và William D. Nordhaus, (2002) thì : “Hiệu quả sản xuất diễn ra khi xã hội không thể tăng sản lượng một loạt hàng hoá mà không cắt giảm một loạt sản lượng hàng hoá khác. Một nền kinh tế có hiệu quả nằm trên giới hạn khả năng sản xuất của nó”.

Adam Smith thì cho rằng: “Hiệu quả là kết quả đạt được trong hoạt động kinh tế, là doanh thu tiêu thụ hàng hóa”. Trong quan điểm này nhà kinh tế người Anh đã đánh đồng hiệu quả và kết quả mà thật ra giữa chúng có sự khác biệt. Theo ông thì các mức chi phí khác nhau mà mang lại cùng một kết quả thì có hiệu quả như nhau. Như vậy Adam Smith mới chỉ quan tâm đến kết quả đầu ra mà chưa quan tâm đến các yếu tố đầu vào.

Theo cuốn giáo trình Kinh tế thương mại dịch vụ – NXB Thống Kê 1998, có quan điểm cho rằng: “Hiệu quả kinh tế của một quá trình sản xuất kinh doanh là một phạm trù kinh tế phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực để đạt được mục tiêu xác định”. So với các quan điểm trên thì quan điểm này phản ánh tốt trình độ lợi dụng của hoạt động sản xuất kinh doanh trong mọi điều kiện biến đổi.

Ta có thể rút ra khái niệm về hiệu quả như sau: “Hiệu quả là sự so sánh kết quả đầu ra và yếu tố nguồn lực đầu vào. Sự so sánh đó có thể là sự so sánh tương đối và so sánh tuyệt đối. Kết quả đầu ra thường được biểu hiện bằng doanh thu, lợi nhuận. Yếu tố nguồn lực đầu vào là lao động, chi phí, tài sản và nguồn vốn.”

Bên cạnh đó Trương Bá Thanh (2009) cũng cho rằng “Hiệu quả kinh doanh là phạm trù kinh tế theo chiều sâu, phản ánh trình độ khai thác các nguồn lực và trình độ chi phí nguồn lực đó trong quá trình tái sản xuất nhằm thực hiện mục tiêu kinh doanh” (PGS.TS. Trương Bá Thanh, 2009). Hiệu quả sản xuất kinh doanh ngày nay càng trở lên quan trọng đối với tăng trưởng kinh tế và là chỗ dựa cơ bản để đánh giá việc thực hiện mục tiêu kinh tế của doanh nghiệp trong từng thời kỳ.

1.1.2. Sự cần thiết của việc nâng cao hiệu quả đối với doanh nghiệp

Trong nền kinh tế thị trường để có chiến thắng đòi hỏi các doanh nghiệp phải thường xuyên áp dụng các tiến bộ khoa học, cải tiến phương thức hoạt động, cải tiến tổ chức quản lý sản xuất và kinh doanh nhằm nâng cao năng suất chất lượng và hiệu quả.

• Ý nghĩa của việc nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh:

Đối với nền kinh tế quốc dân: hiệu quả kinh doanh là phạm trù kinh tế quan trọng, phản ánh yêu cầu quy luật tiết kiệm thời gian phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực, trình độ sản xuất và mức độ hoàn thiện của quan hệ sản xuất trong cơ chế thị trường. Trình độ phát triển của lực lượng sản xuất ngày càng cao, quan hệ sản xuất càng hoàn thiện, càng nâng cao hiệu quả. Tóm lại hiệu quả sản xuất kinh doanh đem lại cho quốc gia sự phân bố, sử dụng các nguồn lực ngày càng hợp lý và đem lại hiệu quả cao cho doanh nghiệp.

Đối với bản thân doanh nghiệp: Hiệu quả kinh doanh xét về mặt tuyệt đối chính là lợi nhuận thu được. Nó là cơ sở để tái sản xuất mở rộng, cải thiện đời sống cán bộ công nhân viên. Đối với mỗi doanh nghiệp đặc biệt là các doanh nghiệp hoạt động trong cơ chế thị trường thì việc nâng cao hiệu quả kinh doanh đóng vai trò quan trọng trong sự tồn tại và sự phát triển của doanh

nghiệp. Ngoài ra nó còn giúp doanh nghiệp cạnh tranh trên thị trường, đầu tư, mở rộng, cải tạo, hiện đại hoá cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho việc sản xuất kinh doanh.

Đối với người lao động: Hiệu quả sản xuất kinh doanh là động lực thúc đẩy kích thích người lao động hăng say sản xuất, luôn quan tâm đến kết quả lao động của mình. Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh đồng nghĩa với việc nâng cao đời sống lao động thúc đẩy tăng năng suất lao động và góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh.

- **Hiệu quả về mặt tài chính**

Các báo cáo tài chính (bảng cân đối kế toán, kết quả kinh doanh, và lưu chuyển tiền tệ) cung cấp các đầu vào cơ bản và hữu dụng cho quá trình phân tích, đánh giá hiệu quả tài chính của doanh nghiệp.

Theo Trương Bá Thanh (2009), “Năm nội dung chính của hiệu quả tài chính gồm: (1) khả năng thanh toán ngắn hạn, (2) hoạt động kinh doanh, (3) đòn bẩy tài chính, (4) năng lực tạo lợi nhuận.” (PGS.TS. Trương Bá Thanh, 2009).

- (1) Khả năng thanh toán ngắn hạn

Theo Liargovas và Skandalis, (2008) “Tài sản ngắn hạn là những loại tài sản có tính thanh khoản cao (có khả năng chuyển đổi thành tiền mặt nhanh nhất) như tiền mặt, tiền gửi ngân hàng, các khoản phải thu, hàng tồn kho, doanh nghiệp có thể sử dụng tài sản lưu động để tài trợ cho các hoạt động đầu tư tài chính của mình khi các nguồn lực bên ngoài là không có sẵn. Mặt khác, tính thanh khoản cao hơn có thể cho phép một doanh nghiệp vượt qua được những tình huống bất ngờ và vượt qua khó khăn trong thời kỳ khủng hoảng”

Almajali và cộng sự (2012) cho thấy “khả năng thanh toán ngắn hạn của một doanh nghiệp có tác động dương lên hiệu suất tài chính của các doanh nghiệp. Kết quả cho thấy rằng các doanh nghiệp cần tăng tài sản ngắn hạn và giảm nợ ngắn hạn vì mối quan hệ dương giữa khả năng thanh toán ngắn hạn và hiệu suất hoạt động tài chính của doanh nghiệp”.

Chỉ số đo lường khả năng thanh toán phổ biến nhất là: thanh toán ngắn hạn và thanh toán nhanh.

Chỉ số thanh toán ngắn hạn = Tổng tài sản ngắn hạn/Tổng nợ ngắn hạn

Nếu gặp khó khăn tài chính, doanh nghiệp có thể không còn khả năng thanh toán đúng hạn các khoản phải trả hoặc cần mở rộng hạn mức tín dụng tại ngân hàng. Kết quả là, nợ ngắn hạn sẽ tăng nhanh hơn tài sản ngắn hạn và chỉ số thanh toán ngắn hạn có thể giảm xuống. Đây có thể là tín hiệu đầu tiên của trục trặc về tài chính. Tất nhiên, chỉ số thanh toán ngắn hạn của doanh nghiệp cũng cần được tính toán và thống kê trong khoảng thời gian đủ dài để có cái nhìn đầy đủ với lịch sử vận hành và phát triển của doanh nghiệp. Ngoài ra, cũng có thể so sánh chỉ số này giữa các doanh nghiệp trong cùng ngành để đánh giá hiệu quả tương đối của doanh nghiệp.

Chỉ số thanh toán nhanh được tính bằng cách loại bỏ hàng tồn kho trong tổng tài sản ngắn hạn và đem phần chênh lệch còn lại (còn gọi là tài sản nhanh) chia cho tổng nợ ngắn hạn.

Chỉ số thanh toán nhanh = Tài sản nhanh/Tổng nợ ngắn hạn

(2) Các chỉ tiêu tài chính với hoạt động kinh doanh

Các chỉ tiêu tài chính với hoạt động kinh doanh được xây dựng để đo lường hiệu quả quản lý và sử dụng tài sản của doanh nghiệp. Mức độ đầu tư tài sản của doanh nghiệp phụ thuộc nhiều yếu tố. Bởi vậy, “mức độ đầu tư thế nào là phù hợp?” trở thành câu hỏi quan trọng. Điểm hợp lý để bắt đầu tìm lời giải đáp là so sánh giá trị tài sản với doanh số thu về trong cùng thời gian đầu tư và sử dụng tài sản. Mục tiêu của việc này là xác định hiệu quả sử dụng tài sản để tạo ra doanh thu.

Chỉ tiêu tổng doanh thu tài sản được xác định qua việc chia tổng doanh thu từ hoạt động kinh doanh trong kỳ kế toán cho bình quân tổng tài sản.

Tổng doanh thu tài sản = Tổng doanh thu từ hoạt động kinh doanh/Tổng tài sản

Chỉ tiêu doanh số phải thu được tính bằng cách chia doanh số cho bình quân các khoản phải thu trong kỳ kế toán. Chia số ngày trong năm (365) cho chỉ tiêu doanh số phải thu sẽ tính được thời gian thu tiền bán hàng bình quân của doanh nghiệp. Các khoản phải thu rỗng được sử dụng trong tính toán các

chỉ số trên. (Phải thu ròng được tính bằng các khoản phải thu trừ đi dự phòng nợ khó đòi và nợ xấu.)

Chỉ tiêu doanh số tồn kho được tính bằng cách chia giá vốn hàng bán cho giá trị hàng tồn kho bình quân. Do luôn được phát biểu như một chi phí trong quá khứ, giá vốn hàng bán được sử dụng thay cho doanh số (doanh số bao gồm cả phần lợi nhuận và biến đổi theo giá bán hiện tại). Số ngày trong năm chia cho tỉ số doanh số tồn kho chính là chỉ số ngày tồn kho. Chỉ số này là số ngày cần thiết để hàng hóa được sản xuất và bán; còn được gọi là ngày trên kệ trong các doanh nghiệp thương mại bán buôn và bán lẻ.

$\text{Doanh số tồn kho} = \text{Giá vốn hàng bán} / \text{Tồn kho (bình quân)}$

$\text{Số ngày tồn kho} = \text{Số ngày trong kỳ} / \text{Doanh thu tồn kho}$

Các chỉ số hàng tồn kho đo lường thời gian hàng hóa được sản xuất và bán đi. Các chỉ số này chịu tác động rõ rệt của công nghệ sản xuất. Cần nhiều thời gian để chế tạo ô tô hơn so với việc làm ra một ổ bánh mì. Các chỉ số này còn chịu ảnh hưởng từ thời gian sử dụng của chính sản phẩm. Một sự gia tăng đáng kể của số ngày tồn kho có thể là dấu hiệu đáng ngại về mức tồn kho cao của các hàng hóa thành phẩm chưa bán được hoặc thay đổi trong quá trình hoàn thành sản phẩm của doanh nghiệp (cần nhiều thời gian hơn để sản xuất sản phẩm).

(3) Các chỉ số đòn bẩy tài chính

- Theo Pandey (2007) “Các quyết định tài chính hay đòn bẩy là một quyết định quan trọng của nhà quản lý vì nó ảnh hưởng đến lợi nhuận của cổ đông, rủi ro và giá trị thị trường của công ty. Tỷ lệ nợ trên VCSH có ý nghĩa đối với cổ tức và rủi ro của các cổ đông, điều này ảnh hưởng đến chi phí vốn và giá trị thị trường của công ty.”

Các công ty sử dụng đòn bẩy tài chính khi nhu cầu vốn cho đầu tư của doanh nghiệp khá cao mà VCSH không đủ để tài trợ. Khoản nợ vay của công ty sẽ trở thành khoản nợ phải trả, lãi vay được tính dựa trên số nợ gốc này. Một doanh nghiệp chỉ sử dụng nợ khi nó có thể tin chắc rằng tỷ suất sinh lợi trên tài sản cao hơn lãi suất vay nợ. Như vậy, đòn bẩy tài chính cũng giúp nhà quản trị có thêm thông tin để quản lý nợ, quản lý VCSH tốt hơn.

Theo lý thuyết đánh đổi Gu (1993) “Cơ cấu vốn, mức nợ tối ưu cân bằng các lợi ích nợ so với chi phí của nợ. Do đó, sử dụng các khoản nợ đến một kết quả nhất định trong tỷ lệ nợ trên VCSH sẽ đem lại lợi nhuận cao hơn, tuy nhiên, lợi ích của nợ sẽ thấp hơn so với chi phí sau khi đạt một mức độ nào đó của cấu trúc vốn. Nói cách khác, càng có nhiều công ty sử dụng nợ, thuế thu nhập công ty phải trả sẽ giảm, nhưng rủi ro tài chính của công ty sẽ lớn hơn. Dựa trên lý thuyết cân bằng cho cơ cấu vốn, các doanh nghiệp có thể tận dụng lợi thế của nợ mang lại lợi nhuận tốt hơn trên VCSH.” (Gu, 1993)

Mặc dù đòn bẩy tài chính như một lực tác động lên doanh nghiệp làm khuếch đại khả năng tài chính của doanh nghiệp song nó như một con dao hai lưỡi. Nếu không biết sử dụng đúng lúc, đúng thời điểm sẽ khiến doanh nghiệp gặp không ít rủi ro về tài chính.

(4) Khả năng sinh lợi

Theo Cohen, Chang và Ledford (1997) cho rằng “nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng tài sản (ROA) được các nhà phân tích sử dụng chủ yếu để đo lường hiệu quả sản xuất kinh doanh.”

McGuire và cộng sự, 1988 “cũng cho rằng thước đo để đo lường hiệu quả sản xuất kinh doanh là nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng tài sản (ROA).”

Tuy nhiên, Bowman và Haire, 1975, lại cho rằng “nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn làm thước đo (ROE)”

Và Stanwick và Stanwick, 1998 lấy nhóm “chỉ tiêu thu nhập trên doanh thu (ROS) để đo lường hiệu quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp.”

Có rất nhiều chỉ tiêu để đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp trong ngành xây dựng, từ những nghiên cứu của các tác giả trước, trong phạm vi nghiên cứu khóa luận này, tác giả chọn chỉ tiêu nhóm chỉ tiêu tỷ suất sinh lời trên doanh thu (ROS), tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản (ROA) và tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE) là thước đo để đo lường hiệu quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp.

- Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản – ROA:

Chỉ tiêu ROA thể hiện tính hiệu của quá trình tổ chức, quản lý hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Đây là một chỉ tiêu khá toàn diện

trong việc đánh giá hiệu quả kinh doanh. Kết quả chỉ tiêu cho biết bình quân cứ một đồng tài sản được sử dụng trong quá trình sản xuất kinh doanh thì tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Công thức tính tỷ số này như sau:

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

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

- Tỷ suất sinh lời của doanh thu – ROS:

Tỷ 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:

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

- Tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu – ROE:

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

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

1.1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh

1.1.3.1. Những yếu tố từ công ty

▪ Tổ chức lực lượng bán hàng

a) Khái niệm lực lượng bán hàng

Lực lượng bán hàng của doanh nghiệp bao gồm những cá nhân, tổ chức tham gia trực tiếp vào quá trình bán hàng của doanh nghiệp. Lực lượng bán hàng là lực lượng chủ yếu thực hiện các kế hoạch và mục tiêu bán hàng là cầu nối quan trọng giữa doanh nghiệp và khách hàng. Giao diện tiếp xúc giữa khách hàng với doanh nghiệp là những cuộc gặp gỡ giữa khách hàng và lực lượng bán hàng trong suốt quá trình mua hàng, vì lẽ đó lực lượng bán hàng được coi như bộ mặt của doanh nghiệp và là nhân tố quyết định thành công của doanh nghiệp trên thị trường cạnh tranh.

b) Phân loại

- Lực lượng bán hàng thuộc biên chế của doanh nghiệp bao gồm tất cả những người lao động của doanh nghiệp có trách nhiệm trực tiếp đến hoạt động bán hàng. Lực lượng này có thể phân chia thành lực lượng bán hàng tại doanh nghiệp và lực lượng bán hàng tại địa bàn.

- Lực lượng bán hàng bên ngoài doanh nghiệp bao gồm: Đại lý bán hàng và cộng tác viên.

Đại lý bán hàng: là những thể nhân hay pháp nhân thực hiện một hay nhiều hành vi có liên quan đến hoạt động bán hàng theo sự ủy thác của doanh nghiệp trên cơ sở kí hợp đồng đại lí với doanh nghiệp. Đại lý bán hàng theo hợp đồng phổ biến nhất là đại lý độc lập. Họ là những cá nhân hay doanh nghiệp hoạt động độc lập, đại diện bán hàng cho một hay nhiều doanh nghiệp trong cùng một khu vực bán nhất định và được hưởng hoa hồng đại lý.

Cộng tác viên: là những người có thỏa thuận với doanh nghiệp để bán hàng cho doanh nghiệp trên thị trường. Lực lượng này không thuộc quân số nhân viên bán hàng của doanh nghiệp và hưởng hoa hồng hoặc chiết khấu khi bán hàng.

- Trong nhiều trường hợp có thể kết hợp đồng thời cả hai lực lượng này để hiệu quả hơn.

c) Các tiêu chuẩn cơ bản của người bán hàng

Tiêu chuẩn đạo đức: Hiểu biết về đạo lý làm người, đạo đức công dân và đạo đức nghề nghiệp. Thực hiện tốt các nguyên tắc đạo đức: Động cơ làm việc đúng đắn, kỷ luật tự giác, trung thực thẳng thắn, đáng tin cậy, tận tâm có trách nhiệm trong công việc.

Tiêu chuẩn tri thức khoa học kỹ thuật: Trình độ học vấn phù hợp với công việc, có kiến thức chuyên môn trong lĩnh vực bán hàng, kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ, tin học...

Tiêu chuẩn thể chất: Có sức khỏe, ngoại hình phong cách, chất giọng, trí nhớ tốt.

Tiêu chuẩn tâm lý: Sự nhiệt tình, tự tin, lòng kiên trì, biết lắng nghe, tự chủ và mềm dẻo.

d) Yêu cầu về kiến thức

Hiểu biết về khách hàng: Để đảm bảo cho việc thiết lập quy trình bán hàng hợp lý nhất và đề biết cách ứng xử và thỏa mãn khách hàng một cách tốt nhất.

Những hiểu biết về khách hàng bao gồm: Số lượng khách hàng, loại hình và đặc điểm khách hàng, quy mô nhu cầu của khách hàng, thành phần khách hàng, đối tượng mua sắm, khi nào khách hàng mua...

Hiểu biết về công ty: Để giúp người bán hàng trả lời được các câu hỏi của khách hàng liên quan đến công ty.

Những hiểu biết về công ty bao gồm: Thông tin chung về công ty, lịch sử hình thành và phát triển công ty, năng lực công ty, thành tích của công ty...

Hiểu về sản phẩm: Để biết cách giới thiệu về sản phẩm, tạo lòng tin cho khách hàng, dễ dàng kích thích động cơ mua hàng của khách hàng, trả lời được các phản nản, phản bác của khách hàng.

Những hiểu biết về sản phẩm bao gồm: Quá trình phát triển của sản phẩm, quy trình chế tạo kiểm tra chất lượng sản phẩm, cách sử dụng, các chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật của sản phẩm, giá cả và việc giao hàng.

Hiểu biết về đối thủ cạnh tranh: Giúp người bán hàng tự tin hơn khi giới thiệu hàng hóa của mình, trả lời các câu hỏi về ưu điểm của sản phẩm của mình.

Các hiểu biết về đối thủ cạnh tranh bao gồm: Ai là đối thủ cạnh tranh của công ty? Các chiến lược và mục tiêu của đối thủ? Điểm mạnh và điểm yếu của đối thủ?

- **Kỹ thuật bán hàng**

- a. Các kỹ thuật cơ bản sử dụng khi bán hàng**

Nói câu lợi ích: Khách hàng không mua chính sản phẩm mà họ mua lợi ích từ sản phẩm. Trong bán hàng, câu nói lợi ích dùng để trình bày các lợi ích của sản phẩm, đặc biệt là các lợi ích nổi trội của sản phẩm nhằm tác động vào nhận thức của khách hàng để khách hàng có những nhận định và hành vi có lợi cho người bán.

Thuyết phục: là một chuỗi các hoạt động mà chúng ta sử dụng để tác động vào đối tượng nhằm thay đổi thái độ, quan điểm, niềm tin của đối tượng về một vấn đề, ý kiến mới mà chúng ta đưa ra, từ đó thúc đẩy họ có những hành động mà chúng ta mong đợi. Người bán hàng sẽ không bán được hàng nếu không biết cách thuyết phục khách hàng.

Từ chối khách hàng: thông thường khi tiếp nhận lời từ chối thì khách hàng dễ thất vọng. Đặc biệt trong trường hợp thị trường cạnh tranh, khách hàng thường khó chịu và chuyển sang các đối thủ cạnh tranh.

Xử lý phản đối: Phản đối là một điều thường xảy ra trong bán hàng. Khi một người mua hàng cho dù có hài lòng về sản phẩm vẫn muốn tìm ra những lí do để chê bai, do vậy người bán hàng cần xác định rằng sự phản đối của người mua là hết sức bình thường và thêm nữa, thông qua sự phản đối của người mua, người bán có cơ hội nhận thêm thông tin và nhận định được cách giao tiếp hiệu quả hơn với người mua.

Thuyết trình bán hàng: thuyết trình là một hoạt động giao tiếp, trong đó nhấn mạnh vấn đề truyền đạt thông tin. Thuyết trình có những đặc trưng khác so với trình bày. Trình bày được hiểu như là một quá trình truyền đạt thông tin một cách chi tiết và trực tiếp, ở phạm vi nhỏ với phạm vi diễn đạt ngắn, đối

tượng trình bày chỉ một hoặc một số ít người. Thuyết trình mang nghĩa rộng hơn, nội dung thuyết trình bao gồm nhiều vấn đề theo một chủ đề nhất định, đối tượng thuyết trình đa dạng bao gồm nhiều người.

b. Quy trình bán hàng

Bán hàng trực tiếp tại địa điểm của khách hàng, các bước bán hàng chia làm 3 giai đoạn cụ thể: giai đoạn trước khi tiếp xúc, giai đoạn trong khi tiếp xúc, giai đoạn sau khi tiếp xúc với khách hàng.

Bán hàng trực tiếp tại cửa hàng: khách hàng có nhu cầu và tự tìm đến cửa hàng để mua. Quy trình bán hàng tại cửa hàng gồm các bước cơ bản sau:

Bước 1: Chào đón khách hàng và gây ấn tượng đầu tiên: Những ấn tượng ban đầu khi tiếp xúc có tác động lớn đến tâm trạng và thiện cảm đến khách hàng. Do vậy cần chú ý sao cho gây được ấn tượng đầu tiên tốt với khách hàng chẳng hạn: một nụ cười, một ánh mắt thân thiện hay một cái bắt tay tin tưởng.

Bước 2: Khám phá nhu cầu của khách hàng: Khách hàng đến cửa hàng nói chung có thể tự bộc lộ nhu cầu của mình hoặc người bán hàng phải khám phá ra nhu cầu tiềm ẩn của họ bằng cách sử dụng các phương pháp khác nhau để thu thập thông tin từ phía khách hàng như: phương pháp đặt câu hỏi hay phương pháp quan sát.

Bước 3: Trình bày lợi ích của sản phẩm: Việc trình bày lợi ích của sản phẩm sẽ làm cho khách hàng tin tưởng vào sản phẩm hoặc dịch vụ hơn và sẽ thích dùng hơn.

Bước 4: Thương lượng với những lời từ chối: Khi khách hàng từ chối, người bán hàng nên quan niệm đây là một khả năng tìm hiểu để biết thêm mong muốn và nguyện vọng của khách hàng. Từ đó, tìm ra những phương pháp và chính sách phù hợp để thương lượng với khách hàng.

Bước 5: Kết thúc bán: Khi kết thúc bán, người bán cần đặt lợi ích của người mua lên trên lợi ích của người bán, khi khách hàng đã đồng ý mua hàng, người bán không cần nói thêm nhiều hoặc tỏ ra sung sướng, cũng không nên thất vọng, khó chịu khi chưa kết thúc bán, phải làm sao cho khách hàng có thiện cảm và có lòng tin.

- **Giá bán và cơ cấu mặt hàng bán**

Giá bán là một trong những nhân tố quan trọng, nó tác động trực tiếp đến tiêu thụ hàng hóa là nhân tố tác động trực tiếp đến lượng cung, cầu tiêu thụ, do đó xác định giá đúng hướng sẽ tiêu thụ và thu lợi nhuận đồng thời tránh khỏi tồn kho hàng hóa, tránh được thua lỗ có thể xảy ra.

Cơ cấu mặt hàng luôn là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến tiêu thụ. Doanh nghiệp cần phải đặt câu hỏi bán cái gì? Bán cho ai? Và bán như thế nào. Việc có cơ cấu mặt hàng hợp lý và có chính sách mặt hàng đúng sẽ đảm bảo cho tiêu thụ hàng hóa nhanh chóng tránh hàng hóa tồn đọng ảnh hưởng đến nhiều khâu khác trong bán hàng.

- **Phương thức thanh toán**

Phương thức thanh toán nhanh gọn đảm bảo an toàn chắc chắn sẽ thu hút được nhiều khách hàng. Ngược lại những quy định về thanh toán rườm rà, qua nhiều khâu trung gian sẽ gây ức chế tâm lý cho khách hàng. Vì vậy, các doanh nghiệp sẽ phải áp dụng những phương thức thanh toán phù hợp thuận lợi để thu hút nhiều khách hàng.

- **Tiềm lực về vốn – cơ sở vật chất kĩ thuật công nghệ**

Nguồn vốn là sức mạnh của doanh nghiệp. Do vậy việc huy động nguồn vốn vào trong kinh doanh đều ảnh hưởng đến hoạt động bán hàng. Doanh nghiệp muốn mở rộng hoạt động kinh doanh, tăng khả năng bán hàng thì cần phải đầu tư yếu tố công nghệ vào trong các công việc của doanh nghiệp.

1.1.3.2. Các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp

Đây là những nhân tố gây ra ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh ngoài ý muốn của doanh nghiệp. 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 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.

- **Môi trường ngành**

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

- **Cạnh tranh trong nội bộ ngành**

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

1.2. Giả thuyết nghiên cứu nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh.

1.2.1. Giả thuyết.

Tổng quan nghiên cứu trong và ngoài nước cho thấy các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, thể hiện như sau:

Theo Lý (2011), yếu tố về vốn có ảnh hưởng thuận chiều đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp,

Hay T. Đ. L. V. N. Đ. Trọng (2010) cũng cho rằng ROA của các doanh nghiệp sẽ giảm đi 5,95% khi tổng vốn điều lệ của các doanh nghiệp tăng lên 1 tỷ đồng, tức ảnh hưởng ngược chiều đến hiệu quả hoạt động kinh doanh. thiếu tài sản thế chấp là nguyên nhân khiến cho các doanh nghiệp không vay được hoặc chỉ vay được ít vốn tín dụng từ các ngân hàng thương mại

Danh, Cường, & Quang (2013) “Quan điểm quản trị dựa vào nguồn lực cho rằng các doanh nghiệp có các nguồn lực và một tập hợp các tài nguyên độc đáo, hiếm, có giá trị và không dễ thay thế hay có thể bắt chước được, cho phép họ đạt được lợi thế cạnh tranh bền vững” (Danh; Cường & Quang, 2013)

Barney (1991) lại cho rằng “các nguồn lực có thể là tài chính, con người, tài sản vô hình, thể chất, tổ chức, hoặc công nghệ.” Lý thuyết quản trị dựa vào nguồn lực còn nhấn mạnh rằng không chỉ các nguồn lực tạo ra một lợi thế cạnh tranh bền vững mà còn phụ thuộc vào việc sử dụng các nguồn lực đó như thế nào. Các nghiên cứu có xu hướng tìm mối quan hệ với hiệu quả tài chính trong các doanh nghiệp, cho thấy tầm quan trọng của các yếu tố thuộc về nguồn lực tổ chức là phức tạp. Quản lý nguồn nhân sự (HRM) cho phép tạo ra một lực lượng lao động giúp một tổ chức đạt được mục tiêu và nhiệm vụ của mình. (Barney, 1991)

Theo nghiên cứu của Manukaji et al. (2019) “hiệu quả hoạt động của công ty được nâng cao đáng kể nhờ thù lao nhân viên và chi phí đào tạo. Sử dụng nhiều kỹ thuật khác nhau”

Ezejiofor et al. (2017) và Olowolaju & Oluwasesin (2016) phát hiện ra rằng “việc tăng lương cho nhân viên và quỹ hưu trí ảnh hưởng đáng kể đến lợi nhuận của tổ chức.”

Nghiên cứu Lý (2011) cho rằng “các nhân tố thuộc về năng lực nội tại của doanh nghiệp bao gồm Thông tin thị trường, Tiếp thị, Trình độ lao động, Trang thiết bị có ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.”

Tầm quan trọng của định hướng thị trường được thể hiện rõ bởi Sin và cộng sự “Sự tồn tại lâu dài của một doanh nghiệp trong một môi trường cạnh tranh ngày càng phụ thuộc vào khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách hiệu quả” (Sin, Alan, Heung, & Yim (2005).

Tuy nhiên, Tse, Sin, Yim, & Heung (2005) đưa ra một kết quả thú vị, đó là “định hướng thị trường không phải là một ưu tiên trong chiến lược của doanh nghiệp trong giai đoạn thịnh vượng”

Còn Au & Tse (1995) đã kiểm tra là “trong thời kỳ suy thoái kinh tế thì định hướng thị trường sẽ trở thành yếu tố quyết định sự tồn tại và lợi nhuận của doanh nghiệp.”

Hiện nay, công nghệ thông tin (CNTT) đang hiện diện và đóng vai trò quan trọng không thể thiếu trong quá trình quản trị, điều hành các hoạt động sản xuất kinh doanh của mỗi doanh nghiệp. Tại các doanh nghiệp, các nguồn lực đáng kể đã và đang tiếp tục được đầu tư vào CNTT. Phần lớn khoản đầu tư này được thực hiện trên cơ sở giả định lợi nhuận sẽ có và CNTT làm tăng hiệu suất và HQHĐKD thông qua lợi nhuận trên vốn (ROA) và lợi nhuận trên tài sản (ROI) (Bagheri, Hamid, Rezaei, & Mardani (2012)

Theo Bunei (2013), CNTT có tác động tích cực đến hiệu quả tài chính, các tác giả cũng đưa ra mô hình nghiên cứu với các biến thuộc CNTT ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động tài chính là: Tích hợp hệ thống, Khả năng kết nối mạng, Cơ sở dữ liệu, hiệu quả tài chính trong mô hình được đo bằng lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) và lợi nhuận trên vốn (ROI).

Dựa vào các nghiên cứu ở trên, chúng ta có các nhóm yếu tố tác động đến hiệu quả hoạt động kinh doanh như sau:

Nhóm Yếu Tố Về Vốn:

Vốn điều lệ: Theo Lý (2011), tăng vốn có thể tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Nhóm Yếu Tố Về Tài Chính Nhân Sự:

Lương và quỹ hưu trí: Ezejiofor et al. (2017) và Olowolaju & Oluwasesin (2016) đã thấy rằng tăng lương cho nhân viên và quỹ hưu trí có ảnh hưởng đáng kể đến lợi nhuận của tổ chức.

Thù lao nhân viên và chi phí đào tạo: Manukaji et al. (2019) đã nêu rõ rằng việc thưởng lao nhân viên và chi phí đào tạo có thể nâng cao hiệu quả hoạt động.

Nhóm Yếu Tố Nguồn Lực Tổ Chức:

Nguồn lực và tài nguyên độc đáo: Theo Danh, Cường, & Quang (2013), các doanh nghiệp sở hữu các nguồn lực và tài nguyên độc đáo, hiếm, và không dễ thay thế có thể đạt được lợi thế cạnh tranh bền vững.

Quản lý nguồn nhân sự (HRM): Barney (1991) nhấn mạnh rằng quản lý nguồn nhân sự cho phép tạo ra lực lượng lao động giúp tổ chức đạt được mục tiêu và nhiệm vụ của mình.

Nhóm Yếu Tố Thị Trường và Khách Hàng:

Định hướng thị trường: Sin et al. (2005) cho rằng sự tồn tại lâu dài của một doanh nghiệp phụ thuộc vào khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Suy thoái kinh tế và định hướng thị trường: Au & Tse (1995) đã chỉ ra rằng trong thời kỳ suy thoái kinh tế, định hướng thị trường có thể trở thành yếu tố quyết định sự tồn tại và lợi nhuận của doanh nghiệp.

Nhóm Yếu Tố Công Nghệ:

Công nghệ thông tin (CNTT): CNTT đang đóng vai trò quan trọng trong quản trị và điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh. Nghiên cứu của Bagheri et al. (2012) và Brunei (2013) cho thấy CNTT có thể tác động tích cực đến hiệu quả tài chính, và các biến liên quan đến CNTT như tích hợp hệ thống, khả năng kết nối mạng, cơ sở dữ liệu có thể ảnh hưởng đến lợi nhuận và hiệu suất tài chính.

Nhóm các yếu tố này giúp chúng ta hiểu rõ hơn về những khía cạnh khác nhau mà các doanh nghiệp phải xem xét để cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh của họ. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng mối quan hệ giữa các yếu tố này có thể phức tạp và thay đổi theo thời gian và ngữ cảnh cụ thể của mỗi doanh nghiệp.

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Chương 1 của nghiên cứu này đề cập đến cơ sở lý luận về việc nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Vật tư - Xăng dầu (COMECO). Chương này xem xét các lý thuyết và khái niệm cơ bản về kinh doanh và quản lý, đặc biệt là trong ngành xăng dầu. Xem xét các khía cạnh quan trọng của môi trường kinh doanh, bao gồm các yếu tố bên trong và bên ngoài của doanh nghiệp. Nó tập trung vào việc hiểu rõ về môi trường kinh doanh đang hoạt động của COMECO và các thách thức mà công ty đang phải đối mặt. Bằng cách làm như vậy, chương này cung cấp một cơ sở vững chắc để phân tích và đề xuất giải pháp để nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty trong các chương sau.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN VẬT TƯ – XĂNG DẦU COMECO

2.1. Giới thiệu chung về Công ty Cổ phần vật tư – xăng dầu

2.1.1. Sơ lược về công ty.

2.1.1.1. Thông tin công ty

Tên công ty : Công ty Cổ phần Vật tư – Xăng dầu

Tên tiếng anh: Materials Petroleum Joint Stock Company

Tên viết tắt : COMECO

Người đại diện pháp lý : Lê Tấn Tương – Chức vụ : Tổng giám đốc

Địa chỉ trụ sở chính : Tòa nhà COMECO, Số 549 Điện Biên Phủ, Phường 3, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh

Số điện thoại : (84-28) 38321111 - 38302222 - 38303222 – 38306222

Fax : 028 3832 5555

Website : www.COMECO.vn

Ngày thành lập : 13/12/1975

Sản phẩm – Dịch vụ : Xăng dầu – dầu nhờn, trụ bơm, rửa xe, cung cấp nhiên liệu, xây dựng dân dụng và công nghiệp, cho thuê văn phòng – mặt bằng – kho bãi.

2.1.1.2. Lịch sử hình thành

Công ty Cổ phần Vật tư - Xăng dầu (COMECO) được thành lập vào ngày 13/12/1975 với tên tiền thân là Phòng Quản lý Xăng dầu – thuộc Sở Giao thông Vận tải Thành phố.

Sau 30/4/1975, sở GTVT Tp.HCM tiếp nhận hệ thống vận tải của Nha lộ vận chế độ cũ trên 5.000 phương tiện vận tải hàng hóa và khách hàng khác loại. Từ đó, Sở GTVT đã thành lập Phòng Quản lý Xăng dầu để quản lý các trạm xăng và phân phối nhiên liệu cho các phương tiện vận tải nói trên.

Qua hơn 47 năm hoạt động đến nay, cùng với quá trình phát triển và yêu cầu nhiệm vụ, trách nhiệm qua từng giai đoạn khác nhau của ngành nên tên của Công ty cũng có sự thay đổi liên tục như sau:

- Ngày 13/12/1975 được thành lập với tên Phòng Quản lý Xăng dầu – Trục thuộc sở GTVT Thành phố Hồ Chí Minh.

- Ngày 14/8/1977, theo Quyết định số 107/TC-GT-TP của Giám đốc Sở Giao thông Vận tải Thành phố Hồ Chí Minh, Phòng Quản lý Xăng dầu được đổi tên thành Xí nghiệp Rửa xe và Cung ứng Xăng Dầu – Trực thuộc sở GTVT Thành phố Hồ Chí Minh.

- Ngày 28/12/1978 đổi tên thành Xí nghiệp Cung ứng Vật tư – Trực thuộc sở GTVT Thành phố Hồ Chí Minh, theo Quyết định spps 08/TCCB-QĐ của Giám đốc Sở Giao thông Vận tải Thành phố Hồ Chí Minh.

- Ngày 28/12/1981, sau 3 năm hoạt động với tên Xí nghiệp Cung ứng Vật tư, một lần nữa Công ty đổi tên thành Xí nghiệp Cung ứng Nhiên liệu – Trực thuộc sở GTVT Thành phố Hồ Chí Minh.

- Công ty Vật tư Thiết bị Giao thông Vận tải (COMECO) – Trực thuộc Sở Giao thông Công chánh Thành phố Hồ Chí Minh được thành lập theo Quyết định số 42/QĐ-UB ngày 26/01/1993 của UBND TP.HCM về việc thành lập Doanh nghiệp Nhà nước Công ty Vật tư Thiết bị Giao thông Vận tải.

- Từ ngày 13/12/2000 chính thức đổi tên thành Công ty Cổ phần Vật tư – Xăng dầu (COMECO) và được sử dụng cho đến nay. Từ tháng 01/2001 đến tháng 9/2004 COMECO Trực thuộc Sở Giao thông Công chánh Thành phố Hồ Chí Minh. Từ tháng 10/2004 đến tháng 02/2010 COMECO là thành viên của Tổng Công ty Cơ khí Giao thông Vận tải Sài Gòn (SAMCO). Từ tháng 3/2010 đến nay COMECO trực thuộc Cơ quan Văn phòng Thành ủy Thành phố Hồ Chí Minh.

2.1.1.3. Giá trị cốt lõi

Tháng 8/2008, ban hành Giá Trị Cốt Lõi của COMECO gồm 12 thành tố:

❖ HOÀI BẢO

- COMECO - Thương hiệu của chất lượng dịch vụ.

❖ TÂM NHÌN

- Số 1 về chất lượng dịch vụ trong kinh doanh hóa dầu tại Việt Nam (trực chính là xăng dầu).

❖ SỨ MỆNH

- Đổi mới phong cách phục vụ trong lĩnh vực hóa dầu (trực chính là xăng dầu).

❖ **BẢN SẮC VĂN HÓA**

- Bản sắc nhân văn - đề cao giá trị đạo đức truyền thống.

❖ **SLOGAN**

COMECO vì khách hàng phục vụ

❖ **LOGO**

- Giọt dầu làm biểu tượng;

- Màu cam, thể hiện sự sôi nổi, hưng phấn, sáng tạo trong công việc;

- COMECO = COME + CO (COME nghĩa là đến, CO nghĩa là công ty) – mời gọi mọi người;



Hình 2.1: Logo COMECO

Nguồn: Internet, 2023

- COMECO được đặt trên nền màu cam, trung tâm là hình chiếc chìa khóa, thể hiện sức mạnh, trí tuệ với tấm lòng rộng mở, sẵn sàng hợp tác cùng phát triển;

- Khung hình vuông biểu thị cho sự phát triển bền vững.

❖ **TRIẾT LÝ KINH DOANH**

- Đại gia đình COMECO - Tất cả vì sự hài lòng của mọi người, vì mục tiêu chung.

❖ **THÁI ĐỘ VỚI KHÁCH HÀNG VÀ ĐỐI TÁC**

- Chuyên nghiệp - Hợp tác - Win win.

❖ **THÁI ĐỘ ĐỐI VỚI CÔNG VIỆC**

- Trách nhiệm - Sáng tạo - Hiệu quả.

❖ **THÁI ĐỘ ĐỐI VỚI ĐỒNG NGHIỆP**

- Tôn trọng - Công bằng - Chia sẻ.

❖ **THÁI ĐỘ ĐỐI VỚI CỔ ĐÔNG VÀ NHÀ ĐẦU TƯ**

- Tin cậy - Công khai - Minh bạch.

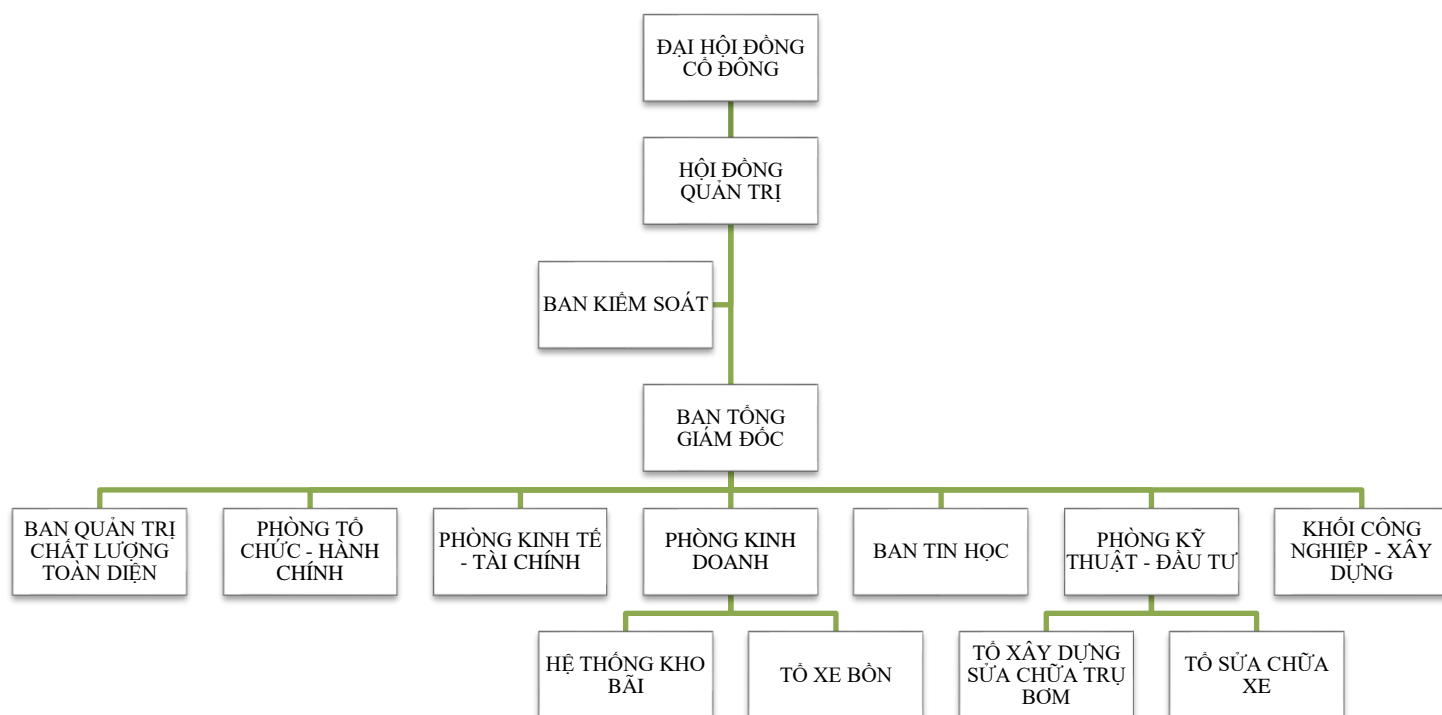
❖ **THÁI ĐỘ ĐỐI VỚI CỘNG ĐỒNG VÀ XÃ HỘI**

- Bảo vệ sức khỏe - Gìn giữ môi trường - Hòa hợp cộng đồng.

2.1.2. Tổ chức quản lý tại đơn vị:

2.1.2.1. Sơ đồ tổ chức và các phòng ban.

- ❖ Sơ đồ tổ chức của Công ty COMECO



Sơ đồ 1.1: Sơ đồ Tổ chức COMECO

Nguồn: báo cáo thường niên, 2022

– Sơ đồ tổ chức của Công ty được bố trí theo dọc chức năng như: Hội đồng Quản trị công ty trên cơ sở đồng thuận hoạch định chiến lược kinh doanh và giao Ban Tổng Giám đốc trực tiếp chỉ đạo các phòng ban triển khai hoạt động, đồng thời là sự giám sát của Ban kiểm soát nhằm kiểm soát mọi tình hình hoạt động của công ty báo cáo trước cổ đông.

- Phòng kinh doanh trực tiếp theo dõi chỉ đạo hệ thống Chi nhánh Cửa hàng xăng dầu, cửa hàng vật tư và đội xe bồn.

2.1.2.2. Chức năng của các phòng ban trong công ty

❖ Chức năng và nhiệm vụ các phòng ban:

• Ban Tổng Giám đốc:

1. Chức năng:

- Lãnh đạo, điều hành và giám sát toàn bộ hoạt động kinh doanh của công ty

- Phân công, chỉ đạo công tác cho các phòng ban trên cơ sở kế hoạch

2. Nhiệm vụ:

- Lập kế hoạch tổng thể, nghiên cứu các chiến lược phát triển công ty.

- Thúc đẩy sản xuất kinh doanh bằng các công cụ quản lý.

• Ban kiểm soát:

1. Chức năng:

- Tiến hành đánh giá, kiểm tra và rà soát hiệu lực, hiệu quả của hệ thống kiểm toán, quản trị rủi ro và cảnh báo sớm của công ty.

- Kiểm tra tính nhất quán, hệ thống và phù hợp trong việc thống kê, lập báo cáo tài chính, thực hiện nhiệm vụ kế toán của công ty.

- Kiểm tra mức độ cẩn trọng, hợp lý, hợp pháp trong điều hành, quản lý hoạt động kinh doanh.

2. Nhiệm vụ:

- Kiểm tra các hoạt động của tổ chức hoặc hệ thống để đảm bảo tuân thủ quy định, quy chế, và tiêu chuẩn chất lượng.

- Thẩm định tính đầy đủ, hợp pháp và trung thực của báo cáo tài chính, báo cáo tình hình kinh doanh 06 tháng, hàng năm của công ty và trình báo cáo thẩm định tại cuộc họp thường niên

• Ban Quản trị Chất lượng toàn diện:

1. Chức năng:

- Thiết lập, thực hiện, duy trì Hệ thống Quản trị chất lượng toàn diện

- Thiết lập chính sách, mục tiêu Chất lượng Môi trường an toàn Sức khỏe.

2. Nhiệm vụ:

- Tổ chức soát xét cập nhật, sửa đổi tài liệu, thủ tục cho phù hợp với thực tế trong từng giai đoạn.

- Phối hợp với các đơn vị liên quan chỉ đạo công tác đánh giá chọn lựa các nhà cung ứng, đo lường chất lượng sản phẩm, đo lường sự thỏa mãn khách hàng và xem xét các biện pháp khắc phục phòng ngừa.

- Xem xét cung cấp các nguồn lực cần thiết để đảm bảo hệ thống chất lượng toàn diện hoạt động có hiệu lực và hiệu quả.

- Phòng Tổ chức – Hành chính:

- Chức năng:

- Thực hiện các vấn đề về quản lý nhân sự (tuyển dụng đào tạo) nhằm đáp ứng nhu cầu về nhân sự.

- Tổ chức các hoạt động có liên quan đến nhu cầu về nguồn lực, đào tạo; tổ chức các sự kiện có liên quan quá trình hoạt động công ty.

- Quản lý hệ thống kho bãi, các vấn đề hợp tác kinh doanh.

- Nhiệm vụ:

- Đảm bảo thực hiện chế độ chính sách, định mức lao động, đơn giá tiền lương.

- Xây dựng quy chế hoạt động và tổ chức kiểm tra pháp chế, nội quy lao động.

- Trang bị phương tiện bảo hộ cá nhân và theo dõi thực hiện.

- Phòng Kinh tế - Tài chính:

- Chức năng:

- Tham gia thiết lập mục tiêu, kế hoạch sản xuất, kinh tế tài chính và quản lý tài sản bằng công cụ kế toán, tham mưu ban Tổng Giám đốc về tình hình tài sản, đảm bảo nguồn tài chính đáp ứng nhu cầu kinh doanh.

- Tổ chức hạch toán kế toán theo đúng chế độ kế toán thống kê và chế độ quản lý tài chính của nhà nước.
- Lập các phương án đầu tư theo sự chỉ đạo của Tổng Giám đốc, theo dõi, giám sát và đánh giá hiệu quả thực hiện các dự án.
 - Nhiệm vụ:
 - Tổng hợp báo cáo doanh thu và chi phí tạo cơ sở điều hành giám sát kế hoạch, xây dựng chiến lược của Ban Tổng giám đốc.
 - Phân tích tình hình sản xuất kinh doanh.
 - Đề xuất với Ban Tổng Giám đốc các biện pháp nâng cao hiệu quả sử dụng vốn.
 - Phòng Kinh doanh:
 - Chức năng:
 - Tham gia, thiết lập mục tiêu kế hoạch kinh doanh.
 - Xây dựng chiến lược và kế hoạch phát triển kinh doanh nhiên liệu toàn công ty.
 - Tổ chức quản lý kinh doanh nhiên liệu của công ty đạt hiệu quả.
 - Nhiệm vụ:
 - Quản lý đội xe bồn, cửa hàng vật tư và hệ thống chi nhánh cửa hàng xăng dầu.
 - Xem xét mua hàng và dự trữ; nhập, xuất, tồn hàng hóa; trao đổi thông tin về giá cả, sản phẩm, thị trường tiêu thụ và tìm hiểu sự thỏa mãn khách hàng.
 - Thực hiện đăng ký kinh doanh theo Quy định của nhà nước.
 - Ban tin học
 - Chức năng:
 - Đảm bảo hệ thống công nghệ thông tin của doanh nghiệp hoạt động ổn định, chính xác, từ đó hỗ trợ hoạt động sản xuất, kinh doanh, quản trị,... của doanh nghiệp dễ dàng và hiệu quả
 - Nhiệm vụ:
 - Nghiên cứu, xây dựng định hướng, chiến lược và kế hoạch CNTT

- Chịu trách nhiệm điều hành và quản lý toàn bộ hoạt động CNTT
- Phòng Đầu tư – Xây dựng:
 - Chức năng:
 - Lập kế hoạch đầu tư, xây dựng, sửa chữa cơ sở hạ tầng trong nội bộ công ty, đáp ứng kịp thời các nhu cầu các đơn vị.
 - Kiểm soát nhà cung cấp thi công xây dựng chi nhánh.
 - Nhiệm vụ:
 - Thực hiện các công việc liên quan đến xây dựng cơ bản (kết hợp với các bộ phận chức năng khác trong công ty).
 - Khai thác và thực hiện các dịch vụ xây dựng bên ngoài.
- Phòng Kỹ thuật – Đầu tư:
 - Chức năng:
 - Xây dựng các định mức kỹ thuật phù hợp với điều kiện công ty, các quy trình công nghệ, quy định về an toàn lao động và vệ sinh công nghiệp.
 - Hoạch định chiến lược về phát triển khoa học công nghệ, ứng dụng khoa học công nghệ mới, nâng cấp hoặc thay thế máy móc hiện đại có tính kinh tế cao vào hoạt động sản xuất kinh doanh.
 - Nhiệm vụ:
 - Liên hệ các đối tác trong và ngoài nước để hợp tác về mặt khoa học kỹ thuật.

2.1.3. Những thuận và khó khăn của công ty.

2.1.3.1. Thuận lợi

Hệ thống cửa hàng xăng dầu của COMECO phủ khắp trên địa bàn thành phố và các tỉnh lân cận, các cửa hàng trong thành phố đa số nằm ở những vị trí thuận lợi và được xây dựng từ trước 30/4/1975. Tổng diện tích đất sử dụng của COMECO hiện có là 240.570m² (trong đó có 200.000m² tại Nhơn Trạch tỉnh Đồng Nai) và kho Thủ Đức 12.000m² đang kinh doanh cho thuê.

Về công nghệ, COMECO có những lợi thế sau: hầu hết các cửa hàng của COMECO sử dụng trụ bơm Tatsuno của Nhật, loại trụ bơm này đứng đầu về công nghệ tiên tiến trong khu vực Đông Nam Á và đạt ở mức hiện đại so với thế giới. Bồn chứa của COMECO là loại bồn thép chôn chìm trong đất. Loại bồn này được sử dụng phổ biến trong ngành ở trong nước và khu vực Đông Nam Á. Công nghệ mới trên thế giới hiện đang sử dụng bồn polyme đặc biệt chống cháy, tuy nhiên do giá thành cao nên rất hiếm được sử dụng trong nước.

Toàn bộ đội xe bồn 18 chiếc của công ty sử dụng là xe Kamaz nhập khẩu mới 100%, là một trong những đội xe hiện đại so với các đơn vị trong ngành. Hệ thống vi tính nối mạng truyền số liệu, sử dụng ngôn ngữ lập trình Dosnet nối mạng toàn công ty, hệ quản trị cơ sở dữ liệu Microsoft SQL.

2.1.3.2. Khó khăn

Trong năm qua, thị trường xăng dầu thế giới diễn biến rất phức tạp, nguồn cung không ổn định, giá biến động với biên độ lớn, các công ty lọc dầu trong nước gặp sự cố kỹ thuật phải ngưng để sửa chữa đã ảnh hưởng đến thị trường xăng dầu trong nước nói chung và kinh doanh của COMECO nói riêng.

Mặc dù được hỗ trợ tích cực từ hai cổ đông lớn nhưng vẫn có những thời điểm thiếu hụt nguồn cung, đặc biệt giai đoạn từ tháng 7 - 11/2022. Điều này dẫn đến các cửa hàng xăng dầu của Công ty thiếu cục bộ hàng hóa cung cấp ra thị trường.

Với những khó khăn trên, việc kinh doanh của hai cổ đông lớn Saigon Petro và PV OIL cũng gặp nhiều khó khăn và dẫn tới chiết khấu bán hàng cho COMECO thấp, chiết khấu bán hàng bình quân năm 2022 không đủ để bù đắp chi phí bán hàng.

Ngoài ra, Công ty cũng gặp khó khăn với quy định 10 ngày điều chỉnh giá một lần, nhất là trong tình hình giá xăng dầu có sự biến động mạnh khó lường như thời gian qua.

Mặt khác, Saigon Petro và PV OIL thay đổi chính sách bán hàng, chuyển từ bán lỗ sang bán theo hạn mức hàng ngày nên công tác quản trị hàng tồn kho của Công ty cũng không ít khó khăn...

“Phải nói đây là một năm dị thường. Có những lúc hệ thống phân phối bán lẻ nhận chiết khấu bằng 0, thậm chí âm. Nếu cửa hàng xăng dầu đóng cửa thì sẽ bị rút giấy phép, đặc biệt là trong bối cảnh tại TP.HCM”, ông Nghĩa nói và cho biết thêm COMECO cùng với Petrolimex, PVOIL đều có vốn Nhà nước. Không ai dám đóng cửa, cũng không ai dám rút ngắn thời gian bán hàng của mình, trong khi các cửa hàng tư nhân thì có thể.

Tổng giám đốc COMECO cũng cho rằng, trong suốt 20 năm qua, giá dầu chưa từng biến động mạnh như thế. Trong một ngày, sáng có thể tăng 10%, chiều có thể giảm 5%. Điều này khiến các doanh nghiệp không thay đổi kịp. Hơn nữa, với biến động của các chi phí trong các công thức tính giá cơ sở, các cơ quan quản lý chưa thay đổi kịp. Điều này dẫn tới chi phí tăng cao.

“Chi phí trong công thức tính giá cơ sở quá thấp so với chi phí thực tế, do đó các doanh nghiệp đầu mỗi đều lỗ, dẫn tới chiết khấu bán hàng rất thấp, có lúc 0 đồng, thậm chí có lúc âm”, ông Thương nói.

2.2. Phân tích sơ lược tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty trong giai đoạn từ năm 2020-2022

Bảng báo cáo tài chính hàng năm được tổng hợp với mục đích phản ánh đầy đủ tình hình và kết quả kinh doanh của công ty. Thể hiện rõ toàn bộ giá trị sản phẩm, lao động, dịch vụ mà công ty đạt được trong năm đó, cũng như phần hao phí tương ứng mà công ty bỏ ra để thu về kết quả đó. Sau đây là số liệu sơ lược, tổng hợp tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Vật tư – Xăng dầu COMECO giai đoạn 2020-2022.

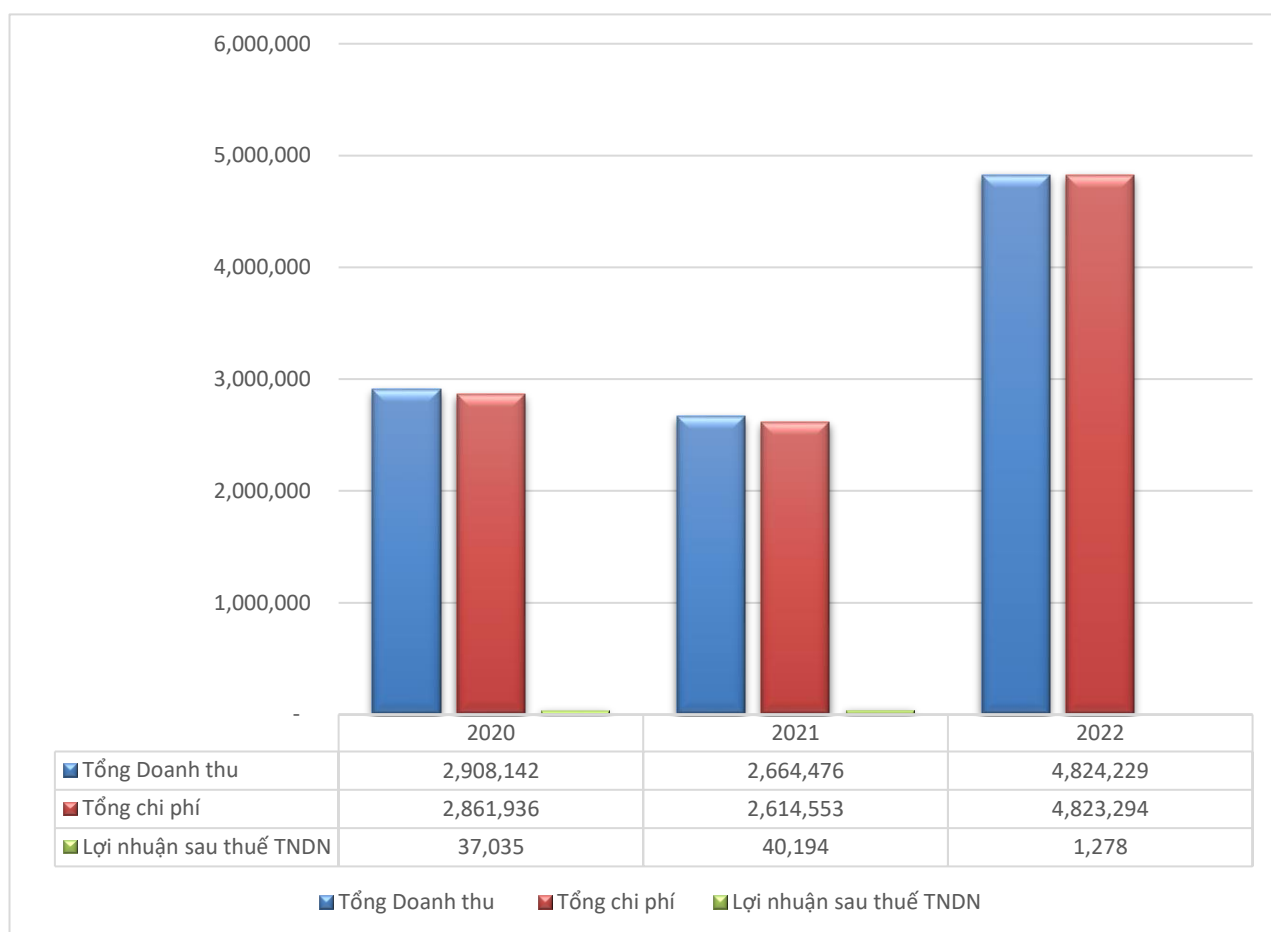
Bảng 1.1: Bảng kết quả hoạt động kinh doanh từ giai đoạn 2020 đến 2022

Đơn vị tính: VNĐ

| Khoản mục | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| Doanh thu thuần hoạt động bán hàng và cung cấp dịch vụ | 2,899,292,092,013 | 2,659,682,105,018 | 4,815,630,390,535 |
| Giá vốn hàng bán | 2,721,440,191,223 | 2,482,573,180,287 | 4,683,228,396,568 |
| Lợi nhuận gộp | 177,851,900,790 | 177,108,924,731 | 132,401,993,967 |
| Thu nhập khác | 7,779,678,001 | 3,283,125,478 | 680,286,721 |
| Chi phí bán hàng | 126,357,433,885 | 119,485,431,602 | 121,723,024,289 |
| Chi phí doanh nghiệp | 14,667,615,683 | 13,770,672,295 | 15,760,050,617 |
| Chi phí khác | 152,487,635 | 835,480 | 502,367,021 |
| Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh | 38,579,062,668 | 46,641,233,070 | 757,508,671 |
| Lợi nhuận khác | 7,627,190,366 | 3,282,289,998 | 177,919,700 |
| Lợi nhuận trước thuế | 46,206,253,034 | 49,923,523,068 | 935,428,371 |
| Chi phí nộp thuế TNDANH NGHIỆP hiện hành | 9,544,685,943 | 10,102,987,222 | 30,899,596 |
| Chi phí thuế TNDANH NGHIỆP hoàn lãi | (373,965,924) | (373,965,924) | (373,965,924) |
| Lợi nhuận sau thuế TNDANH NGHIỆP | 37,035,533,015 | 40,194,501,770 | 1,278,494,699 |
| Tốc độ tăng/giảm lợi nhuận sau thuế TNDANH NGHIỆP | -27.38% | 8.54% | -3088.31% |

Nguồn: Phòng tài chính, 2023

Biểu đồ số 2.1: Biểu đồ biểu diễn doanh thu, chi phí và lợi nhuận của Công ty cổ phần vật tư – xăng dầu COMECO giai đoạn 2020 - 2022



Nguồn: Tác giả tự tổng hợp, 2023

Nhìn vào bảng kết quả hoạt động kinh doanh của 3 năm. Ta có thể thấy được chỉ có năm 2021 là có doanh thu ổn định và lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp cao nhất và cũng là năm duy nhất có tốc độ tăng/giảm lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp đạt kết quả dương so với hai năm 2020, 2022. Đặc biệt là năm 2022 có doanh thu lớn nhất so với 2 năm còn lại nhưng cũng là năm đạt lợi nhuận sau thuế thấp nhất và tốc độ tăng/giảm lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp giảm gấp 31 lần so với cùng kỳ năm trước

Bởi vì kinh tế - xã hội năm 2022 của nước ta diễn ra trong bối cảnh kinh tế thế giới gặp nhiều khó khăn khi xung đột quân sự giữa Nga và Ukraine kéo dài, lạm phát duy trì ở mức cao, xu hướng tăng lãi suất. Cũng

chính vì vậy năm 2022 là năm “đi biệt” của thị trường xăng dầu do ảnh hưởng của tình hình chính trị thế giới, chi phí kinh doanh xăng dầu tăng vọt nhưng không được điều chỉnh kịp thời và giá cơ sở dẫn đến nguồn hàng khan hiếm. Từ những khó khăn trên, việc kinh doanh của những doanh nghiệp xăng dầu đều gặp nhiều khó khăn dẫn đến chiết khấu bán hàng cho Công ty thấp. Chiết khấu bán hàng trung bình năm 2022 khoảng 461 đồng/lít, không đạt được theo kế hoạch dự kiến 1,000 đồng/lít và không đủ để bù đắp chi phí bán hàng 659 đồng/lít.

Tuy nhiên, so với các doanh nghiệp xăng dầu khác thì việc kinh doanh của công ty COMECO vẫn đạt kết quả tốt, lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp vẫn đạt số dương. Đó là một kết quả khả quan so với những doanh nghiệp xăng dầu khác.

2.3. Phân tích hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty trong giai đoạn 2020-2022

2.3.1. Phân tích tình hình doanh thu.

Các hoạt động đem lại doanh thu cho Công ty Cổ phần vật tư – xăng dầu COMECO 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. Số liệu được thể hiện cụ thể trong bảng sau đây:

Bảng 2.2: Doanh thu theo từng hoạt động của công ty (2020 – 2022)

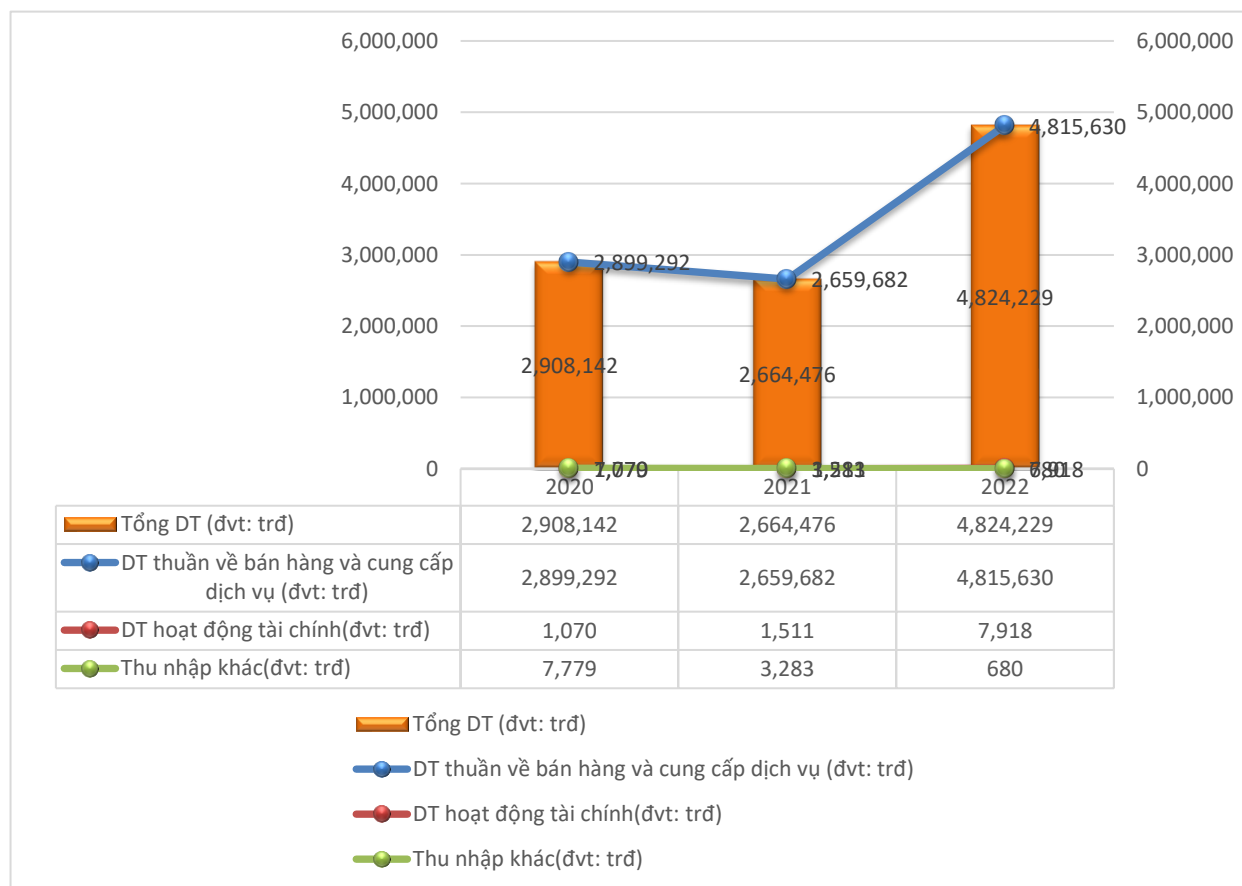
Đvt: vnd

| Chỉ tiêu | Năm | | | 21/20 (%) tăng/ giảm | 22/21 (%) tăng/ giảm |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------|----------------------------|
| | 2020 | 2021 | 2022 | | |
| Doanh thu bán hàng, cung cấp dịch vụ | 2,900,020, 881,710 | 2,660,299, 645,974 | 4,815,945 ,175,081 | -8.26 | 81.03 |
| Các khoản giảm trừ | 728,789,6 97 | 617,540,9 56 | 314,784,5 46 | - 15.26 | -49.02 |

| doanh thu | | | | | |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------|--------|
| DT thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ | 2,899,292,092,013 | 2,659,682,105,018 | 4,815,630,390,535 | -9.3 | 81.06 |
| DT hoạt động tài chính | 1,070,931,480 | 1,511,350,808 | 7,918,647,840 | 41.12 | 423.94 |
| Thu nhập khác | 7,779,678,001 | 3,283,125,478 | 680,286,721 | -57.8 | -79.3 |
| Tổng DT | 2,908,142,701,494 | 2,664,476,581,304 | 4,824,229,325,096 | -8.38 | 81.05 |

Nguồn: Phòng tài chính, 2023

Biểu đồ số 2.2: Biểu đồ biểu diễn các chỉ số doanh thu của Công ty cổ phần vật tư – xăng dầu COMECO giai đoạn 2020 - 2022



Nguồn: Tác giả tự tổng hợp, 2023

Trong giai đoạn 2020-2021, công ty có phát sinh các khoản giảm trừ doanh thu nhưng nó chỉ chiếm một phần nhỏ nên doanh thu hoạt động bán hàng và cung cấp dịch sẽ gần bằng với doanh thu thuần, cộng thêm các chi tiêu doanh thu hoạt động tài chính và thu nhập khác, ta thấy được tổng doanh thu các năm của công ty phần lớn là doanh thu từ việc thanh lý các hợp đồng vận tải và cung cấp vật tư.

Doanh thu là một chỉ số quan trọng cho sự phát triển và hiệu suất kinh doanh của công ty. Tổng doanh thu đã trải qua một sự biến động từ năm 2020 đến năm 2022.

Từ năm 2020 đến năm 2021, tổng doanh thu giảm 8.38%, từ 2,908,142,701,494 đến 2,664,476,581,304. Điều này có thể cho thấy một khía cạnh không khả quan trong hoạt động kinh doanh trong năm 2020-2021, bởi vì năm đó là năm đại dịch Covid đang bùng phát nên mọi người tránh ra đường để an toàn cho bản thân và gia đình cũng chính vì vậy làm cho nhu cầu đi lại giảm đáng kể ít người sử dụng phương tiện dẫn đến nguồn tiêu thụ xăng dầu giảm mạnh ảnh hưởng rất lớn đến doanh thu. Đó là lý do vì sao doanh thu từ năm 2020 -2021 lại giảm.

Tuy nhiên, từ năm 2021 đến năm 2022, tổng doanh thu tăng mạnh 81.05%, từ 2,664,476,581,304 lên 4,824,229,325,096 đồng. Nhưng lợi nhuận sau thuế của Công ty trong năm 2022 chỉ đạt 1,3 tỷ đồng, giảm hơn 96 % so với cùng kỳ, dù doanh thu thuần tăng 81%.

Sự biến động mạnh mẽ này trong tổng doanh thu có thể được giải thích bằng việc xem xét các yếu tố khác nhau như sự thay đổi trong các sản phẩm và dịch vụ, sự thay đổi trong chiến lược kinh doanh, các yếu tố kinh tế toàn cầu và nội địa, cũng như nhiều yếu tố khác có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của công ty.

Qua đó, việc phân tích tổng doanh thu cung cấp một cái nhìn tổng quan về sự biến động của hoạt động kinh doanh của công ty và có thể là một phần trong quá trình đánh giá hiệu suất và tiềm năng phát triển của công ty trong tương lai.

Vì vậy, để có một cái nhìn toàn diện hơn về hiệu suất kinh doanh của công ty, cần xem xét không chỉ tổng doanh thu mà còn các chỉ số khác như, chi phí, lợi nhuận, các chỉ số tài chính chung của công ty.

2.3.2. Phân tích chi phí

Sau khi phân tích doanh thu, tiếp đến sẽ xem xét các khoản chi tiêu của công ty được thể hiện ở bảng dưới đây:

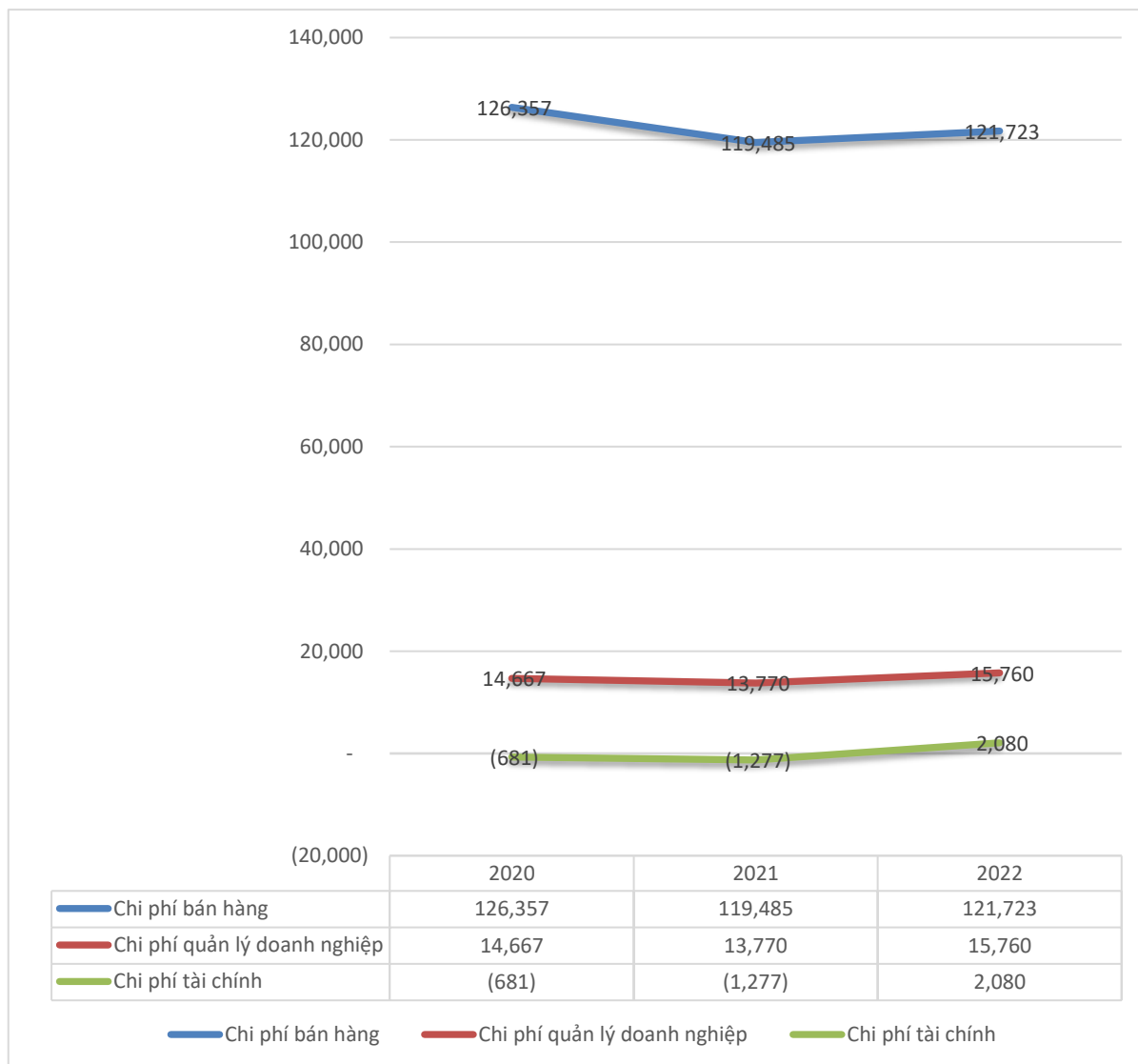
Bảng 2.3: Chi phí theo từng hoạt động của công ty theo năm 2020 -2022

đvt: VNĐ

| Chỉ tiêu | Năm | | | 21/20 (%) tăng/ giảm | 22/21 (%) tăng/ giảm |
|-------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------|----------------------------|
| | 2020 | 2021 | 2022 | | |
| Giá vốn hàng bán | 2,721,4 40,191,223 | 2,482, 573,180,287 | 4,683, 228,396,568 | - 8.78 | 88.6 4 |
| Chi phí bán hàng | 126,35 7,433,885 | 119,48 5,431,602 | 121,72 3,024,289 | - 5.44 | 1.87 |
| Chi phí quản lý doanh nghiệp | 14,667, 615,683 | 13,770 ,672,295 | 15,760 ,050,617 | - 6.12 | 14.4 5 |
| Chi phí khác | 152,487,635 | 835,480 | 502,367,021 | - 99.45 | 600 29.15 |
| Chi phí tài chính | (681,2 79,966) | (1,277, 061,428) | 2,080, 258,230 | 87.4 5 | 262. 89 |
| Tổng Chi phí | 2,861,9 36,448,460 | 2,614, 553,058,236 | 4,823, 294,096,725 | - 8.64 | 84.4 8 |

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp - phòng tài chính, 2023

Biểu đồ số 2.3: Biểu đồ biểu diễn các chỉ số chi phí của Công ty cổ phần vật tư – xăng dầu COMECO giai đoạn 2020 – 2022



Nguồn: Tác giả tự tổng hợp, 2023

Trong giai đoạn từ năm 2020 đến năm 2022, tổng chi phí của công ty đã trải qua sự biến động đáng kể từ năm 2021 - 2022. Năm 2020, tổng chi phí là 2,861,936,448,460 đồng, và đã giảm xuống còn 2,614,553,058,236 đồng vào năm 2021. Tuy nhiên, năm 2022, tổng chi phí đã tăng lên mức 4,823,294,096,725 đồng, tăng 84.48% so với năm trước đó.

Trong tổng chi phí, có một số khoản chi phí cụ thể cũng đã trải qua sự biến động. Giá vốn hàng bán là khoản chi phí lớn nhất, tăng từ 2,721,440,191,223 đồng vào năm 2020 lên 2,482,573,180,287 đồng vào năm

2021, và tăng đột biến lên 4,683,228,396,568 đồng vào năm 2022, tăng 88.64% so với năm trước đó.

Chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp cũng đã có sự biến động. Chi phí bán hàng đã giảm từ 126,357,433,885 đồng vào năm 2020 xuống còn 119,485,431,602 đồng vào năm 2021, và tăng nhẹ lên 121,723,024,289 đồng vào năm 2022. Chi phí quản lý doanh nghiệp cũng giảm từ 14,667,615,683 đồng vào năm 2020 xuống còn 13,770,672,295 đồng vào năm 2021, nhưng lại tăng lên 15,760,050,617 đồng vào năm 2022.

Có một khoản chi phí khác nhỏ cũng có sự biến động đáng kể, từ 152,487,635 đồng vào năm 2020 xuống còn 835,480 đồng vào năm 2021, và tăng mạnh lên 502,367,021 đồng vào năm 2022.

Tuy nhiên, khoản chi phí tài chính đã trải qua biến động mạnh nhất. Năm 2020, khoản này là (681,279,966) đồng, tức là công ty có lợi nhuận từ hoạt động tài chính. Nhưng vào năm 2021, chi phí tài chính tăng lên (1,277,061,428) đồng, tức là công ty ghi nhận mất tiền từ hoạt động tài chính. Điều đáng chú ý là vào năm 2022, khoản chi phí tài chính lại tăng mạnh lên 2,080,258,230 đồng.

2.3.3. Phân tích lợi nhuận

Sau khi phân tích chi phí, tiếp đến sẽ xem xét các lợi nhuận của công ty được thể hiện ở bảng dưới đây:

Bảng 2.4: Lợi nhuận theo từng hoạt động của công ty trong 3 năm 2020 – 2022:

Đvt: VNĐ

| Chỉ tiêu | Năm | | | 21/20 | 22/21 |
|-------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------|-------------------|
| | 2020 | 2021 | 2022 | (%) tăng/ giảm | (%) tăng/ giảm |
| Lợi nhuận gộp | 177,8 51,900,790 | 177,1 08,924,731 | 132,4 01,993,967 | - 0.42 | - 25.24 |
| Lợi nhuận từ hoạt động | 38,57 9,062,668 | 46,64 1,233,070 | 757,5 08,671 | 20.9 0 | - 98.38 |

| | | | | | |
|---|----------------|----------------|---------------|--------|--------|
| kinh doanh | | | | | |
| Lợi nhuận khác | 7,627,190,366 | 3,282,289,998 | 177,919,700 | -56.97 | -94.58 |
| Lợi nhuận trước thuế | 46,206,253,034 | 49,923,523,068 | 935,428,371 | 8.04 | -98.13 |
| Lợi nhuận sau thuế TN DOANH NGHIỆP | 37,035,533,015 | 40,194,501,770 | 1,278,494,699 | 8.53 | -96.82 |

Nguồn: tự tổng hợp và tính toán - phòng tài chính, 2023

Dựa vào bảng 2.4 lợi nhuận theo từng hoạt động của công ty COMECO trong 3 năm 2020-2022. Ta có thể thấy được lợi nhuận gộp của công ty trong năm 2020 đạt 177,851,900,790 đồng và giảm nhẹ xuống 177,108,924,731 đồng trong năm 2021. Tuy nhiên, trong năm 2022, lợi nhuận gộp đã giảm mạnh xuống còn 132,401,993,967 đồng, tức là giảm 25.24% so với năm trước đó. Điều này cho thấy công ty gặp khó khăn trong việc duy trì mức lợi nhuận gộp của mình trong giai đoạn này.

Tiếp đến là lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh của công ty đã tăng từ 38,579,062,668 đồng trong năm 2020 lên 46,641,233,070 đồng trong năm 2021, tăng 20.90%. Tuy nhiên, lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh đã giảm đáng kể xuống chỉ còn 757,508,671 đồng trong năm 2022, tức là giảm 98.38% so với năm trước đó. Điều này cho thấy công ty đã gặp rất nhiều khó khăn trong hoạt động kinh doanh của mình trong năm 2022.

Lợi nhuận khác của công ty cũng đã giảm mạnh từ 7,627,190,366 đồng trong năm 2020 xuống chỉ còn 3,282,289,998 đồng trong năm 2021, giảm 56.97%. Trên năm 2022, lợi nhuận khác tiếp tục giảm xuống chỉ còn 177,919,700 đồng, giảm 94.58% so với năm trước đó. Điều này cho thấy các nguồn lợi nhuận khác của công ty đã gặp nhiều khó khăn và suy giảm đáng kể trong giai đoạn này.

Lợi nhuận trước thuế của công ty đã tăng nhẹ từ 46,206,253,034 đồng trong năm 2020 lên 49,923,523,068 đồng trong năm 2021, tăng 8.04%. Tuy nhiên, lợi nhuận trước thuế đã giảm đáng kể xuống chỉ còn 935,428,371 đồng trong năm 2022, tức là giảm 98.13% so với năm trước đó. Điều này cho thấy công ty đang gặp rất nhiều khó khăn trong việc tạo ra lợi nhuận trước khi trừ thuế của mình.

Cuối cùng, lợi nhuận sau thuế thuần từ hoạt động kinh doanh của công ty đã tăng từ 37,035,533,015 đồng trong năm 2020 lên 40,194,501,770 đồng trong năm 2021, tăng 8.53%. Tuy nhiên, lợi nhuận sau thuế đã giảm mạnh xuống chỉ còn 1,278,494,699 đồng trong năm 2022, giảm 96.82% so với năm trước đó. Điều này cho thấy công ty gặp rất nhiều khó khăn trong việc duy trì lợi nhuận sau thuế của mình trong giai đoạn này.

Tổng kết lại, tình hình lợi nhuận của công ty COMECO trong giai đoạn 2020-2022 cho thấy công ty đang gặp rất nhiều khó khăn và suy giảm đáng kể trong các chỉ tiêu lợi nhuận. Lợi nhuận gộp, lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh và lợi nhuận khác đều giảm đáng kể trong năm 2022. Điều này yêu cầu công ty phải xem xét kỹ lưỡng và thực hiện các biện pháp cần thiết để cải thiện hiệu suất kinh doanh và tăng cường lợi nhuận trong tương lai.

2.3.4. Phân tích các chỉ tiêu đánh giá khả năng thanh toán

Bảng 2.5: Khả năng thanh toán hiện hành của công ty giai đoạn 2020 -2022

Đvt: Vnd

| Chỉ tiêu | Năm 2020 | Năm 2021 | Năm 2022 |
|-----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Tài sản NH (1) | 181,358,23 8,723 | 228,016,83 3,488 | 234,010,46 1,584 |
| Nợ ngắn hạn (2) | 41,867,286 ,622 | 48,724,178 ,712 | 77,182,042 ,194 |
| Hệ số thanh toán ngắn hạn (1)/(2) | 4,33 (lần) | 4,68 (lần) | 3,03 (lần) |

Nguồn: tự tổng hợp và tính toán - phòng tài chính, 2023

Dựa vào bảng 2.5., ta có thể thấy khả năng đáp ứng nhu cầu chi trả các khoản nợ của công ty trong giai đoạn 2020-2022 hệ số thanh toán ngắn hạn

của 3 năm đều lớn hơn 1, điều này có nghĩa công ty hoàn toàn có khả năng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn trong vòng 1 năm hoặc 1 chu kỳ kinh doanh tùy vào mô hình của doanh nghiệp. Hay có thể nói rằng vào năm 2020 cứ 1 đồng nợ ngắn hạn, công ty sẽ đảm bảo trả bằng 4,33 đồng tài sản ngắn hạn. Hệ số thanh toán của 3 năm lần lượt là 4,33 (2020), 4,68 (2021), 3,03 (2022), nhìn vào ta có thể từ năm 2020 đến 2021 hệ số thanh toán ngắn hạn là 4,33 tăng lên 4,68 lần trong năm 2021 và giảm đáng kể xuống còn 3,03 lần vào năm 2022. Tuy có giảm đáng kể nhưng hệ số vẫn lớn hơn 1 vẫn giữ được mức ổn định để đảm bảo tốt khả năng thanh toán ngắn hạn của mình.

Tuy nhiên, Công ty nên xem xét và cải thiện lại khả năng thanh khoản nhanh của Công ty. Công ty có thể xem xét các biện pháp như tăng cường quản lý nợ, tối ưu hóa việc sử dụng tài sản và gia tăng nguồn vốn. Nâng cao khả năng thanh toán để đảm bảo sự ổn định tài chính trong tương lai

Bảng 2.6: Khả năng thanh toán nhanh của công ty giai đoạn 2020 – 2022

Đvt: Vnd

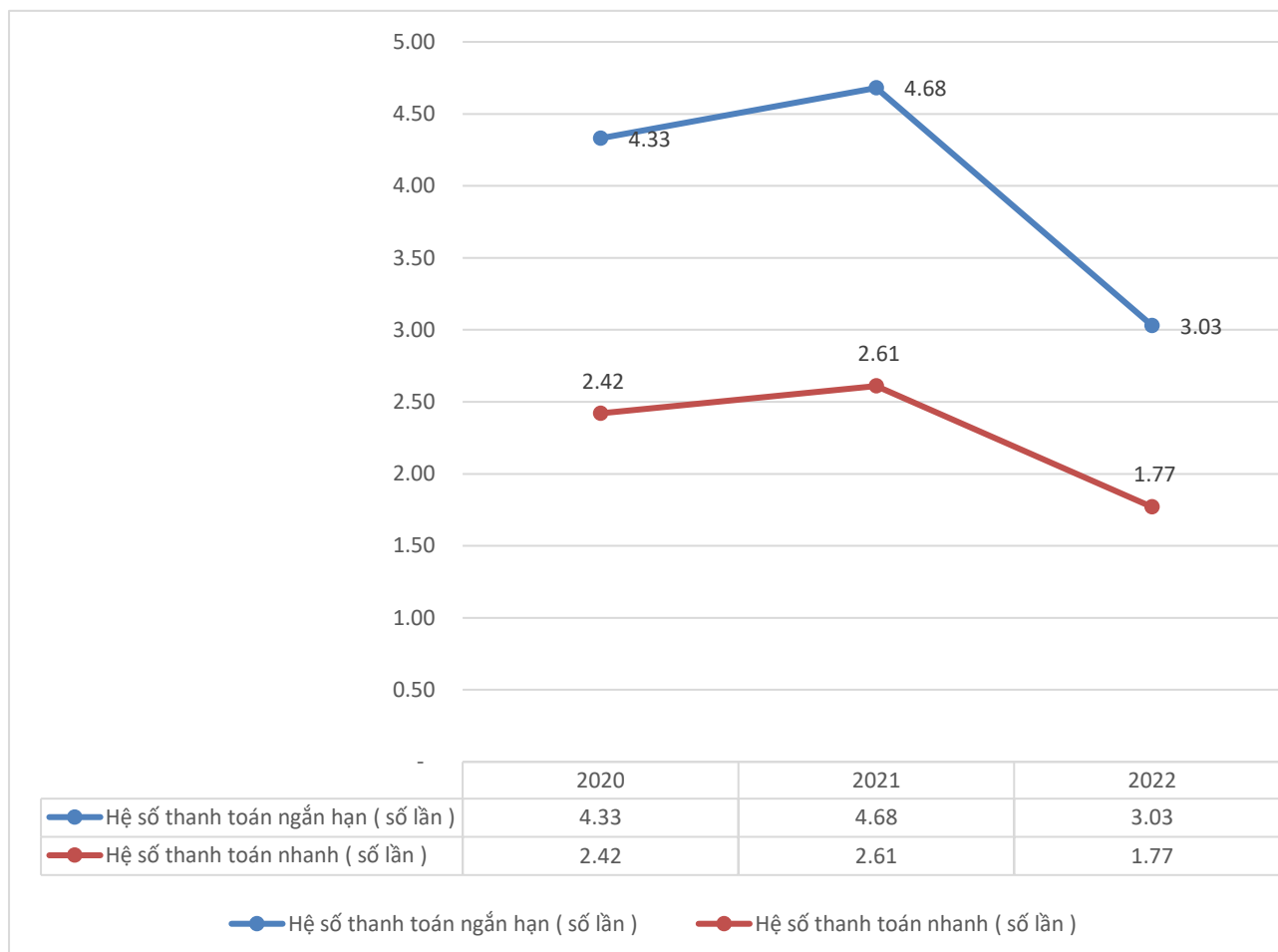
| Chỉ tiêu | Năm 2020 | Năm 2021 | Năm 2022 |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|
| Tài sản NH (1) | 181,358,23 8,723 | 228,016,83 3,488 | 234,010,46 1,584 |
| Nợ ngắn hạn (2) | 41,867,286, 622 | 48,724,178, 712 | 77,182,042, 194 |
| Hàng tồn kho (3) | 79,856,690, 021 | 101,014,14 8,812 | 97,265,919, 374 |
| Khả năng thanh toán nhanh $((1)-(3))/(2)$ | 2,42(lần) | 2,61(lần) | 1,77(lần) |

Nguồn: tự tổng hợp và tính toán - phòng tài chính, 2023

Hệ số trên cho ta thấy khả năng thanh toán bằng tiền của công ty, loại bỏ hàng tồn kho vì nó có tính thanh khoản thấp hơn. Có thể hiểu, năm 2020 với 1 đồng nợ ngắn hạn có thể được đảm bảo thanh toán bằng 2,42 đồng tài sản ngắn hạn. Trong 3 năm, tuy khả năng thanh toán nhanh của

công ty không cao như khả năng thanh toán hiện hành những vẫn có giá trị lớn hơn 1.

Biểu đồ số 2.4: Biểu đồ biểu diễn các hệ số thanh toán của Công ty cổ phần vật tư – xăng dầu COMECO giai đoạn 2020 - 2022



Nguồn: Tác giả tự tổng hợp, 2023

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

Bảng 2.7: Các tỷ số lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu

Đvt: Trđ

| Chỉ tiêu | 2020 | 2021 | 2022 |
|--------------------|---------|---------|---------|
| Lợi nhuận sau thuế | 37,035 | 40,194 | 1,278 |
| Vốn chủ sở hữu | 442,614 | 472,254 | 434,737 |
| ROE | 8.36% | 8.51% | 0.29% |

Nguồn: tự tổng hợp và tính toán - phòng tài chính, 2023

ROE của Công ty COMECO trong giai đoạn từ 2020 đến 2022 có sự biến động đáng kể. Năm 2020 và 2021, ROE dao động trong khoảng 8.36% - 8.51%, cho thấy doanh nghiệp đã có hiệu suất tương đối tốt trong việc sử dụng vốn chủ sở hữu để tạo lợi nhuận. Tuy nhiên, năm 2022, ROE giảm xuống còn 0.29%, chỉ ra rằng doanh nghiệp đã gặp khó khăn và không đạt được hiệu suất lợi nhuận mong đợi. Việc giảm đáng kể lợi nhuận sau thuế trong năm 2022 đã làm giảm ROE. Doanh nghiệp cần xem xét các biện pháp cải thiện hiệu suất lợi nhuận và tăng ROE để tăng sức hấp dẫn và sự bền vững cho cổ đông và nhà đầu tư.

Bảng 2.8: Các tỷ số lợi nhuận trên tổng tài sản

Đvt: Trđ

| Chỉ tiêu | 2020 | 2021 | 2022 |
|--------------------|---------|---------|---------|
| Lợi nhuận sau thuế | 37,035 | 40,194 | 1,278 |
| Tổng tài sản | 498,602 | 535,099 | 526,040 |
| ROA | 7.43% | 7.51% | 0.24% |

Nguồn: tự tổng hợp và tính toán - phòng tài chính, 2023

ROA của Công ty COMECO trong giai đoạn từ 2020 đến 2022 cũng có sự biến động mạnh. Cụ thể là năm 2020 và 2021, ROA dao động trong khoảng 7.43% - 7.51%, cho thấy doanh nghiệp đã có hiệu suất tương đối tốt trong việc tạo lợi nhuận từ tài sản. Tuy nhiên, năm 2022, ROA giảm xuống chỉ còn 0.24%, chỉ ra rằng doanh nghiệp đã gặp khó khăn và không đạt được hiệu suất lợi nhuận mong đợi từ tài sản. Việc giảm đáng kể lợi nhuận sau thuế trong năm 2022 đã làm giảm ROA. Doanh nghiệp cần xem xét và điều chỉnh lại hiệu suất sử dụng tài sản để tăng ROA và tạo ra giá trị tốt cho công ty.

Bảng 2.9: Các tỷ số lợi nhuận trên doanh thu thuần

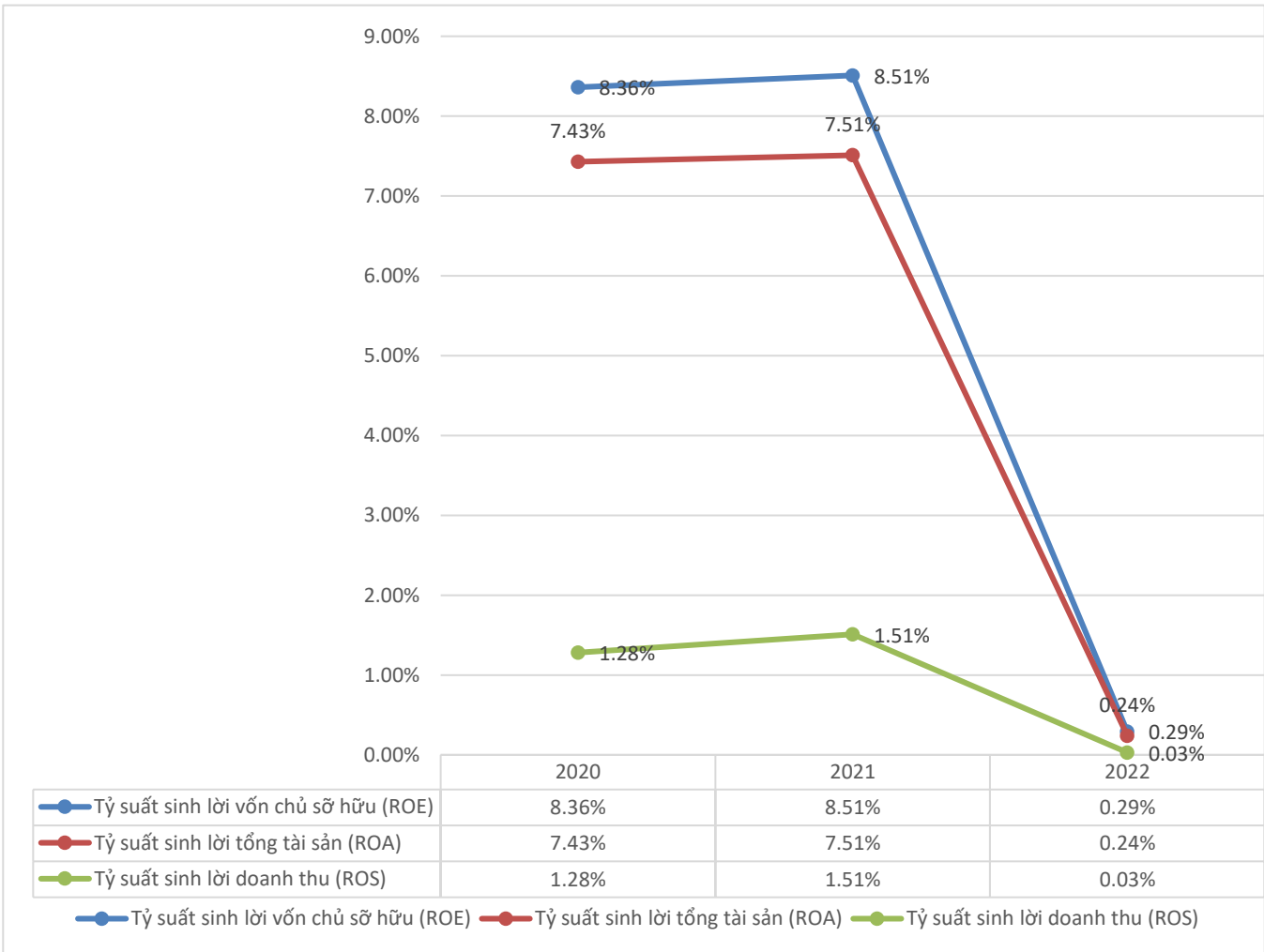
Đvt: Trđ

| Chỉ tiêu | 2020 | 2021 | 2022 |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|
| Lợi nhuận sau thuế | 37,035 | 40,194 | 1,278 |
| Doanh thu thuần | 2,899,292 | 2,659,682 | 4,815,630 |
| ROS | 1.28% | 1.51% | 0.03% |

Nguồn: tự tổng hợp và tính toán - phòng tài chính, 2023

Chỉ số ROS của 3 năm lần lượt 1.28%, 1.51%, 0.03%. Có thể thấy rằng công ty đang gặp rất nhiều thách thức trong việc tạo ra lợi nhuận từ doanh thu thuần, đặc biệt là năm 2022 chỉ chiếm 0.03% đây là mức ROS rất thấp, chỉ chiếm một phần rất nhỏ trong doanh thu. ROS thấp có thể chỉ ra rằng công ty đang gặp khó khăn về hiệu quả hoạt động và quản lý chi phí. Công ty nên thực hiện các biện pháp để cải thiện quá trình kinh doanh và tăng cường lợi nhuận.

Biểu đồ số 2.5: Biểu đồ biểu diễn các Tỷ suất sinh lời của Công ty cổ phần vật tư – xăng dầu COMECO giai đoạn 2020 – 2022



Nguồn: Tác giả tự tổng hợp, 2023

2.3.6. Phân tích các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn (vốn chủ sở hữu, sử dụng tài sản, chi phí,...)

Bảng 2.10: chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn

| Chỉ tiêu | Đvt | 2020 | 2021 | 2022 | Tỷ lệ | |
|-------------------------------|---------|-----------|-----------|-----------|--------------------|--------------------|
| | | | | | 21/20 tăng/giảm | 22/21 tăng/giảm |
| 1. Doanh thu thuần | Tr đồng | 2,899,292 | 2,659,682 | 4,815,630 | -8.3% | 81.1% |
| 2. Lợi nhuận sau thuế | Tr đồng | 37,035 | 40,194 | 1,278 | 8.5% | -96.8% |
| 3. Tổng tài sản bình quân | Tr đồng | 498,602 | 535,099 | 526,040 | 7.3% | -1.7% |
| 4. Tài sản ngắn hạn bình quân | Tr đồng | 181,358 | 228,016 | 234,010 | 25.7% | 2.6% |
| 5. Tài sản dài hạn bình quân | Tr đồng | 317,243 | 307,081 | 292,029 | -3.2% | -4.9% |
| 6. Vốn chủ sở hữu bình quân | Tr đồng | 442,614 | 472,254 | 434,737 | 6.7% | -7.9% |

| | | | | | | |
|---|-----|-------|-------|-------|--------|--------|
| 7. Số vòng quay của tổng tài sản | Lần | 5.81 | 4.97 | 9.15 | -14.5% | 84.1% |
| 8. Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản | % | 7.43 | 7.51 | 0.24 | 1.1% | -96.8% |
| 9. Số vòng quay của tài sản ngắn hạn | Lần | 15.99 | 11.66 | 20.58 | -27.1% | 76.5% |
| 10. Tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn | % | 20.42 | 17.63 | 0.55 | -13.7% | -96.9% |
| 11. Số vòng quay của tài sản dài hạn | Lần | 9.14 | 8.66 | 16.49 | -5.3% | 90.4% |
| 12. Tỷ suất sinh lời của | % | 11.67 | 13.09 | 0.44 | 12.2% | -96.6% |

| | | | | | | |
|---|-----|------|------|-------|--------|--------|
| tài sản dài hạn | | | | | | |
| 13. Số vòng quay của vốn chủ sở hữu | Lần | 6.55 | 5.63 | 11.08 | -14.0% | 96.8% |
| 14. Tỷ suất sinh lời của vốn chủ sở hữu | % | 8.37 | 8.51 | 0.29 | 1.7% | -96.6% |

Nguồn: Tác giả tự tính toán – phòng Tài chính, 2023

Từ năm 2020 đến năm 2022, công ty COMECO đã trải qua những biến động mạnh mẽ trong hiệu suất kinh doanh và hoạt động tài chính. Những chỉ số trên cho thấy sự thay đổi cực kỳ đáng chú ý trong cách công ty quản lý tài sản, tạo lợi nhuận và sử dụng vốn chủ sở hữu.

- *Trong việc quản lý tài sản:*

Chỉ số "Số vòng quay của tổng tài sản" (Tổng tài sản Turnover) tăng mạnh từ 4.97 lần năm 2021 lên 9.15 lần năm 2022 (+84.1%). Điều này cho thấy công ty đã thành công trong việc tối ưu hóa việc quản lý tài sản, biến chúng thành nguồn cung cấp doanh thu và lợi nhuận chất lượng cao hơn. Tuy nhiên, điều đáng lưu ý là "Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản" (Return on Total Assets - ROA) đã giảm mạnh từ 7.51% năm 2021 xuống còn 0.24% năm 2022 (-96.8%). Điều này cho thấy lợi nhuận trên mỗi đồng tài sản đã giảm đáng kể, có thể do doanh thu không tăng theo kịp tốc độ tăng tài sản.

- *Trong việc quản lý tài sản ngắn hạn:*

"Số vòng quay của tài sản ngắn hạn" (Current Assets Turnover) tăng từ 11.66 lần năm 2021 lên 20.58 lần năm 2022 (+76.5%), cho thấy công ty đã tối ưu hóa việc quản lý tài sản ngắn hạn để tạo ra doanh thu và lợi nhuận

hiệu quả hơn. Tuy nhiên, "Tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn" (Return on Current Assets - ROCA) giảm mạnh từ 17.63% năm 2021 xuống còn 0.55% năm 2022 (-96.9%). Điều này cho thấy công ty gặp khó khăn trong việc tạo ra lợi nhuận từ tài sản ngắn hạn, có thể do sự giảm mạnh của lợi nhuận hoặc tăng chi phí liên quan đến tài sản ngắn hạn.

- *Trong việc quản lý tài sản dài hạn:*

Công ty đã có một sự thay đổi tích cực trong việc quản lý tài sản dài hạn, thể hiện qua "Số vòng quay của tài sản dài hạn" (Fixed Assets Turnover) tăng từ 8.66 lần năm 2021 lên 16.49 lần năm 2022 (+90.4%). Điều này cho thấy công ty đã hiệu quả hóa việc sử dụng tài sản dài hạn để tạo ra lợi nhuận và doanh thu. Tuy nhiên, "Tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn" (Return on Fixed Assets - ROFA) đã giảm mạnh từ 13.09% năm 2021 xuống còn 0.44% năm 2022 (-96.6%), cho thấy khả năng của công ty trong việc tạo ra lợi nhuận từ tài sản dài hạn đã giảm sút.

- *Trong việc sử dụng vốn chủ sở hữu:*

Chỉ số "Số vòng quay của vốn chủ sở hữu" (Equity Turnover) tăng mạnh từ 5.63 lần năm 2021 lên 11.08 lần năm 2022 (+96.8%). Điều này cho thấy công ty đã tăng cường việc sử dụng vốn chủ sở hữu để tạo ra lợi nhuận và doanh thu. Tuy nhiên, "Tỷ suất sinh lời của vốn chủ sở hữu" (Return on Equity - ROE) đã giảm từ 8.51% năm 2021 xuống còn 0.29% năm 2022 (-96.6%), cho thấy công ty gặp khó khăn trong việc tạo ra lợi nhuận từ vốn chủ sở hữu.

Tóm lại, những biến động ở bảng trên phản ánh sự biến đổi mạnh mẽ trong hiệu suất kinh doanh và hoạt động tài chính của công ty trong giai đoạn từ 2020 đến 2022. Công ty COMECO đã thể hiện sự tối ưu hóa trong việc quản lý tài sản, tuy nhiên, sự giảm mạnh của lợi nhuận và tỷ suất sinh lời cho thấy các thách thức và khả năng cải thiện trong việc tạo ra lợi nhuận từ tài sản và vốn chủ sở hữu.

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

Chi phí trong quá trình kinh doanh của doanh nghiệp là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ các hao phí về lao động và vật hóa mà doanh nghiệp đã bỏ ra trong kỳ kinh doanh nhất định.

Chi phí kinh doanh là một trong những chỉ tiêu quan trọng giúp cho các nhà quản trị hoạch định được tài chính của doanh nghiệp có thể tổng hợp và đưa ra những giải pháp nhằm hoàn thiện và nâng cao tình hình tài chính của doanh nghiệp. Vì vậy khi phân tích hoạt động kinh doanh các chỉ tiêu chi phí là một chỉ tiêu không thể thiếu trong quá trình thực hiện.

Chi phí kinh doanh gồm: Giá vốn hàng bán; Chi phí bán hàng; Chi phí quản lý doanh nghiệp; Chi phí tài chính; Chi phí khác.

Bảng 2.11: Các chỉ số về hiệu quả sử dụng chi phí của Công ty Cổ phần vật tư – xăng dầu COMECO giai đoạn 2020 -2022

| Chi tiêu | ĐVT | Năm 2020 | Năm 2021 | Năm 2022 | Tỷ lệ | |
|----------------------------------|---------|-----------|-----------|-----------|--------------------|--------------------|
| | | | | | 21/20 tăng/giảm | 21/20 tăng/giảm |
| 1. Doanh thu thuần | Tr đồng | 2,899,292 | 2,659,682 | 4,815,630 | -8.3% | 81.1% |
| 2. Doanh thu hoạt động tài chính | Tr Đồng | 1,070 | 1,511 | 7,918 | 41.12 | 423.94 |
| 3. Thu nhập khác | Tr Đồng | 7,779 | 3,283 | 680 | -57.8 | -79.3 |
| 4. Tổng doanh thu | Tr Đồng | 2,908,142 | 2,664,476 | 4,824,229 | -8.38 | 81.05 |
| 5. Giá vốn hàng bán | Tr Đồng | 2,721,440 | 2,482,573 | 4,683,228 | -8.78 | 88.64 |
| 6. Chi phí bán hàng | Tr Đồng | 126,357 | 119,485 | 121,723 | -5.44 | 1.87 |

| | | | | | | |
|---------------------------------------|---------|---------------|-----------------|---------------|--------|----------|
| 7. Chi phí quản lý doanh nghiệp | Tr Đồng | 14,667 | 13,770 | 15,760 | -6.12 | 14.45 |
| 8. Chi phí khác | Đồng | 152,487,635 | 835,480 | 502,367,021 | -99.45 | 60029.15 |
| 9. Chi phí tài chính | Đồng | (681,279,966) | (1,277,061,428) | 2,080,258,230 | 87.45 | 262.89 |
| 10. Tổng chi phí | Tr Đồng | 2,861,936 | 2,614,553 | 4,823,294 | -8.64 | 84.48 |
| 11. Lợi nhuận sau thuế | Tr đồng | 37,035 | 40,194 | 1,278 | 8.5% | -96.8% |
| 12. Hiệu quả sử dụng của chi phí | Lần | 1.016 | 1.019 | 1.000 | 0.003 | -0.019 |
| 13. Tỷ suất sinh lời của tổng chi phí | % | 1.29 | 1.54 | 0.03 | 0.188 | -0.983 |

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp, 2023

Theo dữ liệu ở bảng 2.11., "Hiệu quả sử dụng chi phí" được tính bằng cách chia tổng doanh thu cho tổng chi phí. Khi chỉ số này lớn hơn 1, điều này cho thấy doanh nghiệp đang có khả năng tạo ra giá trị cao hơn so với mức chi phí đã đầu tư vào hoạt động kinh doanh.

Trong năm 2020 và 2021, chỉ số này đã tăng, lần lượt là 1.016 và 1.019, so với năm trước. Điều này thể hiện rằng doanh nghiệp đã tận dụng tốt các nguồn lực và chi phí để tạo ra giá trị vượt qua mức mà các hoạt động kinh doanh đòi hỏi. Sự tăng trưởng này có thể phản ánh chiến lược quản lý chi phí hiệu quả hơn, sự cải thiện trong việc tối ưu hóa hoạt động kinh doanh và khả năng cạnh tranh tốt hơn trên thị trường.

Tuy nhiên, vào năm 2022, chỉ số "Hiệu quả sử dụng chi phí" trở về mức 1.000, không có sự thay đổi so với năm trước. Điều này có thể chỉ ra rằng doanh nghiệp đạt được mức độ hiệu quả tương đối ổn định và không có sự tăng trưởng đáng kể trong việc tối ưu hóa hoạt động. Điều này cũng có thể liên quan đến mức độ cạnh tranh trên thị trường và tình hình kinh doanh chung trong năm 2022.

Nhìn chung, chỉ số "Hiệu quả sử dụng chi phí" là một công cụ quan trọng để đánh giá khả năng quản lý chi phí của doanh nghiệp và khả năng tạo ra giá trị từ hoạt động kinh doanh. Sự biến đổi của chỉ số này qua các năm cung cấp thông tin quý báu về hiệu suất và sự phản ánh của các quyết định quản lý tài chính và chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp.

Tiếp theo là chỉ số "Tỷ suất sinh lời của tổng chi phí". Năm 2020, tỷ suất sinh lời của tổng chi phí đạt 1.29%. Điều này cho thấy doanh nghiệp có khả năng tạo ra lợi nhuận tương đối cao từ mức chi phí đã đầu tư và năm 2021, tỷ suất sinh lời của tổng chi phí tăng lên 1.54%. Sự tăng này có thể phản ánh sự cải thiện trong việc quản lý chi phí hoặc tối ưu hóa hoạt động kinh doanh. Điều này thể hiện sự nỗ lực của doanh nghiệp trong việc tăng cường khả năng tạo ra lợi nhuận từ mức đầu tư chi phí của mình.

Tuy nhiên, vào năm 2022, chỉ số "Tỷ suất sinh lời của tổng chi phí" giảm xuống còn 0.03%. Điều này thể hiện rằng doanh nghiệp đã gặp khó khăn trong việc tạo ra lợi nhuận từ mức chi phí đã đầu tư. Có thể có nhiều nguyên nhân dẫn đến sự giảm này, như tăng chi phí hoặc giảm doanh thu.

Qua sự biến đổi của chỉ số "Tỷ suất sinh lời của tổng chi phí," chúng ta có cái nhìn sâu hơn về khả năng tạo lợi nhuận của doanh nghiệp dựa trên quản lý chi phí và hiệu suất kinh doanh. Sự biến đổi này có thể thể hiện sự thay đổi trong chiến lược kinh doanh, tình hình thị trường, và hiệu quả của các biện pháp quản lý tài chính của doanh nghiệp trong thời gian qua.

2.4. Đánh giá chung về kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần vật tư – xăng dầu COMECO giai đoạn năm 2020 – 2022

Qua việc đánh giá khái quát hoạt động kinh doanh của công ty, Chỉ tiêu tài chính về kết quả kinh doanh và qua phân tích hiệu quả kinh doanh của công ty giai đoạn 2020 – 2022, ta thấy được tình hình hoạt động và hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Vật tư – Xăng dầu COMECO. Từ đó ta thấy được những mặt đạt được và hạn chế của Công ty:

2.4.1. Những mặt đạt được

Công ty COMECO đã đạt được nhiều mặt tích cực trong suốt giai đoạn từ năm 2020 đến năm 2022, như thể hiện qua các chỉ tiêu tài chính và hoạt động kinh doanh trong các bảng số liệu. Trong giai đoạn này, công ty đã chứng kiến sự thay đổi đáng kể trong các khía cạnh quan trọng, góp phần tạo nên sự thành công và phát triển của họ.

Một điểm đáng chú ý là mảng Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ đã có sự gia tăng đáng kể, từ 2,900,020 triệu đồng vào năm 2020 lên đến 4,815,945 triệu đồng vào năm 2022, tương đương tăng 81.03%. Điều này thể hiện khả năng của công ty trong việc tạo ra doanh thu và mở rộng hoạt động kinh doanh. Mặc dù có một khoản giảm trừ doanh thu nhất định, nhưng doanh thu thuần từ bán hàng và cung cấp dịch vụ vẫn tăng mạnh, chiếm phần lớn trong tổng doanh thu.

Sự phát triển ấn tượng cũng thể hiện qua mảng hoạt động tài chính. Doanh thu từ hoạt động tài chính đã tăng vọt từ 1,070,931 triệu đồng vào năm 2020 lên đến 7,918,647 triệu đồng vào năm 2022, đạt tăng trưởng lên tới 423.94%. Điều này thể hiện rằng công ty đã có sự đầu tư và quản lý tài chính hiệu quả để tạo ra lợi nhuận từ các hoạt động đầu tư và tài chính.

Đối với cơ cấu tài sản và vốn chủ sở hữu, có sự gia tăng ổn định trong các chỉ số chính. Tổng tài sản bình quân tăng 7.3%, trong đó cả tài sản ngắn hạn và tài sản

dài hạn đều có sự gia tăng. Vốn chủ sở hữu bình quân cũng tăng 6.7%, cho thấy sự ổn định và khả năng tăng trưởng của tài sản chủ sở hữu.

Có một số chỉ số có sự biến đổi trong suốt giai đoạn, nhưng tổng thể đối với một năm “đi biệt” của thị trường xăng dầu thì công ty COMECO đã thể hiện sự phát triển tích cực. Các chỉ số vòng quay và tỷ suất sinh lời cũng cho thấy sự cải thiện trong hiệu suất kinh doanh của công ty. Sự tăng trưởng và cải thiện này thể hiện một chiến lược quản lý hiệu quả, khả năng thích nghi với biến đổi thị trường.

Tổng kết lại, thông qua những chỉ tiêu và số liệu trong giai đoạn từ năm 2020 đến năm 2022, công ty COMECO đã đạt được những thành tựu đáng kể trong hoạt động kinh doanh và tài chính, khai thác sử dụng tốt nguồn lực tài chính, vòng quay sử dụng vốn nhanh tạo ra sự tăng trưởng mạnh mẽ trong doanh thu, lợi nhuận và tài sản cho thấy sự tập trung vào khả năng tạo ra giá trị và bền vững trong dài hạn.

2.4.2. Những mặt còn hạn chế

Mặc dù có những thành tựu đáng kể trong giai đoạn từ năm 2020 đến năm 2022, Công ty COMECO vẫn đối diện với một số hạn chế và thách thức như kiểm soát chi phí chưa tốt nên hiệu quả sinh lời chưa cao, doanh thu tăng nhưng lợi nhuận lại giảm rõ rệt.

Một trong những hạn chế đáng chú ý là sự giảm trong mảng Thu nhập khác, tỷ lệ giảm 57.8% từ năm 2021 đến 2022. Sự suy giảm này có thể tượng trưng cho việc công ty đang gặp khó khăn trong việc tạo ra các nguồn thu nhập bổ sung ngoài hoạt động kinh doanh chính. Điều này có thể ám chỉ sự cần thiết để đa dạng hóa nguồn thu nhập và tập trung vào việc phát triển các mảng mới.

Mặc dù doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ đã tăng đáng kể, tuy nhiên, sự giảm trong khoản giảm trừ doanh thu cũng đáng chú ý, với tỷ lệ giảm 49.02% từ năm 2021 đến 2022. Điều này có thể cho thấy công ty đang gặp khó khăn trong việc quản lý và kiểm soát các khoản giảm trừ doanh thu, có thể là do các yếu tố như chi phí sản xuất, chi phí hoạt động, hoặc các khoản giảm trừ khác.

Ngoài ra, mặc dù tỷ suất sinh lời của tổng tài sản đã tăng từ 7.43% vào năm 2020 lên đến 7.51% vào năm 2021, nhưng năm 2022 lại ghi nhận một giảm đáng kể với chỉ 0.24%. Điều này có thể thể hiện rằng công ty đang gặp khó khăn trong việc

sinh lời từ tài sản đầu tư và tài chính, có thể do các yếu tố thị trường hoặc các quyết định đầu tư không hiệu quả.

Mặt khác, sự biến đổi trong các chỉ số vòng quay và tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn và dài hạn cũng đòi hỏi sự quan tâm. Mặc dù có sự cải thiện trong nhiều chỉ số này, nhưng có một số biến đổi đáng kể, đặc biệt là sự giảm đột ngột của tỷ suất sinh lời tài sản ngắn hạn từ 17.63% vào năm 2021 xuống chỉ 0.55% vào năm 2022. Điều này có thể gợi ý rằng có sự cần thiết để tối ưu hóa quản lý tài sản ngắn hạn để đảm bảo khả năng sinh lời.

Tuy nhiên, hạn chế đáng chú ý nhất có thể nằm ở khả năng sinh lời của vốn chủ sở hữu. Tỷ suất sinh lời của vốn chủ sở hữu đã giảm đáng kể từ 8.51% vào năm 2021 xuống chỉ 0.29% vào năm 2022. Điều này cho thấy công ty đang gặp khó khăn trong việc tạo ra lợi nhuận từ vốn chủ sở hữu của mình. Điều này có thể phản ánh sự cần thiết để tối ưu hóa quản lý tài chính, cân nhắc về cách sử dụng vốn và tối ưu hóa cơ cấu tài sản.

Tổng kết lại, mặc dù Tổng Công ty COMECO đã đạt được nhiều thành tựu đáng chú ý trong giai đoạn gần đây, nhưng vẫn còn những hạn chế và thách thức cần được xem xét và cân nhắc điều chỉnh lại. Việc đa dạng hóa nguồn thu nhập, quản lý chi phí và tối ưu hóa quản lý tài chính là những vấn đề cần được giải quyết để đảm bảo bền vững và phát triển trong tương lai.

2.5. Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh.

2.5.1. Nhân tố bên trong

2.5.1.1. Nguồn nhân lực:

Con người là tài sản linh hoạt của doanh nghiệp. Con người là gốc rễ sâu xa của quyết định nhân lực cạnh tranh của doanh nghiệp là cao hay thấp bởi bàn tay và khối óc của con người trong doanh nghiệp tạo ra các sản phẩm, điều khiển tất cả các yếu tố vận hành của doanh nghiệp, mà tất cả các yếu tố hình thành nên năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp. Chính vì vậy, con người làm một nhân tố quan trọng nhất, đòi hỏi doanh nghiệp phải hết sức cạnh tranh, nếu muốn nâng cao năng lực cạnh tranh.

Với một đội ngũ 525 lao động có trình độ, lành nghề và tận tụy, trong đó nhiều cán bộ chủ chốt có nhiều năm gắn bó với Công ty, bao gồm: Ban Tổng giám đốc, cán

bộ quản lý cấp trung có trình độ từ Cử nhân, Thạc sĩ quản trị kinh doanh và đội ngũ công nhân viên đạt từ hết cấp 3 đến Cử nhân chiếm tỷ lệ trên 93% đội ngũ nhân viên toàn công ty.

Hiện nay, COMECO đang chú trọng việc quy hoạch cán bộ quản lý trẻ nhằm phát huy thế mạnh nguồn nhân lực: quy hoạch 6 cán bộ dự bị cho các chức danh chủ chốt, quy hoạch được 8 cán bộ cấp phòng trở xuống, 42 cán bộ quản lý cửa hàng và 9 Trưởng chi nhánh trẻ được tiếp tục đào tạo để đạt chuẩn trong tương lai. Khuyến khích CBCNV nâng cao trình độ chuyên môn.

Ban Tổng giám đốc là cán bộ quản lý, những người tổ chức lãnh đạo và kiểm soát hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp đồng thời hoạch định chiến lược và phát triển chiến lược kinh doanh.

Các thành viên trong Ban Tổng giám đốc ảnh hưởng rất lớn đến kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh. Nếu các thành viên có trình độ kinh nghiệm và khả năng đánh giá, năng động, trình độ quản lý tốt thì sẽ đem lại cho doanh nghiệp những lợi ích trước mắt như tăng doanh thu, tăng lợi nhuận và còn cả uy tín, lợi ích lâu dài của doanh nghiệp. Thực tế đã chứng minh, có nhiều doanh nghiệp làm ăn không có hiệu quả đi đến thua lỗ, phá sản do trình độ quản lý kém. Như vậy, vai trò của nhà quản trị cấp cao là rất quan trọng đối với COMECO, nhà quản trị biết tổ chức phối hợp để các bộ phận hoạt động một cách nhịp nhàng, ăn khớp có hiệu quả đã và đang nâng cao hiệu quả khả năng cạnh tranh của công ty.

Đội ngũ cán bộ quản lý cấp trung và đội ngũ nhân viên cũng giữ vai trò rất quan trọng. Trình độ tay nghề của công nhân và tinh thần làm việc của họ ảnh hưởng trực tiếp tới chất lượng sản phẩm, tới hiệu quả hoạt động của COMECO. Khi tay nghề lao động cao cộng thêm ý chí và lòng hăng say nhiệt tình lao động thì việc tăng năng suất lao động là tất yếu. Đây là tiền đề để COMECO nâng cao khả năng cạnh tranh và đứng vững trên thị trường.

Kết hợp và sử dụng có hiệu quả nguồn nhân lực là yếu tố cần thiết cho mỗi doanh nghiệp, tạo điều kiện cho bộ máy của doanh nghiệp hoạt động nhịp nhàng ăn khớp nâng cao được hiệu quả kinh doanh, nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

2.5.1.2. Nguồn vốn:

Vốn là một nhân tố vô cùng quan trọng đối với doanh nghiệp. Bất kỳ ở khâu hoạt động nào của doanh nghiệp dù đầu tư mua sắm, sản xuất đều cần có vốn. Người ta cho

ràng vốn, tài chính là huyết mạch của cơ thể doanh nghiệp. Một doanh nghiệp có tiềm năng về tài chính lớn sẽ có nhiều thuận lợi trong việc đổi mới công nghệ, đầu tư mua sắm trang thiết bị, đảm bảo nâng cao chất lượng sản phẩm, hạ giá thành để duy trì nâng cao sức cạnh tranh và củng cố vị thế trên thương trường.

Với 5 cổ đông lớn chiếm tỷ lệ 83.64% cổ phần sở hữu, nguồn vốn hoạt động tại COMECO là khá ổn định.

- Nguồn vốn đầu tư của chủ sở hữu: trên 141 tỷ đồng
- Thặng dư vốn cổ phần: trên 138 tỷ đồng
- Vốn khác (là các quỹ đầu tư phát triển, cổ phiếu quỹ, dự phòng tài chính, nguồn tài trợ) : trên 58 tỷ đồng.

2.5.1.3. Máy móc và thiết bị công nghệ:

Nhân tố thiết bị công nghệ có ảnh hưởng một cách sâu sắc tới khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Nó là nhân tố vật chất quan trọng bậc nhất thể hiện năng lực sản xuất của doanh nghiệp và tác động trực tiếp đến chất lượng sản phẩm. Ngoài ra công nghệ sản xuất, máy móc thiết bị cũng ảnh hưởng tới giá thành và giá bán sản phẩm. Một doanh nghiệp có trang thiết bị máy móc hiện đại thì sản phẩm của họ nhất định có chất lượng cao và ngược lại.

Mỗi chi nhánh cửa hàng xăng được trang bị từ 4 đến 10 trụ bơm điện tử với độ chính xác cao (định kỳ Trung tâm Đo lường chất lượng kiểm tra thiết bị và rất ổn định) đảm bảo về số lượng khi bán ra cho khách hàng, đồng thời luôn được khách hàng tin cậy.

Hệ thống chi nhánh được trang bị thiết bị tin học đảm bảo việc thu thập dữ liệu, truyền thông tin, tận dụng tối đa công nghệ thông tin vào công tác quản lý.

2.5.2. Nhân tố bên ngoài

Tình hình dịch bệnh toàn cầu gây ra bởi đại dịch COVID-19 đã tạo ra một loạt thách thức mới cho ngành công nghiệp xăng dầu, bao gồm Công ty xăng dầu COMECO. Dưới đây là một số yếu tố quan trọng mà công ty có thể đã phải đối mặt trong bối cảnh dịch bệnh và các chính sách xăng dầu, sự kiểm soát giá của nhà nước trong giai đoạn 2020-2022:

Sụp đổ nhu cầu năng lượng: Dịch COVID-19 đã gây ra sự suy giảm đáng kể trong nhu cầu năng lượng toàn cầu, do hạn chế di chuyển và giới hạn hoạt động kinh

doanh. Điều này đã ảnh hưởng đến nhu cầu xăng dầu và giá cả, khiến ngành công nghiệp này phải đối mặt với giảm thu nhập và lợi nhuận.

Biến đổi mô hình vận chuyển: Sự phát triển của chính sách vận chuyển thông cộng và sự tập trung vào các phương tiện giao thông xanh hơn có thể ảnh hưởng đến nhu cầu xăng dầu trong tương lai. Công ty COMECO có thể đã phải xem xét mô hình kinh doanh của họ để thích ứng với sự thay đổi này.

Sự kiểm soát giá xăng dầu của nhà nước: Trong nhiều quốc gia, chính phủ đã can thiệp để kiểm soát giá xăng dầu trong bối cảnh dịch bệnh để giữ cho mức giá ổn định và bảo vệ người tiêu dùng. Điều này có thể ảnh hưởng đến lợi nhuận của Công ty COMECO và đòi hỏi họ phải thích ứng với các biện pháp kiểm soát giá này.

Chính trị và pháp luật về môi trường: Dịch COVID-19 đã tạo ra một sự tập trung mạnh mẽ hơn vào các vấn đề môi trường và an toàn. Chính phủ có thể đã áp đặt các quy định mới về tiêu chuẩn khí thải và an toàn, đòi hỏi công ty COMECO phải đầu tư vào công nghệ mới và tuân thủ các quy định nghiêm ngặt hơn.

Khả năng cạnh tranh và tỷ suất lợi nhuận: Sự suy giảm nhu cầu và sự kiểm soát giá có thể làm giảm tỷ suất lợi nhuận của ngành công nghiệp xăng dầu. Điều này có thể tạo áp lực cạnh tranh và đòi hỏi Công ty COMECO phải tối ưu hóa hiệu suất và giảm chi phí để duy trì lợi nhuận.

Tóm lại, dịch COVID-19 đã tạo ra một tình hình thách thức và không chắc chắn đối với ngành công nghiệp xăng dầu, đặc biệt là trong giai đoạn 2020-2022. Công ty COMECO đã phải đối mặt với sự biến đổi trong nhu cầu, giá cả, chính sách xăng dầu của nhà nước, và yêu cầu môi trường nghiêm ngặt hơn. Để tồn tại và phát triển trong bối cảnh này, Công ty cần phải thích ứng, đầu tư vào công nghệ mới, và xem xét lại chiến lược kinh doanh của mình để đảm bảo sự linh hoạt và sáng tạo.

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Chương 2 của bài luận văn giới thiệu tổng quan về Tổng Công ty Cổ phần Vật tư - Xăng dầu (COMECO), bao gồm lịch sử hình thành và phát triển, cấu trúc tổ chức, và nhiệm vụ của các bộ phận. Ngoài ra, chương này cũng đánh giá kết quả hoạt động kinh doanh của công ty trong giai đoạn từ năm 2020 đến 2022.

Chương trình nghiên cứu tập trung vào phân tích chi tiết về kết quả hoạt động kinh doanh của COMECO trong giai đoạn 2020 - 2022. Từ các bảng báo cáo sơ lược kết quả hoạt động kinh doanh, bảng doanh thu, lợi nhuận, chi phí, đánh giá khả năng thanh toán hiện hành, thanh toán nhanh, khả năng sinh lời, hiệu quả sử dụng vốn, hiệu quả sử dụng chi phí. Những phân tích này giúp xác định được những mặt đạt được và hạn chế trong hoạt động kinh doanh của công ty.

Kết quả đánh giá này là cơ sở quan trọng để đề xuất các giải pháp và kiến nghị nhằm cải thiện và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Vật tư - Xăng dầu (COMECO).

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN VẬT TƯ – XĂNG DẦU COMECO

3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN VẬT TƯ – XĂNG DẦU (COMECO) :

3.1.1. Mục tiêu và phương hướng của Công ty trong thời gian tới :

- Năm 2023 COMECO đặt mục tiêu doanh thu phải đạt 4.000 tỷ đồng và lợi nhuận sau thuế đạt 15 tỷ đồng.
- Tiếp tục tập trung phát triển mảng kinh doanh xăng dầu.
- Cố gắng tìm kiếm mặt bằng để hợp tác kinh doanh, mua/thuê đất hoặc cửa hàng xăng dầu có sẵn để mở chi nhánh xăng dầu mới.
- Quản lý hiệu quả việc kinh doanh phiếu nhiên liệu, đẩy mạnh phát triển thanh toán qua thẻ, qua ví điện tử và Chương trình khách hàng thành viên – PVOIL Easy của Tổng Công ty Dầu Việt Nam (PVOIL).
- Phối hợp, hợp tác kinh doanh các trạm sạc xe điện.
- Đào tạo nguồn nhân lực, đặc biệt tập trung đào tạo đội ngũ cán bộ trẻ nhằm đáp ứng nhu cầu bổ sung cán bộ quản lý, đáp ứng được nhu cầu phát triển của Công ty.
- Đảm bảo việc làm và thu nhập cho NLD.
- Tuân thủ các quy định pháp luật, đảm bảo an ninh, trật tự, an toàn lao động, kiểm soát dịch bệnh, đo lường, chất lượng hàng hóa và an toàn cháy nổ trong kinh doanh.
- Thực hiện triệt để việc thực hành tiết kiệm trong toàn Công ty.
- Tiếp tục khơi dậy tinh thần làm việc trách nhiệm, sáng tạo; có nhiều sáng kiến – giải pháp mới từ cơ sở.

Định hướng phát triển đến năm 2030

Mục tiêu tổng quát:

Mục tiêu chiến lược của COMECO đến năm 2030: Tiếp tục phát triển ngành kinh doanh mũi nhọn xăng dầu, đồng thời thực hiện đa dạng hóa ngành nghề kinh doanh

xăng dầu; phát triển nguồn nhân lực; phát triển Văn hóa, Thương hiệu COMECO; phần đầu đưa COMECO trở thành: “COMECO – Thương hiệu của chất lượng dịch vụ và Số 1 về chất lượng dịch vụ trong kinh doanh hóa dầu tại Việt Nam (trực chính là xăng dầu)”. Đồng thời bảo toàn và phát triển vốn; đảm bảo lợi ích của Nhà nước, Cổ đông, Người lao động; thực hiện tốt việc bảo vệ môi trường sinh thái, bảo vệ sức khỏe cộng đồng. Trước hết Công ty COMECO cần phải đạt mục tiêu trong năm 2023 là doanh thu được 4.000 tỷ đồng và lợi nhuận sau thuế phải được 15 tỷ đồng.

3.2. NHỮNG GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN VẬT TƯ – XĂNG DẦU (COMECO).

Từ việc phân tích tình hình hoạt động kinh doanh của công ty COMECO trong thời gian qua cho thấy công ty đã có những bước tiến đáng kể trong mọi hoạt động kinh doanh, đặc biệt là công việc Công ty tích cực xây dựng để gia tăng số lượng cửa hàng bán lẻ xăng dầu cũng như ngày càng hoàn thiện mạng lưới kênh phân phối của mình để theo kịp tốc độ phát triển của nền kinh tế - xã hội. Tuy nhiên để phát triển hơn nữa còn phụ thuộc nhiều vào chính sách quản lý và thực hiện của Công ty. Từ những lý do đó tôi xin đề nghị một giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh cho Công ty Cổ phần vật tư – xăng dầu COMECO

- **Nhóm giải pháp về phát triển sản xuất kinh doanh**

Trong ngành công nghiệp xăng dầu, một trong những thách thức quan trọng nhất là quản lý hao hụt xăng dầu. Giá trị của lượng xăng dầu bị hao hụt không chỉ tạo thành một phần quan trọng trong giá vốn sản phẩm mà còn ảnh hưởng đến lợi nhuận tổng thể của công ty. Vì vậy, việc thực hiện quản lý để giảm thiểu hao hụt xăng dầu đến mức thấp nhất có thể là một mục tiêu quan trọng đối với mọi doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực này. Dưới đây, chúng ta sẽ xem xét một số chiến lược quan trọng để đạt được mục tiêu này.

- **Kiểm soát quy trình quản lý.**

Một phần quan trọng của việc quản lý hao hụt xăng dầu là đảm bảo rằng các thiết bị trụ bơm hoạt động một cách hiệu quả và chính xác. Điều này có nghĩa rằng công ty cần thường xuyên thực hiện việc đo lường và kiểm tra các thiết bị này. Các biện pháp như kiểm tra độ chính xác của các bộ đo lưu lượng xăng dầu, kiểm tra tình

trạng của các bơm và van, và đảm bảo rằng chúng hoạt động ổn định có thể giúp ngăn chặn hao hụt do lỗi kỹ thuật.

- **Rà Soát Hệ Thống Đường Ống và Thiết Bị Công Nghệ**

Hệ thống đường ống và thiết bị công nghệ chiếm một vai trò quan trọng trong việc nhập xuất và lưu trữ xăng dầu. Các vết nứt, rò rỉ hoặc sự cố trong hệ thống này có thể dẫn đến mất mát xăng dầu đáng kể. Do đó, công ty cần thường xuyên rà soát và bảo trì hệ thống này để đảm bảo chúng hoạt động một cách hiệu quả. Điều này bao gồm việc kiểm tra độ kín của các đường ống, kiểm tra hệ thống van thở và hệ thống thu hồi hơi ở các cửa hàng.

- **Ban Hành Quy Chế Quản Lý**

Để đảm bảo quản lý hao hụt xăng dầu được thực hiện hiệu quả, công ty cần ban hành những quy chế quản lý cụ thể. Quy chế này nên bao gồm các hướng dẫn và quy định về cách đo lường và kiểm tra thiết bị, quy trình xử lý khi phát hiện hao hụt, và các biện pháp kiểm soát để ngăn chặn hao hụt trong tương lai. Các nhân viên nên được đào tạo về các quy định này để đảm bảo sự hiểu biết và tuân thủ.

- **Xử Lý Các Trường Hợp Hao Hụt Vượt Quy Định**

Trong thực tế, có thể xảy ra các tình huống khi hao hụt xăng dầu vượt quá mức ban đầu. Trong trường hợp này, công ty cần xử lý kịp thời để giảm thiểu thiệt hại. Việc này có thể bao gồm việc tìm hiểu nguyên nhân cụ thể của hao hụt và áp dụng biện pháp sửa chữa hoặc cải thiện hệ thống để ngăn chặn việc xảy ra lặp lại. Đồng thời, việc theo dõi và báo cáo về các trường hợp hao hụt vượt quy định cũng rất quan trọng để công ty có thể tiến hành điều tra và cải thiện các quy trình quản lý.

• **Nhóm giải pháp về đầu tư và phát triển khoa học công nghệ**

- Đầu tư cơ sở vật chất – kỹ thuật tại các Cửa hàng xăng dầu:

Hiện nay vấn đề cơ sở vật chất, trang thiết bị kỹ thuật góp phần quan trọng trong việc thu hút khách hàng và tăng doanh thu số bán ra cho Công ty. Khách hàng thường thích những nào hiện đại, độ chính xác cao và phải đẹp mắt. Vì vậy Công ty nên chú trọng đến vấn đề này nhiều hơn nữa, cụ thể:

+ Thay mới một số trang thiết bị cho các cửa hàng đã sử dụng quá lâu không còn đảm bảo chính xác và độ an toàn cho người lao động như thiết bị PCCC, máy nén khí...

+ Trang bị cho các cửa hàng những phương tiện kinh doanh mới nhất, hiện đại nhất phù hợp với tâm lý người tiêu dùng “tin tưởng trụ bơm điện tử chính xác hơn”. Do đó Công ty nên trang bị lại toàn bộ hệ thống trụ bơm cho các cửa hàng.

+ Tiếp tục đa dạng hình thức thanh toán, đẩy mạnh hình thức thanh toán qua các loại thẻ ngân hàng, thanh toán điện tử. Nghiên cứu phát kinh tế số.

+ Xây dựng cửa hàng đạt chuẩn của ngành như cửa hàng kiểu mẫu, cửa hàng tiêu chuẩn, cửa hàng Thanh niên, mỗi loại cửa hàng này có cơ cấu tổ chức và đặc trưng khác nhau nhưng mục tiêu chung vẫn khẳng định được phong cách riêng của COMECO và mang lại lợi nhuận cho Công ty. Tạo uy tín trên thương trường và ngày càng được nhiều người biết đến thương hiệu COMECO.

- **Nhóm giải pháp thúc đẩy tiêu thụ và chính sách của nhân viên, khách hàng.**

- Thúc đẩy bán hàng

Để thúc đẩy quá trình bán hàng một cách hiệu quả, COMECO cần tập trung vào một loạt các biện pháp. Đầu tiên, họ cần xác định mục tiêu rõ ràng về doanh số bán hàng và lợi nhuận, sau đó xây dựng chiến lược marketing mix đảm bảo sản phẩm hoặc dịch vụ của họ được phát triển và tiếp thị đúng cách. Đồng thời, đội ngũ nhân viên kinh doanh cần được đào tạo kỹ lưỡng, nắm vững thông tin về sản phẩm và chương trình chiết khấu để có trình bày tư vấn chi tiết và thuyết phục khách hàng. Việc quản lý chính sách chiết khấu và tuân thủ quy quản lý dự án cũng đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo sự hài lòng của đối tác và khách hàng. Cuối cùng, thái độ hòa nhã và thân thiện của nhân viên khi tiếp xúc với khách hàng không chỉ tạo dựng lòng tin mà còn thúc đẩy mối quan hệ khách hàng lâu dài.

- 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 lẻ, 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:

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

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

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

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

.

- Áp dụng các chính sách đối với khách nhằm tăng doanh thu

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

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

Cần xác định ai là khách hàng mục tiêu, ai là khách hàng tiềm năng, những người sẽ góp phần quan trọng trong việc tạo ra những phân đoạn thị trường trọng điểm, xác định ai là đối thủ trên thị trường, so sánh năng lực cạnh tranh, cải thiện điểm yếu và phát huy điểm mạnh của bản thân để xác lập năng lực của mình.

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

Phát triển Chương trình Khách hàng Trung thành: Tạo ra chương trình khách hàng trung thành để khuyến khích khách hàng quay lại và mua sắm thường xuyên hơn. Công ty có thể cung cấp điểm thưởng, giảm giá, hoặc ưu đãi đặc biệt cho những người thường xuyên tiêu dùng tại các trạm xăng của họ.

TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Chương này đưa ra một loạt giải pháp để nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty COMECO. Để tối ưu hóa lợi nhuận, công ty cần tập trung vào việc quản lý hao hụt xăng dầu, kiểm soát quy trình quản lý, rà soát hệ thống đường ống và thiết bị công nghệ, ban hành quy chế quản lý, và xử lý kịp thời các trường hợp hao hụt vượt quy định.

Ngoài việc tăng lợi nhuận, công ty cũng cần tập trung vào việc tăng doanh thu. Điều này bao gồm thúc đẩy bán hàng thông qua chiến lược marketing mix, áp dụng chính sách khen thưởng phù hợp cho nhân viên và khách hàng, và xây dựng mối quan hệ mật thiết với các đối tác kinh doanh. Đặc biệt, công ty cần phát triển chương trình khách hàng trung thành để khuyến khích khách hàng quay lại và mua sắm thường xuyên hơn.

Tóm lại, Chương 3 của luận văn COMECO đề xuất những giải pháp quan trọng nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty, đồng thời góp phần thúc đẩy sự phát triển và nâng cao hiệu quả kinh doanh của công ty trong tương lai.

KẾT LUẬN

Tại bất kỳ thời điểm nào, việc nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh luôn là một yêu cầu quan trọng và mục tiêu hàng đầu của mọi doanh nghiệp. Trải qua những năm qua, Công ty Cổ phần Vật tư - Xăng dầu COMECO đã vượt qua nhiều khó khăn, dám đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt để trở thành một trong những doanh nghiệp hàng đầu trong ngành, có vị thế vững chắc trên thị trường. Ngoài những thành tựu đã đạt được, việc hiệu quả hoạt động kinh doanh vẫn là mục tiêu quan trọng mà COMECO cần phải không ngừng nâng cao, cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Dựa trên việc phân tích hoạt động kinh doanh ở báo cáo thực tập và nghiên cứu đề tài: “PHÂN TÍCH VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN VẬT TƯ – XĂNG DẦU COMECO” trong thời gian gần đây với sự hỗ trợ quý báu từ ThS Lê Thị Minh Tiên, nên khóa luận đã hoàn thành được những mục tiêu nghiên cứu đã đề ra ở lời mở đầu, cụ thể:

Mục tiêu nghiên cứu đầu tiên là tìm hiểu về cơ sở lý luận nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh đối với doanh nghiệp: Trong quá trình nghiên cứu cơ sở lý luận, cho thấy rằng nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh là một yếu tố quan trọng để đảm bảo sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Cơ sở lý luận đã chỉ ra rằng hiệu quả kinh doanh bao gồm nhiều khía cạnh như quản lý tài chính, vốn, quản lý nhân sự, marketing và sự hỗ trợ của công nghệ thông tin.

Mục tiêu nghiên cứu thứ hai là phân tích thực trạng hiệu quả nâng cao hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần vật tư – xăng dầu COMECO. Nghiên cứu về những số liệu, tình hình thị trường, những thành tựu và hạn chế của công ty COMECO trong giai đoạn 2020-2022. Nhằm phân tích và tìm hiểu hoạt động kinh doanh của COMECO tăng hay giảm và từ đó đề xuất giải pháp.

Mục tiêu nghiên cứu thứ ba là kết quả của việc sau khi phân tích thực trạng ở Chương 2 và tìm hiểu được nguyên nhân ảnh hưởng đến lợi nhuận của Công ty COMECO và đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Tổng Công ty Cổ phần vật tư – xăng dầu COMECO. Em hy vọng rằng nghiên cứu của em có thể đóng góp một phần nhỏ vào việc nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần vật tư - xăng dầu COMECO.

Trong quá trình nghiên cứu thời gian vừa qua, cũng đã mang lại giá trị kiến thức quan trọng cho em, hỗ trợ em trong hành trình học tập và sự nghiệp tương lai. Do thời gian hạn chế và kinh nghiệm, kiến thức của bản thân còn hạn hẹp nên không tránh khỏi những sai sót. Em rất mong nhận được sự góp ý của Quý Thầy, Cô để em có thể hoàn thiện bài khóa luận hơn.