

TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÁCH KHOA HÀ NỘI
VIỆN KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

-----o0o-----



THỰC TẬP TỐT NGHIỆP
NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH

Họ và tên sinh viên : Trần Tấn Đạt
Lớp : QTKD – K4
Giáo viên hướng dẫn : Ths. Nguyễn Tấn Thịnh

NHIỆM VỤ THIẾT KẾ TỐT NGHIỆP

Họ và tên sinh viên: Trần Tấn Đạt

Lớp: Tài chức QT KD – K4

Họ và tên giáo viên hướng dẫn: Ths. Nguyễn Tấn Thịnh

1. Tên đề tài tốt nghiệp: Phân tích và đề xuất biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh Doanh tại Công ty TNHH May Xuất Khẩu Việt Thành

2. Các số liệu ban đầu:

Thu thập tại Công ty

.....
3. Nội dung các phần thuyết minh và tính toán:

Phần 1: Cơ sở lý luận chung về phân tích hiệu quả kinh doanh của Doanh Nghiệp.

Phần 2: Phân tích thực trạng kinh doanh của Công ty ...

Phần 3: Đề xuất một số biện pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty ...

.....
4. Số lượng và tên các bảng biểu, bản vẽ: ...7-8 bản A0 để bảo vệ

.....
5. Ngày giao nhiệm vụ thiết kế:

6. Ngày hoàn thành nhiệm vụ:30 – 9 – 2016

TRƯỞNG BỘ MÔN

Cần Thơ, ngày tháng năm 2016
GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN

Nguyễn Tấn Thịnh

NHẬN XÉT CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN

Họ và tên sinh viên: Trần Tấn Đạt

Lớp: QTKD – K4

Tên đề tài: Phân tích và đề xuất biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh Doanh của Công ty TNHH May Xuất Khẩu Việt Thành.

Tính chất của đề tài:

I. NỘI DUNG NHẬN XÉT:

1. Tiến trình thực hiện khóa luận

2. Nội dung của đề án:.....

- Cơ sở lý thuyết:.....

- Các số liệu, tài liệu thực tế:.....

- Phương pháp và mức độ giải quyết các vấn đề:.....

3. Hình thức của đề án:.....

- Hình thức trình bày:.....

- Kết cấu của đề án:.....

4. Những nhận xét khác:.....

II. ĐÁNH GIÁ VÀ CHO ĐIỂM:

- Tiến trình làm đề án:/20

- Nội dung đề án:/60

- Hình thức đề án:/20

Tổng cộng:/100 (Điểm:)

Ngày tháng năm 2016

GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN

Nguyễn Tấn Thịnh

.....
.....
2. Hình thức đồ án:

.....
.....
.....
.....
3. Những nhận xét khác:

.....
II. ĐÁNH GIÁ VÀ CHO ĐIỂM:

- Nội dung đồ án:/80
- Hình thức đồ án:/20

Tổng cộng:/100 (Điểm:)

Ngày tháng năm 2016
GIÁO VIÊN DUYỆT

LỜI MỞ ĐẦU

Cùng với sự phát triển của nền kinh tế hàng hóa nhiều thành phần hoạt động theo cơ chế thị trường có sự quản lý của nhà nước, cũng như sự phát triển không ngừng của khoa học kỹ thuật thúc đẩy nhiều mô hình kinh tế, các loại hình doanh nghiệp phát triển đồng thời tạo ra môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt hơn. Xu hướng hội nhập hóa, quốc tế hóa tạo cho mỗi doanh nghiệp rất nhiều thuận lợi nhưng cũng không ít khó khăn. Vì vậy để tồn tại và phát triển đòi hỏi các doanh nghiệp phải năng động, mềm dẻo, linh hoạt trong việc sử dụng và triển khai có hiệu quả từng phương án sản xuất kinh doanh, sử dụng hợp lý nguồn lực hiện có như con người, máy móc, thiết bị...

Sản xuất kinh doanh là gì? Phương án thực hiện như thế nào? Con người, máy móc thiết bị sử dụng ra sao để đạt được hiệu quả tối ưu? Đó luôn là bài toán đặt ra với các doanh nghiệp. Mỗi doanh nghiệp sẽ có những đáp án khác nhau nhưng đều hướng tới một mục tiêu chung là lợi nhuận kinh doanh, mở rộng hoạt động, đứng vững trên thị trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt như hiện nay.

Với lý do đó, trong lần thực tập tốt nghiệp này, em đã tìm hiểu, nghiên cứu đặc điểm hoạt động sản xuất kinh doanh tại công ty TNHH May Xuất Khẩu Việt Thành . phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty và đề xuất một số giải pháp góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty.

Tên đề tài khóa luận tốt nghiệp của em là: ***“Phân tích và đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty TNHH May Xuất Khẩu Việt Thành ”.***

Khóa luận tốt nghiệp gồm có 3 phần:

Phần I: Cơ sở lý luận về Hiệu quả kinh doanh trong Doanh nghiệp

Phần II: Phân tích hiệu quả kinh doanh của Công ty TNHH May Xuất Khẩu Việt Thành .

Phần III: Đề xuất một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty TNHH May Xuất Khẩu Việt Thành.

Em xin chân thành cảm ơn !

PHẦN I

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH

TRONG DOANH NGHIỆP

1. Khái niệm và phân loại hiệu quả kinh doanh

1.1 Khái niệm về hiệu quả kinh doanh

Trong điều kiện kinh tế hiện nay, hiệu quả kinh doanh luôn là vấn đề được mọi doanh nghiệp quan tâm. Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp là phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực sẵn có của doanh nghiệp (nhân lực, tài lực, vật lực, tiền vốn) để đạt kết quả kinh doanh cao nhất với tổng chi phí thấp nhất. Từ khái niệm khái quát này, có thể hình thành công thức biểu diễn khái quát phạm trù hiệu quả kinh tế như sau:

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

+ Kết quả kinh doanh (kết quả đầu ra) được đo bằng các chỉ tiêu như: giá trị tổng sản lượng, doanh thu, lợi nhuận,...

+ Chi phí kinh doanh (yếu tố đầu vào) có thể bao gồm: lao động, tiền lương, chi phí nguyên vật liệu, chi phí giá vốn, chi phí bán hàng, vốn cố định, vốn lưu động,...

- Như vậy khi đánh giá hiệu quả kinh doanh không chỉ dừng lại ở việc đánh giá kết quả mà còn đánh giá chất lượng tạo ra kết quả đó. Trong kết quả đầu ra của doanh nghiệp quan trọng nhất là lợi nhuận. Để đạt được hiệu quả kinh doanh ngày càng cao và vững chắc đòi hỏi các nhà kinh doanh không những phải nắm chắc các nguồn lực về lao động, vật tư, tiền vốn, ... mà còn phải nắm chắc cung cầu hàng hóa trên thị trường, các đối thủ cạnh tranh, ... hiểu được thế mạnh, thế yếu của doanh nghiệp để khai thác hết tiềm lực hiện có và tận dụng được những cơ hội vàng của thị trường.

1.2. Bản chất của hiệu quả kinh doanh trong sản xuất kinh doanh

Thực chất khái niệm hiệu quả kinh doanh nói chung và hiệu quả sản xuất kinh doanh của hoạt động sản xuất kinh doanh nói riêng đã khẳng định bản chất của hiệu quả kinh tế trong hoạt động sản xuất kinh doanh là phản ánh mặt chất lượng của các hoạt động kinh doanh, phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực (lao động, thiết bị máy móc, nguyên nhiên vật liệu và tiền vốn) để đạt được mục tiêu cuối cùng của mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp – mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận.

1.3. Sự cần thiết nâng cao hiệu quả kinh doanh

Như chúng ta đã biết mọi tài nguyên thiên nhiên trên trái đất như đất đai, khoáng sản, hải sản, lâm sản... đều không phải là vô hạn. Bên cạnh đó, việc sử dụng những nguồn tài nguyên này một cách bừa bãi, không khoa học như hiện nay đang góp phần làm cho chúng ngày càng cạn kiệt và khan hiếm dần. Sự khan hiếm của tài nguyên thiên nhiên đòi hỏi và bắt buộc con người phải nghĩ đến việc lựa chọn kinh tế, khan hiếm càng tăng lên thì vấn đề lựa chọn kinh tế tối ưu càng phải đặt ra nghiêm túc, gay gắt. Người ta buộc phải lựa chọn phương pháp sản xuất như thế nào để tiết kiệm tài nguyên thiên nhiên lấy tiền đề cho sản xuất lâu dài.

Cùng với sự phát triển của kỹ thuật sản xuất thì càng ngày người ta càng tìm ra nhiều phương pháp khác nhau để chế tạo sản phẩm. Kỹ thuật sản xuất phát triển cho phép với cùng nguồn lực đầu vào nhất định người ta có thể tạo ra rất nhiều sản phẩm khác nhau. Điều này cho phép các doanh nghiệp có khả năng lựa chọn kinh tế: lựa chọn sản xuất kinh doanh sản phẩm (cơ cấu sản phẩm) tối ưu. Sự lựa chọn đúng đắn sẽ mang lại cho doanh nghiệp hiệu quả kinh doanh cao nhất, thu được nhiều lợi ích nhất. Giai đoạn phát triển kinh tế theo chiều rộng kết thúc và nhường chỗ cho sự phát triển kinh tế theo chiều sâu: sự tăng trưởng kết quả kinh tế của sản xuất chủ yếu nhờ vào việc cải tiến các yếu tố sản xuất về mặt chất lượng, ứng dụng các tiến bộ kỹ thuật mới, công nghệ mới, hoàn thiện công tác quản trị và cơ cấu kinh tế...

Như vậy nâng cao hiệu quả kinh doanh tức là đã nâng cao khả năng sử dụng các nguồn lực có hạn trong sản xuất, đạt được sự lựa chọn tối ưu. Mọi quyết định kinh tế: sản xuất cái gì? Sản xuất như thế nào? Và sản xuất cho ai? Đều được phải hoạch định rõ ràng. Hoạt động kinh doanh trong cơ chế thị trường, môi trường cạnh tranh gay gắt, nâng cao hiệu quả kinh doanh của hoạt động sản xuất là điều kiện tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp.

Trong cơ chế thị trường, việc giải quyết ba vấn đề kinh tế cơ bản: sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào, sản xuất cho ai dựa trên quan hệ cung cầu, giá cả thị trường, cạnh tranh và hợp tác. Các doanh nghiệp phải tự ra quyết định kinh doanh của mình, tự hạch toán lãi lỗ, lãi nhiều hưởng nhiều, lãi ít hưởng ít, không có lãi sẽ đi đến phá sản. Lúc này mục tiêu lợi nhuận trở thành một trong những mục tiêu quan trọng nhất, mang tính chất sống còn của kinh doanh.

Mặt khác trong nền kinh tế thị trường các doanh nghiệp phải cạnh tranh để tồn tại và phát triển. Môi trường cạnh tranh này ngày càng gay gắt, trong cuộc cạnh tranh

có nhiều doanh nghiệp trụ vững, phát triển sản xuất, nhưng không ít doanh nghiệp thua lỗ, giải thể. Để có thể trụ lại trong cơ chế thị trường, các doanh nghiệp luôn phải nâng cao chất lượng hàng hóa, giảm chi phí sản xuất, nâng cao uy tín... nhằm tới mục tiêu tối đa lợi nhuận. Do vậy, đạt hiệu quả kinh doanh và nâng cao hiệu quả kinh doanh luôn là vấn đề được quan tâm của doanh nghiệp và trở thành điều kiện sống còn để doanh nghiệp có thể tồn tại và phát triển trong nền kinh tế thị trường.

2. Phân loại và hệ thống các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh

2.1 Phân loại hiệu quả:

- Hiệu quả kinh tế: liên quan tới kết quả kinh tế và nguồn lực mà tổ chức, khu vực địa lý, quốc gia bỏ ra. Ở cấp doanh nghiệp khái niệm đó trùng với hiệu quả kinh doanh hay hiệu quả tài chính. Hiệu quả kinh doanh là hiệu quả hoạt động kinh doanh trong đó kết quả đầu ra được đo dưới dạng doanh thu và lợi nhuận có được.

- Hiệu quả khác (không xét dưới góc độ kinh tế): là các dạng kết quả khác như số lượng việc làm được tạo ra bởi doanh nghiệp, sự xáo trộn đời sống của một vùng dân cư, mức độ tác động tới môi trường tự nhiên.

2.2 Phân loại hiệu quả kinh doanh

- Phân loại theo kết quả đầu ra: có các chỉ tiêu năng suất (sức sản xuất) và doanh lợi (sức sinh lợi)

+ Năng xuất của nguồn lực X = Doanh thu thuần/X

+ Doanh lợi của nguồn lực X = Lợi nhuận/X

- Phân loại theo nguồn lực đầu vào: có các chỉ tiêu hiệu quả sử dụng lao động, hiệu quả sử dụng chi phí, hiệu quả sử dụng tài sản, hiệu quả sử dụng vốn.

+ Hiệu quả sử dụng lao động = Kết quả/số lao động bình quân

+ Hiệu quả sử dụng chi phí = Kết quả/chi phí (tổng chi phí, giá vốn hàng bán, chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp, chi phí lao động,...)

+ Hiệu quả sử dụng tài sản = Kết quả/tài sản bình quân (tổng tài sản, tài sản ngắn hạn, tài sản dài hạn, hàng tồn kho)

+ Hiệu quả sử dụng vốn = Kết quả/vốn (vốn chủ sở hữu, vốn vay)

- Phân loại theo phạm vi số liệu trong tổ chức:

+ Hiệu quả kinh doanh tổng thể: Kết quả kinh doanh của toàn doanh nghiệp/Nguồn lực của toàn doanh nghiệp

+ Hiệu quả kinh doanh bộ phận: Kết quả kinh doanh của bộ phận/Nguồn lực của bộ phận.

2.3 Hệ thống các chỉ tiêu hiệu quả

Hệ thống các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh của Doanh nghiệp có thể tóm tắt trong bảng sau:

Nguồn lực	Kết quả đầu ra	
	Doanh thu thuần (S-sale)	Lợi nhuận sau thuế (R-return)
Lao động (L)	Năng suất LĐ(sức sản xuất của lao động) $S_L = \frac{S}{L}$	Doanh lợi LĐ(sức sinh lời của lao động) $R_L = \frac{R}{L}$
Chi phí (C)	Năng suất chi phí $S_C = \frac{S}{C}$	Doanh lợi chi phí $R_C = \frac{R}{C}$
Tài sản (TS)	Năng suất tài sản (SOA) $S_{TS} = \frac{S}{TS}$	Doanh lợi tài sản (ROA) $R_{TS} = \frac{R}{TS}$
Vốn chủ sở hữu (VCSH)	Năng suất vốn chủ sở hữu (SOE) $S_{VCSH} = \frac{S}{VCSH}$	Doanh lợi vốn chủ sở hữu (ROE) $R_{VCSH} = \frac{R}{VCSH}$

- Mối liên hệ giữa hai nhóm chỉ tiêu năng suất(sức sản xuất) và doanh lợi(sức sinh lời) là:

Sức sinh lời của nguồn lực X = Sức sản xuất của nguồn lực X*ROS

Trong đó: ROS (return of sales) là tỷ số lợi nhuận trên doanh thu hay doanh lợi tiêu thụ

- Do đó khi phân tích:

+ Các chỉ tiêu năng suất: cần so sánh tốc độ tăng của nguồn lực với tốc độ tăng của doanh thu.

+ Các chỉ tiêu doanh lợi: cần sử dụng phương pháp thay thế liên hoàn để phân tích ảnh hưởng của thành phần năng suất và của tỷ số lợi nhuận trên doanh thu.

- Đối với các chỉ tiêu hiệu quả sử dụng lao động cần tính:

+ Hiệu quả sử dụng tổng lao động S_{TL} ; R_{TL}

+ Hiệu quả sử dụng tổng lao động trực tiếp S_{LTT} ; R_{LTT}

- + Hiệu quả sử dụng tổng lao động gián tiếp S_{LGT} ; R_{LGT}
- + Các chỉ tiêu lao động khác: hiệu quả sử dụng lao động ở bộ phận kinh doanh và bán hàng.

- Đối với các chỉ tiêu hiệu quả sử dụng chi phí cần tính:

- + Hiệu quả sử dụng tổng chi phí S_{TC} ; R_{TC}
- + Tỷ số lợi nhuận trên doanh thu ROS
- + Hiệu quả sử dụng giá vốn hàng bán
- + Hiệu quả sử dụng chi phí bán hàng
- + Hiệu quả sử dụng chi phí quản lý doanh nghiệp S_{Cqldn} ; R_{Cqldn}
- + Hiệu quả sử dụng chi phí tài chính S_{Ctc} ; R_{Ctc}

- Đối với các chỉ tiêu hiệu quả sử dụng tài sản và vốn chủ sở hữu cần tính:

- + Hiệu quả sử dụng tổng tài sản SOA; ROA
- + Hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn S_{TSNH} ; R_{TSNH}
- + Hiệu quả sử dụng tài sản dài hạn S_{TSDH} ; R_{TSDH}
- + Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu SOE; ROE

- + Các chỉ tiêu hiệu quả khác như vòng quay hàng tồn kho, thời gian thu tiền bán hàng bình quân.

2.4 Ý nghĩa của hiệu quả kinh doanh

2.4.1 Đối với xã hội

Hiệu quả kinh doanh là động lực phát triển đối với toàn bộ nền kinh tế nói chung. Nhà nước thông qua các chỉ tiêu lợi nhuận để đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp bằng nhiều công cụ trong đó có thuế. Nhà nước thu thuế và tái đầu tư vào các ngành mũi nhọn, đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống, tạo điều kiện cho các ngành kinh tế khác phát triển, giữ vững an ninh trật tự xã hội,...

2.4.2 Đối với bản thân doanh nghiệp

Hiệu quả kinh doanh là điều kiện tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Doanh nghiệp có tồn tại và phát triển được hay không phụ thuộc vào việc kinh doanh có hiệu quả và tạo ra được nhiều lợi nhuận hay không? Với ý nghĩa là đòn bẩy thì lợi nhuận được xem là thước đo cơ bản và quan trọng nhất đánh giá hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp. Doanh nghiệp hoạt động sản xuất tốt, quản lý tốt chi phí làm cho giá thành hạ, doanh nghiệp có điều kiện hạ giá thành, tăng sức cạnh tranh cho sản phẩm của mình

dẫn đến đẩy mạnh tiêu thụ, tăng lợi nhuận một cách trực tiếp. Ngược lại giá thành tăng sẽ làm giảm lợi nhuận của doanh nghiệp. Có thể nói lợi nhuận phản ánh chất lượng hoạt động sản xuất kinh doanh, là căn cứ quan trọng để doanh nghiệp xem xét và điều chỉnh hoạt động của mình đi đúng hướng. Ngoài ra lợi nhuận còn có vai trò là nguồn tích lũy để doanh nghiệp bổ xung vốn vào quá trình sản xuất, trích lập các quỹ khen thưởng, quỹ phúc lợi, quỹ phát triển kinh doanh,...từ các quỹ này giúp doanh nghiệp có điều kiện bổ xung vốn, đầu tư sản xuất mở rộng kinh doanh, tăng máy móc thiết bị, cũng như nâng cao đời sống cán bộ công nhân viên,...

2.4.3 Đối với người lao động

Hiệu quả kinh doanh là động lực thúc đẩy, kích thích người lao động hăng say sản xuất, quan tâm tới thành quả lao động của mình. Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh đồng nghĩa với việc nâng cao đời sống của chính người lao động trong doanh nghiệp.

2.5 Quy trình phân tích hiệu quả kinh doanh

Phân tích hiệu quả kinh doanh là công cụ cung cấp thông tin phục vụ cho công tác điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh của các nhà quản trị doanh nghiệp, những thông tin này thường không có sẵn trong báo cáo tài chính hay bất kỳ tài liệu nào của doanh nghiệp mà phải thông qua quá trình phân tích. Nội dung chủ yếu của phân tích là:

2.5.1 Xác định kỳ phân tích và hệ thống chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh

Khi phân tích hiệu quả kinh doanh của mỗi doanh nghiệp cần phải xác định rõ kỳ phân tích. Kỳ phân tích có thể theo từng quý, từng năm, một năm hay hai năm,... Nếu theo phương pháp so sánh toàn ngành có thể lấy giá trị đạt được bình quân của ngành làm tiêu chuẩn hiệu quả hoặc có thể so sánh với chỉ tiêu của năm trước.

Hệ thống chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh bao gồm các nhóm chỉ tiêu sau:

- + Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng lao động
- + Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng chi phí
- + Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng tài sản và vốn chủ sở hữu

2.5.2 Thu thập dữ liệu và tính toán giá trị các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh

Để phân tích được các chỉ tiêu trên cần phải dựa vào các căn cứ sau:

- + Bảng kết quả hoạt động kinh doanh
- + Bảng cân đối kế toán.

Trên cơ sở đó ta có thể đánh giá được mối quan hệ giữa các chỉ tiêu phản ánh quy mô sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Mặt khác cũng sẽ nghiên cứu được sự biến động của các chỉ tiêu. Điều này giúp ta đánh giá được thực trạng và triển vọng của từng doanh nghiệp so với nền kinh tế quốc dân.

2.5.3 Phân tích xu thế biến động của các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh

Phân tích xu thế biến động của các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh là phân tích các yếu tố:

- + Tính toán sự thay đổi của hiệu quả sử dụng lao động
- + Tính toán sự thay đổi của hiệu quả chi phí
- + Tính toán sự thay đổi của hiệu quả sử dụng tài sản và vốn
- + Phân tích ảnh hưởng của tử số, mẫu số tới tỷ số hiệu quả
- + Phân tích Dupont đối với ROE để thấy ảnh hưởng của ROS, SOA và hệ số đòn bẩy ROE.

Bằng cách so sánh số liệu kỳ thực tế với kỳ kế hoạch, kỳ thực tế so với kỳ trước, kỳ thực tế so với trung bình ngành hay của đối thủ cạnh tranh để thấy được sự tăng giảm của các yếu tố, từ đó tìm ra nguyên nhân gây ra xu thế biến động của các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh.

2.5.4 Phân tích chi tiết nhân tố doanh thu

- + Phân tích chi tiết theo khu vực địa lý
- + Phân tích chi tiết theo chủng loại sản phẩm
- + Phân tích chi tiết theo kênh phân phối
- + Phân tích chi tiết thời gian

Qua việc phân tích sẽ biết được nguyên nhân tăng, giảm doanh thu xuất phát từ khu vực nào, loại sản phẩm nào và nhóm khách hàng nào.

2.5.5 Phân tích chi tiết tình hình sử dụng yếu tố đầu vào

Các yếu tố đầu vào cần phân tích chi tiết bao gồm:

- + Lao động
- + Chi phí
- + Tài sản và nguồn vốn

Qua việc phân tích sẽ biết được xu thế biến động, cơ cấu, nguyên nhân biến động.

2.5.6 Nhận xét và đánh giá chung

Như vậy từ việc phân tích chi tiết sự biến động của các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh, phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến doanh thu và phân tích tình hình sử dụng yếu tố đầu vào ta thấy được những mặt yếu kém của hiệu quả kinh doanh, nguyên nhân gây biến động hiệu quả kinh doanh, từ đó tìm ra giải pháp để tăng hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp.

3. Phương pháp phân tích và dữ liệu phục vụ phân tích

3.1 Phương pháp so sánh giản đơn

- Phương pháp so sánh giản đơn là kết quả của phép trừ giữa trị số của kỳ phân tích so với kỳ gốc của các chỉ tiêu kinh tế. Để phép so sánh có ý nghĩa thì điều kiện tiên quyết là các chỉ tiêu được đem so sánh phải đảm bảo tính chất so sánh được về không gian và thời gian.

+ Về thời gian: các chỉ tiêu được tính trong cùng một khoảng thời gian hạch toán như nhau (cùng tháng, quý, năm,...) và phải đồng nhất trên ba mặt: cùng phản ánh nội dung kinh tế, cùng một phương pháp tính toán, cùng một đơn vị đo lường.

+ Về không gian: các chỉ tiêu kinh tế cần phải được quy đổi về cùng quy mô tương tự như nhau (cùng một bộ phận, cùng một ngành,...)

- Để đáp ứng cho các mục tiêu so sánh thường dùng các phương pháp so sánh sau:

+ Phương pháp so sánh tuyệt đối:

$$\begin{array}{l} \text{Mức tăng giảm} \\ \text{tuyệt đối chỉ} \\ \text{tiêu} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Trị số chỉ tiêu} \\ \text{kỳ phân tích} \end{array} - \begin{array}{l} \text{Trị số chỉ tiêu} \\ \text{kỳ gốc} \end{array}$$

Mức tăng giảm trên chỉ phản ánh về lượng. Thực chất việc tăng giảm trên không kết luận có hiệu quả, tiết kiệm hay lãng phí. Phương pháp này được dùng kèm với các phương pháp khác khi đánh giá hiệu quả giữa các kỳ.

+ Phương pháp so sánh tương đối:

$$\text{Mức tăng giảm tương đối chỉ tiêu} = \frac{\text{Trị số kỳ phân tích}}{\text{Trị số kỳ gốc}} \times 100\%$$

Điều kiện so sánh:

Đảm bảo tính thống nhất về nội dung kinh tế của chỉ tiêu

Đảm bảo tính thống nhất về phương pháp tính các chỉ tiêu

Đảm bảo tính thống nhất về đơn vị tính các chỉ tiêu cả về số lượng, thời gian và giá trị.

Phương pháp so sánh giản đơn được sử dụng phổ biến trong các lĩnh vực phân tích lao động, vật tư, tiền vốn, lợi nhuận,... để kiểm tra mức độ hoàn thành kế hoạch và đánh giá tình hình phát triển sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

3.2 Phương pháp so sánh có liên hệ với chỉ tiêu kết quả

Phương pháp so sánh có liên hệ với chỉ tiêu kết quả xác định mức biến động tương đối của chỉ tiêu phân tích, là kết quả so sánh giữa số phân tích với số gốc đã được điều chỉnh theo một hệ số của chỉ tiêu kết quả có liên quan.

Mức độ biến động tương đối:

$$\Delta X = X_1 - X_0 \cdot \frac{Y_1}{Y_0}$$

X: là chỉ tiêu phân tích

X₁: chỉ tiêu phân tích kỳ phân tích

X₀: chỉ tiêu phân tích kỳ gốc

Y: là chỉ tiêu kết quả có liên quan

Y₁: chỉ tiêu kết quả ở kỳ phân tích

Y₀: chỉ tiêu kết quả ở kỳ gốc

Phương pháp so sánh có liên hệ với chỉ tiêu kết quả khi được sử dụng sẽ cho kết quả chính xác hơn phương pháp so sánh giản đơn. Thông qua mức độ biến động tương đối của chỉ tiêu phân tích có liên hệ với chỉ tiêu kết quả có thể biết sự tăng giảm của chỉ tiêu phân tích có hiệu quả hay không, tiết kiệm hay lãng phí. Phương pháp này được sử dụng phổ biến trong lĩnh vực phân tích lao động, vật tư, tiền vốn, lợi nhuận,... để đánh giá tình hình phát triển sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Điều kiện so sánh:

- + Đảm bảo tính thống nhất về nội dung kinh tế của chỉ tiêu.
- + Đảm bảo tính thống nhất về phương pháp tính các chỉ tiêu
- + Đảm bảo tính thống nhất về đơn vị tính các chỉ tiêu cả về số lượng, thời gian và giá trị.

3.3 Phương pháp thay thế liên hoàn

Phương pháp thay thế liên hoàn là phương pháp mà ở đó các nhân tố lần lượt được thay thế theo một trình tự nhất định, chính xác mức độ ảnh hưởng của chúng đến

chỉ tiêu cần phân tích(đối tượng phân tích) bằng cách cố định các nhân tố khác trong mỗi lần thay thế.

Thực chất của phương pháp này là thay số liệu thực tế vào số liệu kế hoạch, số liệu định mức hoặc số liệu gốc.

Số liệu thay thế của một nhân tố nào đó phản ánh mức độ ảnh hưởng của nhân tố đó tới các chỉ tiêu phân tích trong khi các chỉ tiêu khác không thay đổi.

Theo phương pháp này chỉ tiêu là hàm $C = f(x,y,z)$

Trình tự thay thế: các nhân tố về khối lượng thay thế trước, các nhân tố về chất lượng thay thế sau, trường hợp đặc biệt tùy theo yêu cầu của mục đích phân tích.

Phương trình: $Q = a.b.c$

Trong đó:

Q: là chỉ tiêu cần phân tích

a,b,c: là các nhân tố ảnh hưởng đến chỉ tiêu phân tích

Q_1 : chỉ tiêu kỳ phân tích, $Q_1 = a_1.b_1.c_1$

Q_0 : chỉ tiêu kỳ gốc, $Q_0 = a_0.b_0.c_0$

$\Delta Q = Q_1 - Q_0$: mức chênh lệch giữa kỳ thực hiện và kỳ gốc

Thực hiện theo trình tự các bước thay thế:

+ Bước 1: cho nhân tố a (a_0 được thay thế bằng a_1)

Mức độ ảnh hưởng của nhân tố a là: $\Delta a = a_1.b_0.c_0 - a_0.b_0.c_0$

+ Bước 2: cho nhân tố b (b_0 được thay thế bằng b_1)

Mức độ ảnh hưởng của nhân tố b là: $\Delta b = a_1.b_1.c_0 - a_0.b_0.c_0$

+ Bước 3: cho nhân tố c (c_0 được thay thế bằng c_1)

Mức độ ảnh hưởng của nhân tố a là: $\Delta c = a_1.b_1.c_1 - a_0.b_0.c_0$

Tổng hợp mức độ ảnh hưởng của các nhân tố ta có:

$$\Delta Q = \Delta a + \Delta b + \Delta c$$

- Ưu nhược điểm của phương pháp:

+ Ưu điểm: là phương pháp đơn giản, dễ tính toán so với các phương pháp xác định nhân tố ảnh hưởng khác. Phương pháp thay thế liên hoàn có thể xác định các nhân tố có quan hệ với chỉ tiêu phân tích bằng thương, tổng, hiệu tích số và cả số %.

+ Nhược điểm: khi xác định nhân tố nào đó phải giả định nhân tố khác không thay đổi, trong thực tế các nhân tố khác có thể thay đổi. Việc sắp xếp trình tự các nhân

tổ từ nhân tố số lượng cho đến chất lượng, trong thực tế việc phân biệt rõ ràng việc phân biệt giữa hai nhân tố đó là không rõ ràng.

+ Phạm vi áp dụng: phương pháp này để phân tích nguyên nhân, xác định được mức độ ảnh hưởng của nhân tố làm tăng/giảm chỉ tiêu đang phân tích. Từ đó đưa ra các biện pháp khắc phục những nhân tố chủ quan ảnh hưởng không tốt đến chất lượng kinh doanh và đồng thời củng cố xây dựng phương hướng cho kỳ sau.

3.5 Dữ liệu và nguồn dữ liệu phục vụ cho việc phân tích

3.5.1 Dữ liệu bên trong doanh nghiệp

- Dữ liệu bên trong doanh nghiệp bao gồm các loại dữ liệu:

+ Các đơn đặt hàng: số lượng đơn hàng, lượng hàng trên từng đơn, các đơn hàng đã đặt, đang giao, đã giao và đã thu tiền.

+ Kết quả tiêu thụ: lượng bán, doanh thu, tồn kho, thị phần theo khu vực, theo loại sản phẩm, theo thời gian và theo nhóm khách hàng.

+ Tình hình công nợ: các khoản phải thu theo khu vực, theo nhóm khách hàng.

+ Các thông tin khác: đặc điểm của sản phẩm, giá bán, chính sách nhân viên bán hàng, chính sách phát triển sản phẩm, xúc tiến bán của doanh nghiệp,...

- Các nguồn dữ liệu bên trong doanh nghiệp:

+ Hệ thống sổ sách kế toán: chu trình đặt hàng-giao hàng-thu tiền.

+ Hệ thống báo cáo bán hàng: từ các kho, các chi nhánh, đơn vị cấp dưới báo cáo lên nhà quản trị marketing, cung cấp các số liệu về lượng bán, giá cả, doanh thu, hàng tồn kho, những khoản phải thu, khoản phải chi, đặc điểm của các đơn hàng, khách hàng tại từng khu vực.

3.5.2 Dữ liệu bên ngoài doanh nghiệp

- Dữ liệu bên ngoài doanh nghiệp bao gồm các dữ liệu về:

+ Khách hàng: là người sử dụng sản phẩm hay nhà trung gian. Dữ liệu về các mong muốn, quan tâm, hoạt động của khách hàng, những góp ý hay ý kiến phản hồi của khách hàng...

+ Đối thủ cạnh tranh: dữ liệu về các bước phát triển của đối thủ cạnh tranh như đặc điểm sản phẩm, giá bán, chiến dịch quảng cáo, khuyến mãi,...

+ Môi trường vĩ mô: dữ liệu về các quy định pháp lý mới, các tiến bộ khoa học công nghệ, những trào lưu xã hội, sự kiện xã hội,...

+ Dữ liệu khác: những thay đổi liên quan đến các kênh phân phối như sự xuất hiện các loại hình bán buôn và bán lẻ mới, chi phí gia nhập,...

- Các nguồn dữ liệu bên ngoài doanh nghiệp:

+ Nguồn lực nội bộ của doanh nghiệp: nhà quản trị marketing của doanh nghiệp có thể tự theo dõi tình hình bên ngoài qua các thông tin đại chúng hay qua các cuộc gặp gỡ và khảo sát riêng. Ngoài ra các nhân viên bán hàng có thể thu thập dữ liệu bên ngoài doanh nghiệp rất hiệu quả do công việc bán hàng đòi hỏi họ liên tục phải nắm bắt tình hình do mình phụ trách.

+ Nguồn lực bên ngoài doanh nghiệp gồm:

Các chuyên gia bên ngoài doanh nghiệp như nhà kinh tế, tư vấn,...

Những người là cổ đông đối thủ cạnh tranh.

Đóng vai những người mua hàng giả danh.

Mua dữ liệu từ những công ty dịch vụ thông tin marketing chuyên nghiệp.

4. Các nhân tố ảnh hưởng tới hiệu quả kinh doanh

Trong sản xuất kinh doanh hầu hết các doanh nghiệp đều bị tác động bởi môi trường bên trong và môi trường bên ngoài doanh nghiệp. Sự thành công của doanh nghiệp cũng phụ thuộc khá nhiều vào những yếu tố này. Vì vậy doanh nghiệp cần phải biết phân tích, đánh giá và biết kết hợp hài hòa giữa các yếu tố này để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh cho doanh nghiệp mình.

4.1 Các nhân tố bên trong doanh nghiệp

4.1.1 Nhân tố quản trị doanh nghiệp

- Đối với mọi doanh nghiệp càng ngày nhân tố quản trị càng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả kinh doanh. Nó tác động tới hoạt động kinh doanh qua nhiều yếu tố như cơ cấu lao động, cơ sở vật chất,... Công tác quản trị doanh nghiệp được tiến hành tốt sẽ giúp doanh nghiệp có một hướng đi đúng, xác định chiến lược kinh doanh, các mục tiêu mang lại hiệu quả.

- Với một cơ cấu tổ chức bộ máy quản trị doanh nghiệp hợp lý không những giúp điều hành doanh nghiệp tốt mà còn làm giảm tối thiểu các chi phí quản lý và xây dựng một cơ cấu lao động tối ưu. Nhân tố này còn giúp lãnh đạo doanh nghiệp đề ra những quyết định đúng đắn, chính xác và kịp thời, tạo ra những động lực to lớn để kích thích kinh doanh phát triển, nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

4.1.2 Lao động

Mọi lực lượng kinh doanh đều do lực lượng lao động tiến hành. Nó là chủ thể trong hoạt động kinh doanh, mọi nỗ lực đưa khoa học công nghệ trang thiết bị máy móc hiện đại để nâng cao hiệu quả kinh doanh đều do con người tạo ra và thực hiện chúng. Song để đạt được điều đó đội ngũ nhân viên lao động cũng phải có một lượng kiến thức chuyên môn ngành nghề cao, góp phần ứng dụng tốt, tạo ra những sản phẩm phù hợp mang lại lợi ích cho doanh nghiệp.

4.1.3 Vốn kinh doanh

Yếu tố vốn là yếu tố chủ chốt quyết định đến quy mô của doanh nghiệp và quy mô cơ hội có thể khai thác. Nó phản ánh sự phát triển của doanh nghiệp và là sự đánh giá về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Vốn còn là nền tảng, là cơ sở cho doanh nghiệp hoạt động, góp phần đa dạng hóa phương thức kinh doanh, đa dạng hóa thị trường, đa dạng hóa sản phẩm. Ngoài ra còn giúp cho doanh nghiệp đảm bảo độ cạnh tranh cao và giữ ưu thế lâu dài trên thị trường.

4.1.4 Trang thiết bị kỹ thuật

Ngày nay công nghệ kinh doanh giữ vai trò quan trọng, luôn thay đổi dây truyền công nghệ là điều được khuyến khích nhưng cũng phải tùy theo quy mô và tính đồng bộ của doanh nghiệp. Chính nhờ những thiết bị khoa học tiên tiến mà người lao động được giải phóng sức lao động, năng suất tăng lên nhiều lần và dẫn tới tăng hiệu quả.

4.2 Các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp

4.2.1 Thị trường và đối thủ cạnh tranh

Mối quan hệ giữa các doanh nghiệp cùng ngành và cùng sản xuất một ngành hàng hoặc một nhóm hàng có thể trở thành bạn hàng của nhau trong kinh doanh nhưng có thể lại là đối thủ của nhau trên thị trường đầu vào và đầu ra.

Đối thủ cạnh tranh: bao gồm hai nhóm, đối thủ cạnh tranh thứ cấp và sơ cấp. Nếu doanh nghiệp có đối thủ cạnh tranh mạnh thì việc nâng cao hiệu quả kinh doanh là rất khó khăn vì vậy doanh nghiệp cần phải đẩy mạnh tốc độ tiêu thụ, tăng doanh thu, tổ chức bộ máy lao động hợp lý,... để tạo cho doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh về giá, chất lượng, mẫu mã, chủng loại,... nâng cao hiệu quả kinh doanh

Thị trường: bao gồm thị trường bên trong, thị trường đầu vào, thị trường đầu ra. Nó là yếu tố quyết định quá trình mở rộng kinh doanh của doanh nghiệp.

+ Đối với thị trường đầu vào: cung cấp các yếu tố cho quá trình kinh doanh như nguyên vật liệu, máy móc thiết bị,...cho nên nó tác động trực tiếp đến quá trình kinh doanh.

+ Đối với thị trường đầu ra: quyết định doanh thu của doanh nghiệp trên cơ sở chấp nhận hàng hóa dịch vụ của các doanh nghiệp, thị trường đầu ra sẽ quyết định doanh thu của doanh nghiệp, tốc độ tiêu thụ, tạo vòng quay vốn nhanh hay chậm từ đó tác động đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

4.2.2 Nhân tố khách hàng

Nhân tố này chịu sự tác động của giá cả, chất lượng sản phẩm, thu nhập, thói quen của người tiêu dùng. Mỗi sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp đều có hiệu quả riêng nên nhân tố sức mua cũng khác nhau. Nếu kinh doanh phù hợp với nhu cầu người tiêu dùng, chiếm tỷ trọng lớn trong toàn bộ mặt hàng của doanh nghiệp thì hiệu quả của doanh nghiệp cũng tăng lên. Do vậy đòi hỏi doanh nghiệp phải nghiên cứu nhân tố này để có kế hoạch kinh doanh phù hợp.

4.2.3 Nhân tố môi trường vĩ mô

Môi trường vĩ mô bao gồm kinh tế, chính trị, văn hóa-xã hội hay điều kiện tự nhiên của một quốc gia, nó cũng ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Nó tác động trực tiếp và gián tiếp đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

5. Các phương hướng nâng cao hiệu quả kinh doanh

5.1 Tăng kết quả đầu ra (tăng doanh thu)

Doanh thu được xác định như sau:

$$S = \sum P_i * Q_i$$

Trong đó:

S: là doanh thu

P: là giá bán đơn vị sản phẩm

Q: là số lượng sản phẩm tiêu thụ trong kỳ

Vì vậy tăng doanh thu cần phải tăng số lượng sản phẩm tiêu thụ hoặc tăng giá bán.

Việc tăng giá bán cần xét đến nhiều điều kiện bởi vì nếu cùng một loại sản phẩm được cung cấp bởi nhiều nhà kinh doanh thì chắc chắn doanh nghiệp sẽ cạnh tranh nhau về giá.

Do vậy để tăng doanh thu thì doanh nghiệp phải tìm cách tiêu thụ được càng nhiều sản phẩm càng tốt. Muốn đạt được điều này thì doanh nghiệp cần đa dạng hóa sản phẩm, đa dạng hóa ngành nghề kinh doanh và mở rộng thị trường để chiếm lĩnh thị trường.

5.2 Sử dụng tiết kiệm nguồn lực

5.2.1 Sử dụng tốt nguồn nhân lực

Trong các nguồn lực đầu vào của quá trình kinh doanh yếu tố con người luôn giữ một vai trò quyết định, khai thác và sử dụng tốt nguồn nhân lực trong kinh doanh được thể hiện qua:

- + Sắp xếp lao động hợp lý cho doanh nghiệp
- + Nâng cao trình độ tay nghề, chuyên môn cho người lao động, tận dụng thời gian làm việc, đảm bảo thực hiện các định mức lao động.
- + Trang bị công nghệ, áp dụng các thành tựu khoa học vào kinh doanh.
- + Có chế độ khen thưởng khuyến khích người lao động.

5.2.2 Sử dụng vốn

Vốn đầu tư luôn là nhân tố quan trọng với bất kỳ doanh nghiệp nào. Huy động và sử dụng vốn có hiệu quả luôn là vấn đề lớn mà doanh nghiệp quan tâm trong hoạt động kinh doanh của mình. Thông thường doanh nghiệp sử dụng một số biện pháp sau:

- + Tận dụng triệt để năng lực có sẵn của doanh nghiệp, nâng cao hiệu suất sử dụng máy móc của doanh nghiệp.
- + Giảm tối đa các bộ phận thừa không cần thiết.
- + Xây dựng cơ cấu vốn tối ưu.
- + Tiết kiệm chi phí và hạ giá thành
- + Đẩy nhanh tốc độ quay vòng vốn lưu động
- + Lựa chọn đổi mới công nghệ phù hợp, sử dụng đúng mục tiêu nguồn vốn công nghệ.

5.2.3 Giảm chi phí

Giảm chi phí nguyên vật liệu, tiết kiệm nguyên vật liệu vì chi phí nguyên vật liệu chiếm hơn 50% giá thành nên khi doanh nghiệp tiết kiệm nguyên vật liệu thì sẽ tiết kiệm chi phí về nguyên vật liệu và sẽ làm hạ giá thành sản phẩm. Nhưng bên cạnh việc hạ giá thành sản phẩm thì tiết kiệm nguyên vật liệu quá mức sẽ dẫn đến chất lượng sản

phẩm kém. Vì vậy doanh nghiệp cần có kế hoạch dự trữ bảo quản cũng như cấp phát nguyên vật liệu một cách hợp lý.

Để giảm chi phí kinh doanh thì doanh nghiệp cần thực hiện:

+ Cắt giảm lao động dư thừa để giảm chi phí lao động

+ Sắp xếp bộ máy quản lý gọn nhẹ, bố trí công việc hợp lý hoạt động có hiệu quả sẽ góp phần giảm chi phí quản lý...

PHẦN II

PHÂN TÍCH HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH MAY XUẤT KHẨU VIỆT THÀNH

1. Quá trình hình thành và phát triển của Công Ty TNHH May Xuất Khẩu Việt Thành

1.1 Tên, quy mô và địa chỉ Công ty

- Tên Công ty: Công ty TNHH May Xuất Khẩu Việt Thành
- Tên giao dịch : Việt Thành Garment Export Co,LTD
- Trụ sở ; Khu Công Nghiệp Cái Sơn - Hàng Bàng .P An Bình .Q Ninh Kiều TP Cần Thơ
- Vốn điều lệ: 22.000.000.000 đồng (Hai mươi hai tỷ đồng)
- Điện thoại ; (0710)3911555
- Fax: (0710)911666
- E-mail: *vietthanhct@hcm.vnn.vn*

Loại hình doanh nghiệp: Công ty TNHH

1.2 Các mốc quan trọng trong quá trình phát triển

- Công ty TNHH May Xuất Khẩu Việt Thành được thành lập vào ngày 15/07/1999 theo quyết định số 000026 QĐ/TLĐN-UTB ngày 15/07/1999 của UBND TP Cần Thơ , chính thức hoạt động vào tháng 01/ 2000 dưới sự giám sát của Sở Công Nghiệp .

- Công Ty TNHH May Xuất Khẩu Việt Thành có rỗng diện toạ 1 8.875m² trong đó diện tích nhà xưởng là 1.140m²

- Đây là Cty TNHH nhiều thành viên, với 5 thành viên góp vốn . Tổng nguồn vốn góp được gần 22 tỷ đồng chủ yếu là đầu tư xây dựng cơ bản và trang thiết bị máy móc chuyên dùng phục vụ cho nhiệm vụ may công nghiệp

- Công ty TNHH May Xuất Khẩu Việt Thành chuyên sản xuất gia công các mặt hàng may mặc xuất khẩu , đây là đơn vị được thành lập đầu tiên tại khu trung tâm công

nghiệp Cái Sơn –Hàng Bàng , tuy lúc đầu đơn vị gặp nhiều khó khăn trong hoạt động sản xuất kinh doanh nhưng nhờ sự quyết tâm của HĐQT và BGĐ công ty cùng đội ngũ cán bộ công nhân viên lành nghề đoàn kết vượt qua mọi khó khăn thử thách để có được thành công như ngày hôm nay. Đồng thời tạo được niềm tin , sự uy tín đối với một số khách hàng lớn khó tính như ; Mỹ , Anh , Nhật , Đài Loan

- Hiện tại và tương lai sắp tới Công ty sẽ mở rộng thêm diện tích nhà xưởng , mua thêm dây chuyền may mới và trang thiết bị máy móc hiện đại nhằm tăng năng suất lao động , sản phẩm đạt yêu cầu chất lượng , tay nghề công nhân lao động được nâng cao . Đây là điều kiện thuận lợi để Công ty giải quyết được công ăn việc làm ổn định cho nguồn lao động ở Cần Thơ nói riêng và khu vực Đồng Bằng Sông Cửu Long nói chung . Đồng thời góp phần đáng kể cho kim ngạch xuất khẩu của hàng may mặc xuất khẩu Việt Nam trên thị trường Thế Giới .

- Công ty TNHH May Xuất Khẩu Việt Thành luôn thực hiện theo các tiêu chuẩn về hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001-2000

1.2. Chức năng, nhiệm vụ của Công ty

1.2.1 Nhiệm vụ của doanh nghiệp:

Trong hoạt động sản xuất kinh doanh của mình, Công ty TNHH May Xuất Khẩu Việt Thành phải đảm nhận một số nhiệm vụ chính sau:

+ Sản xuất, kinh doanh, xuất nhập khẩu các sản phẩm dệt may, nguyên phụ liệu, máy móc, thiết bị, phụ tùng, linh kiện ngành dệt may.

+ Tổ chức sản xuất - kinh doanh xuất nhập khẩu đúng ngành, nghề, đúng mục đích thành lập Công ty.

+ Xây dựng, triển khai thực hiện kế hoạch sản xuất và phát triển phù hợp với mục tiêu của Công ty.

+ Chủ động tìm hiểu thị trường, khách hàng và ký kết hợp đồng kinh tế.

+ Trên cơ sở các đơn đặt hàng, tiến hành xây dựng kế hoạch sản xuất, kỹ thuật, tài chính, các kế hoạch tác nghiệp và tổ chức thực hiện kế hoạch.

+ Thực hiện nghĩa vụ đối với người lao động theo qui định của luật pháp.

+ Bảo toàn vốn và phát triển vốn được Nhà nước Giao, thực hiện các nhiệm vụ và nghĩa vụ đối với Nhà nước.

1.3. Các khách hàng, sản phẩm, dịch vụ chủ yếu của doanh nghiệp

Khách hàng chính của công ty là những hãng thời trang thế giới: Mango, Zara, Columbia...

Tên khách hàng	Quốc gia	Sản phẩm chính
MANGO	USA	Quần
ZARA	Tây Ban Nha	Măng tô
COLOMBIA	USA	Jacket, Quần trượt tuyết...
FOREVER 21	USA	Jacket
KOLH	USA	Váy, sơ mi, quần áo dệt kim
TARGET	USA	Jacket, Quần
MAYCY	USA	Polo shirt
UNIQLO	Japan	Váy, quần

C

ác

sản

phẩm

chính

của

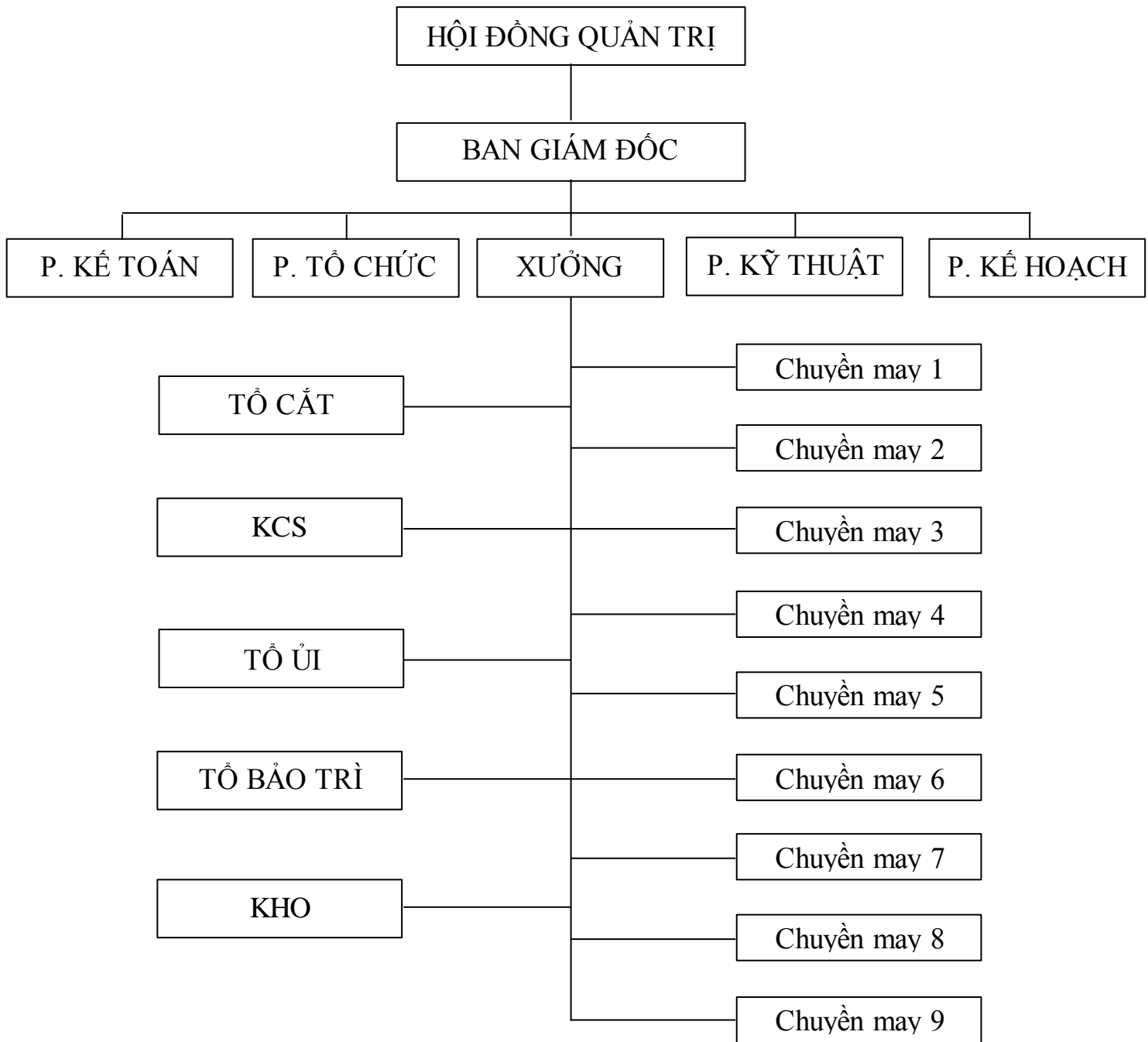
công ty:

Sản phẩm chính	Quần, áo jacket, đồng phục, sơ mi, váy....	
Thị trường chính	USA, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc, Tây Ban Nha,...	
Sản lượng/ Nước	USA	60%
	EU	15%
	Nhật Bản	10%
	Khác	15%
Sản lượng/ Loại	Men	30%
	Woman	40%
	Children	25%
	Other	5%

Công ty vừa sản xuất những mặt hàng nội địa phục vụ nhu cầu thời trang trong nước vừa đảm bảo tiến độ gia công đối với các đơn hàng xuất khẩu, thêm vào đó bộ phận thiết kế luôn nghiên cứu và cho ra nhiều mẫu đáp ứng nhu cầu của khách hàng nội địa cũng như xuất khẩu.

1.4. Bộ máy tổ chức quản lý của Công ty TNHH May Xuất Khẩu Việt Thành

Sơ đồ cơ cấu tổ chức:



Hình 1: Tổ chức bộ máy quản lý của Công ty

Cơ cấu tổ chức Công Ty TNHH May Xuất Khẩu Việt Thành là cơ cấu trực tuyến chức năng . Với loại hình cơ cấu tổ chức này đã thể hiện sự quản lý bao quát của ban giám đốc xuống các phòng ban . điều này đảm bảo cho nhà quản lý có thể trực tiếp điều hành và nắm bắt tình hình hoạt động của toàn công ty một cách dễ dàng .

Quy trình sản xuất của công ty theo công nghệ chuyên môn hoá bộ phận, hình thành nên các dây chuyền chảy đáp ứng kịp thời tiến độ sản xuất.

Cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý trực tuyến-chức năng phát huy hết tiềm lực mang lại hiệu quả sản xuất cao cung cấp cho thị trường may và thời trang hàng trăm nghìn sản phẩm mỗi năm, đóng góp hàng tỉ đồng tiền thuế cho nhà nước mỗi năm .

2. PHÂN TÍCH HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH MAY XUẤT KHẨU VIỆT THÀNH

2.1. Đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty 2 năm 2016- 2017

Bảng 2.1: Báo cáo kết quả sản xuất kinh doanh năm 2016-2017

TT	Chỉ tiêu	Năm 2017	Năm 2016	So sánh 2017/2016	
				Tuyệt đối	Tỷ lệ (%)
1	Doanh thu thuần	430,201,233,152	320,254,561,959	109,946,671,193	134.33
2	Giá vốn hàng bán	398,265,897,256	298,236,548,755	100,029,348,501	133.54
3	Lợi nhuận gộp	31,935,335,896	22,018,013,204	9,917,322,692	145.04
4	Doanh thu hoạt động tài chính	1,327,351,259	1,227,222,509	100,128,750	108.16
5	Chi phí tài chính	524,955,420	1,198,878,219	(673,922,799)	43.79
6	Chi phí bán hàng	7,429,680,088	6,111,271,454	1,318,408,634	121.57
7	Chi phí quản lý doanh nghiệp	5,102,125,271	7,702,017,739	(2,599,892,468)	66.24
8	Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	20,205,926,376	8,233,068,301	11,972,858,075	245.42
9	Thu nhập khác	14,711,649	48,362,860	(33,651,211)	30.42
10	Chi phí khác	50,104,015	30,102,926	20,001,089	166.44
11	Lợi nhuận khác	(35,392,366)	18,259,934	(53,652,300)	-193.83
12	Tổng lợi nhuận trước thuế	20,170,534,010	8,251,328,235	11,919,205,775	244.45
13	Chi phí thuế TNDN hiện hành	4,437,517,482	2,058,267,075	2,379,250,407	215.59
15	Lợi nhuận sau thuế TNDN	15,733,016,528	6,193,061,160	9,539,955,368	254.04

Nguồn: Phòng kế toán công ty cung cấp

Trong những năm qua tình hình doanh thu, lợi nhuận của công ty có xu hướng tăng cao. Các chỉ tiêu doanh thu, lợi nhuận đều có sự biến động lớn. Cụ thể:

Doanh thu thuần năm 2016 tăng 109,946,671,193 đồng, đạt 134.33 % so với năm 2015. Lợi nhuận sau thuế năm 2016 tăng 10,354,868,305 đồng so với năm 2015 đạt 290.24 %.

Ta nhận thấy mức tăng giảm doanh thu và chi phí là cùng chiều. Năm 2016 doanh thu tăng 109,946,671,193 đồng, tương ứng với mức tăng 34.33% so với năm 2015.

Doanh thu bán hàng năm 2016 tăng so với năm 2015 nhưng đồng thời giá vốn bán hàng cũng tăng theo. So với năm 2015 giá vốn bán hàng năm 2016 tăng 100,029,348,501 đồng, tỷ lệ tăng là 33.54%.

Qua đó ta thấy được việc tăng doanh thu thuần của doanh nghiệp là do chiến lược kinh doanh của Công ty có sự thay đổi theo chiều hướng tốt hơn.

Có thể thấy Doanh thu bán hàng năm 2016 tăng, giá vốn bán hàng tăng theo, lợi nhuận gộp của Công ty cũng tăng lên điều đó chứng tỏ chiến lược kinh doanh của công ty đã có những hiệu quả nhất định.

Doanh thu từ hoạt động tài chính tăng nhẹ năm 2016 tăng 100,128,750 đồng so với năm 2015 chứng tỏ doanh nghiệp làm ăn đã có lãi.

Bên cạnh chi phí tài chính thì chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp cũng là hai yếu tố ảnh hưởng lớn đến lợi nhuận thuần từ hoạt động sản xuất kinh doanh của Doanh nghiệp. Chi phí bán hàng trong 2 năm có xu hướng tăng lên, tốc độ phát triển bình quân ở mức 121.57 % điều này cho thấy công ty đã rất chú trọng đến khâu quảng cáo, tiếp thị hình ảnh của Doanh nghiệp, quan tâm đến đời sống của cán bộ nhân viên bộ phận bán hàng,... nhưng điều này cũng thể hiện sự hạn chế của Doanh nghiệp vẫn còn tình trạng lãng phí tiền điện, nước, văn phòng phẩm...

So với chi phí bán hàng, chi phí quản lý Doanh nghiệp trong hai năm lại có xu hướng giảm, tốc độ phát triển bình quân đạt mức 66.24 %. Điều này có thể hiện Công ty đã phần nào hạn chế được những chi phí không cần thiết trong việc quản lý Doanh nghiệp.

Lợi nhuận từ các hoạt động khác có xu hướng giảm, nhưng cũng không làm ảnh hưởng nhiều đến lợi nhuận sau thuế của Doanh nghiệp. Năm 2016 lợi nhuận sau

thuế đạt 254.04% so với năm 2015, tăng 9,539,955,368 đồng so với năm 2015. Điều này chứng tỏ Doanh nghiệp đang đi đúng hướng, làm ăn ngày càng có lãi.

2.2. Đánh giá tình hình về sử dụng vốn và tài sản

Vốn kinh doanh là yếu tố sản xuất quan trọng nhất đối với hoạt động sản xuất kinh doanh. Phải có vốn ta mới có thể tính đến những hoạt động khác như đầu tư, xây dựng, sản xuất và cả tiêu thụ. Huy động và sử dụng vốn sao cho hợp lý và có hiệu quả là mục tiêu của mỗi một doanh nghiệp sản xuất kinh doanh.

2.2.1 Phân tích bảng cân đối kế toán

a) Cơ cấu nguồn vốn

Bảng: 2.2.1 Tình hình sử dụng nguồn vốn của công ty năm 2015 - 2016

ĐVT: VNĐ

STT	chỉ tiêu	2015	2016	2016/2015	
				tuyệt đối	tỷ lệ (%)
I	Phân theo mục đích sử dụng	187,524,135,632	221,207,929,888	33,683,794,256	117.96
1	Vốn lưu động	166,073,199,312	201,319,899,151	35,246,699,839	121.22
2	Vốn cố định	21,450,936,320	19,888,030,737	(1,562,905,583)	92.71
II	Phân theo nguồn hình thành	187,524,135,632	221,207,929,888	33,683,794,256	117.96
1	Vốn chủ sở hữu	20,838,374,390	23,724,926,500	2,886,552,110	113.85
2	Nợ phải trả	166,685,761,242	197,483,003,388	30,797,242,146	118.48
a	Nợ ngắn hạn	164,624,210,811	197,417,880,371	32,793,669,560	119.92
b	Nợ dài hạn	2,061,550,431	65,123,017	(1,996,427,414)	3.16

Nguồn: Phòng kế toán

Nhận xét:

Nghiên cứu về tình hình sử dụng vốn kinh doanh của Công ty thời gian qua ta thấy, tổng vốn kinh doanh có xu hướng tăng lên so với năm 2015 là 33,683,794,256 đồng đạt tỷ trọng là 117.96 %, trong đó tăng mạnh hơn cả là vốn lưu động tốc độ tăng đạt 121.22 %.

Vốn cố định có xu hướng giảm tốc độ phát triển năm 2016 so với năm 2015 giảm 1,562,905,583 đồng chỉ đạt 92.71 %. Điều này là do Công ty tập trung nguồn lực để triển khai xây dựng mở rộng nhà xưởng.

Nguồn vốn của công ty được hình thành từ hai nguồn chính là vốn chủ sở hữu và nợ phải trả:

Nguồn vốn của chủ sở hữu, khoản mục nợ phải trả cũng tăng dần qua các năm. So sánh hai khoản mục này thì nợ phải trả có tốc độ tăng ngày càng cao, trong đó khoản mục nợ ngắn hạn tăng khá cao. Nợ ngắn hạn tăng chủ yếu là do khoản phải trả người bán cũng tăng, ngoài ra trong giai đoạn này theo quy định của Nhà nước tăng mức lương tối thiểu nên khoản mục phải trả người lao động cũng tăng lên khoản mục thể hiện khả năng chiếm dụng vốn của Công ty vào hoạt động sản xuất kinh doanh rất tốt, tuy nhiên mặt trái của khả năng chiếm dụng vốn là nếu cùng một lúc đến hạn phải trả cho các đối tác mà Công ty chưa chuẩn bị đủ nguồn tiền để trả nợ thì rất dễ phá sản khi các chủ nợ cùng siết nợ, do vậy Công ty cần sớm tìm biện pháp khắc phục giảm thiểu các khoản nợ để chủ động trong hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Còn nợ dài hạn trong năm 2016 của công ty đã giảm đi đáng kể so với năm 2015, chủ yếu là Công ty vay nợ ngân hàng để trang trải mua sắm máy móc thiết bị, mở rộng nhà xưởng phục vụ hoạt động sản xuất.

b) Cơ cấu tài sản

Bảng 2.2.2 Cơ cấu tài sản của công ty năm 2015-2016

ĐVT: VNĐ

TÀI SẢN	31/12/2015	31/12/2016	So sánh 2016/2015	
	Số tiền	Số tiền	+/-	%
A. TÀI SẢN NGẮN HẠN	141,459,682,249	166,312,267,720	24,852,585,471	1.18
I. Tiền và các khoản tương đương tiền	44,781,008,163	40,974,922,066	(3,806,086,097)	0.92
1. Tiền	27,152,050,479	23,180,522,066	(3,971,528,413)	0.85
2. Các khoản tương đương tiền	17,628,957,684	17,794,400,000	165,442,316	1.01
II. Các khoản phải thu	60,034,092,808	87,494,697,232	27,460,604,424	1.46
1. Phải thu khách hàng	52,701,994,120	79,393,297,139	26,691,303,019	1.51
2. Trả trước cho người bán	2,296,683,708	3,424,511,801	1,127,828,093	1.49
5. Các khoản phải thu khác	5,035,414,980	4,734,153,407	(301,261,573)	0.94
6. Dự phòng phải thu ngắn hạn khó đòi		(57,265,115)	(57,265,115)	
III. Hàng tồn kho	23,569,475,219	22,096,328,648	(1,473,146,571)	0.94

TÀI SẢN	31/12/2015	31/12/2016	So sánh 2016/2015	
	Số tiền	Số tiền	+/-	%
1. Hàng tồn kho	23,579,531,397	22,131,951,224	(1,447,580,173)	0.94
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	(10,056,178)	(35,622,576)	(25,566,398)	3.54
IV. Tài sản ngắn hạn khác	13,075,106,059	15,746,319,774	2,671,213,715	1.20
1. Chi phí trả trước ngắn hạn	8,194,316,395	8,317,989,727	123,673,332	1.02
2. Thuế GTGT được khấu trừ	4,264,646,695	6,498,830,047	2,234,183,352	1.52
3. Thuế và các khoản phải thu Nhà nước	76,642,969	-		
5. Tài sản ngắn hạn khác	539,500,000	929,500,000	390,000,000	1.72
B.TÀI SẢN DÀI HẠN	46,064,453,383	54,895,662,168	8,831,208,785	1.19
II. Tài sản cố định	40,264,529,427	45,429,018,314	5,164,488,887	1.13
1. Tài sản cố định hữu hình	35,923,506,763	42,087,995,650	6,164,488,887	1.17
- Nguyên giá	90,080,889,293	105,664,595,361	15,583,706,068	1.17
- Giá trị hao mòn lũy kế	(54,157,382,530)	(63,576,599,711)	(9,419,217,181)	1.17
2. Tài sản cố định vô hình	4,341,022,664	3,341,022,664	(1,000,000,000)	0.77
- Nguyên giá	5,166,273,480	4,098,759,190	(1,067,514,290)	0.79
- Giá trị hao mòn lũy kế	(825,250,816)	(757,736,526)	67,514,290	0.92
IV. Các khoản đầu tư dài hạn	4,341,666,230	4,655,555,599	313,889,369	1.07
3. Đầu tư dài hạn khác	4,800,000,000	4,800,000,000	-	
4. Dự phòng giảm giá chứng khoán đầu tư dài hạn	(458,333,770)	(144,444,401)	313,889,369	0.32
V. Tài sản dài hạn khác	1,458,257,726	4,811,088,255	3,352,830,529	3.30
1. Chi phí trả trước dài hạn	1,458,257,726	4,811,088,255	3,352,830,529	3.30
TỔNG CỘNG TÀI SẢN	187,524,135,632	221,207,929,888	33,683,794,256	1.18

Nguồn : Phòng kế toán

Nhìn vào biểu đồ ta thấy giá trị tài sản của công ty là tương đối lớn và tập chung chủ yếu ở các khoản phải thu của khách hàng. Các khoản phải thu ngắn hạn tăng 1.46 % (hơn 27,460,604,424 tỷ đồng), đặc biệt phải thu của khách hàng chiếm tỷ trọng lớn và tăng 1,51% (hơn 26,691,303,019 tỷ đồng) chứng tỏ doanh nghiệp đang bị chiếm dụng vốn, kì thu nợ có thể kéo dài. Doanh nghiệp cần phải tích cực thu hồi các khoản

nợ để giảm bớt hiện tượng ứ đọng vốn trong khâu thanh toán, hạn chế bị chiếm dụng vốn. Bên cạnh đó, hàng tồn kho giảm 0.94 % (hơn 1,447,580,173 tỷ đồng)

Tài sản dài hạn tăng 1.19 % (hơn 8,831,208,785 tỷ đồng) do công ty đã trang bị thêm một số máy móc thiết bị và phương tiện vận tải, để phát triển mở rộng quy mô nhà xưởng. nhìn chung thì các khoản mục của tài sản dài hạn hầu hết đã được khấu hao chưa hết ½ giá trị. Ngoài ra ta thấy sắm tài sản cố định trong Công ty chủ yếu là dùng nguồn vốn tự có để mua sắm. Công ty không dùng nguồn vốn vay để đầu tư tài sản cố định.

Nói chung, cơ cấu tài sản của công ty tạm thời là ổn định và phù hợp với ngành nghề kinh doanh của công ty. Tuy nhiên, để phù hợp với sự phát triển kinh tế và sự cạnh tranh gay gắt trong ngành như hiện nay thì công ty cần quan tâm nhiều hơn đến công tác đầu tư máy móc, thiết bị hiện đại. Tài sản cố định là yếu tố quan trọng đối với hoạt động sản xuất, do vậy Công ty cần có những biện pháp để đầu tư nhiều hơn nữa cho tài sản cố định, nhất là vào khoản mục máy móc thiết bị, phương tiện vận chuyển, thiết bị dụng cụ quản lý.

2.3 Phân tích hiệu quả sử dụng lao động

2.3.1 Đặc điểm về lao động

Lao động là một trong những yếu tố quan trọng trong quá trình sản xuất kinh doanh, giữ vai trò quyết định đến kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh. Hiểu được điều này nên công ty luôn luôn hết sức chú trọng xây dựng đội ngũ cán bộ công nhân viên giỏi chuyên môn, nghiệp vụ, xuất sắc trong công việc. Đồng thời cũng luôn quan tâm chăm no đến đời sống vật chất tinh thần của đội ngũ lao động tại Công ty.

Bảng: 2.3.1 Cơ cấu lao động công ty năm 2014 - 2016

DVT: Người

STT	Chỉ tiêu	2014		2015		2016	
		Số lượng	%	Số lượng	%	Số lượng	%
1	Tổng số lao động	1462	100	1956	100	2425	100
2	1. Phân theo trình độ	1462	100	1956	100	2425	100
	Đại học, trên đại học	56	3.83	130	6.65	238	9.81
	Cao đẳng, trung cấp	258	17.65	387	19.79	460	18.97
	Lao động đã qua đào tạo	456	31.19	820	41.92	1198	49.40
	lao động chưa qua đào tạo	692	47.33	619	31.65	529	21.81
3	2. Phân loại theo chức năng	1462	100	1956	100	2425	100

STT	Chỉ tiêu	2014		2015		2016	
		Số lượng	%	Số lượng	%	Số lượng	%
	Lao động trực tiếp	963	65.87	1156	59.1	1156	47.67
	Lao động gián tiếp	499	34.13	800	40.9	1269	52.33
	3. Phân theo giới tính	1462	100	1956	100	2425	100
4	Lao động nam	689	47.13	875	44.73	1055	43.5
	Lao động nữ	773	52.87	1081	55.27	1370	56.5

Từ bảng cơ cấu lao động trên ta thấy, với đặc thù kinh doanh của Doanh nghiệp là may mặc, cùng với sự tăng trưởng của kinh tế xã hội trong những năm từ 2014 đến năm 2016 lao động của công ty cũng có những biến động đáng kể. Cụ thể là:

+Lao động phân theo trình độ ngày càng tăng đáp ứng kịp theo xu thế phát triển chung, trình độ công nghệ ngày càng tiên tiến đòi hỏi người sử dụng phải có trình độ chuyên môn nhất định mới có thể vận hành hiệu quả tính năng của máy móc thiết bị. Do vậy trong thời gian qua Công ty cũng luôn chú trọng nâng cao năng lực nghiệp vụ, tuyển dụng đội ngũ công nhân viên có trình độ, tay nghề chuyên môn cao.

+ Trong lực lượng lao động của công ty, lực lượng lao động có trình độ đại học, cao đẳng và trên đại học tăng nhẹ theo các năm, nhằm đáp ứng được yêu cầu ngày càng cao của khoa học kỹ thuật. Năm 2014 lao động trên đại học và đại học chỉ chiếm 3.83 % thì đến năm 2016 tăng lên là 9.81 %. Lao động đã qua đào tạo có xu hướng tăng cao thể hiện trình độ tay nghề được nâng cao. Tỷ trọng lao động nam có xu hướng giảm dần và năm 2016 chiếm 43.5 %, tỷ trọng lao động nữ tăng nhẹ cho thấy với đặc thù ngành nghề may mặc, sử dụng máy móc thiết bị hiện đại, các công việc nặng nhọc đã được máy móc thay thế con người nên lao động nữ ngày càng tăng. Bên cạnh đó Công ty tạo điều kiện tốt cho lao động nên đã có nguồn lao động dồi dào.

2.3.2 Phân tích hiệu quả sử dụng lao động của công ty

Là một công ty Cổ phần chuyên về sản xuất may mặc, Công ty Cổ phần may Tiên Hưng lúc nào cũng chú trọng đến chất lượng và hiệu quả làm việc của hệ thống nguồn nhân lực trong Công ty. Hàng ngày Công ty càng có nhiều biện pháp nâng cao trình độ tay nghề cho lao động, hàng năm thường xuyên tổ chức tập huấn, thi nâng bậc cho công nhân, truyền giảng kinh nghiệm làm cho việc cho Công nhân viên Công

ty và đặc biệt là quan tâm đến đời sống tinh thần của toàn thể lao động trong Công ty.

Sức sản xuất của lao động - Năng suất lao động

Bảng 2.3.2: Hiệu quả sử dụng lao động của Công ty năm 2015 và 2016

ĐVT: Người

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	2015	2016	Chênh lệch
1	Doanh thu thuần	VNĐ	320,254,561,959	430,201,233,152	109,946,671,193
2	Lợi nhuận sau thuế	VNĐ	6,193,061,160	15,733,016,528	9,539,955,368
3	Tổng số lao động bình quân	Người	1,956	2,425	469
4	Năng suất lao động	VNĐ/người	9,539,955,368	177,402,570	13,673,244
5	Sức sinh lợi của lao động	VNĐ/người	3,166,187	6,487,842	3,321,655

Nguồn: Phòng kế toán

Mức sinh lời của một lao động: Chỉ tiêu này được tính bằng cách lấy thương số của doanh thu thuần và tổng số lao động. Chỉ tiêu này cho biết mỗi lao động trong một thời kỳ đưa về lợi nhuận là bao nhiêu cho Công ty. Ta thấy trong 2 năm tổng số lao động tăng lên đáng kể là do công ty mở rộng quy mô sản xuất liên tục tuyển thêm nhiều lao động để đảm bảo nhân lực cho hoạt động sản xuất. Cụ thể là trong năm 2016 tổng số lao động bình quân tăng lên 469 người so với năm 2015, chính lý do đó là một phần làm tăng lợi nhuận của công ty lên 9,539,955,368 đồng. Cụ thể năm 2015 năng suất lao động của một người đạt 9,539,955,368 đồng, thu về cho công ty 3,166,187 đồng lợi nhuận/ người. Nhưng sang năm 2016 chỉ tiêu này tăng lên là 6,487,842 đồng lợi nhuận/ người, tăng 3,321,655 đồng so với năm 2015, tăng lên gấp đôi. Điều này chứng tỏ công ty đang phát triển đúng hướng, đồng lương của công ty được sử dụng đem lại hiệu quả cho công ty hay nói cách khác hiệu quả sử dụng đồng lương của công ty đang rất tốt.

Như đã nói ở trên, lượng lao động tăng, chi phí tiền lương cũng tăng do tăng mức lương tối thiểu, tăng để thu hút khuyến khích giữ người có năng lực gắn bó lâu dài với công ty. Điều này dẫn đến việc tăng chi phí sản xuất, gây ảnh hưởng nhiều đến kết quả và hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty. Vì vậy Công ty cần hết sức cố gắng, hạn chế khó khăn, tiết kiệm chi phí, nâng cao mức sản xuất để nâng cao hiệu quả sản xuất của các yếu tố. Đây cũng là mục tiêu chính của công ty trong thời gian tới.

2.4 Phân tích hiệu quả sử dụng tài sản cố định

Bảng 2.4: Thống kê tài sản cố định tính đến 31/12/2016

ĐVT: VNĐ

TT	Tên tài sản	Nguyên giá TSCĐ	Giá trị hao mòn lũy kế	Giá trị còn lại
I. Tài sản cố định hữu hình: 42,087,995,650				
1	Nhà cửa, vật tư, kiến trúc	36,638,266,635	21,237,116,016	15,401,150,619
2	Máy móc, thiết bị	43,518,416,517	27,642,404,568	15,876,011,949
3	Phương tiện vận tải, truyền dẫn	25,507,912,209	14,697,079,127	10,810,833,082
	Tổng cộng	105,664,595,361	63,576,599,711	42,087,995,650
II. Tài sản cố định vô hình: 3,341,022,664				
1	Quyền sử dụng đất	3,098,359,190	185,901,551	2,912,457,639
2	Chi phí cấp phép sản xuất	50,400,000	20,160,000	30,240,000
3	Chuyển giao quy trình sản xuất	950,000,000	551,674,975	398,325,025
	Tổng cộng	4,098,759,190	757,736,526	3,341,022,664
III. Tổng cộng tài sản cố định (I+II): = 45,429,018,314				

Nguồn: Phòng kế toán

Tài sản cố định là tài sản có giá trị từ 30.000.000 đồng trở lên, thời gian sử dụng 1 năm trở lên và tham gia vào nhiều chu kỳ kinh doanh.

Thời gian làm việc thực tế của tài sản cố định được sử dụng theo 3 ca liên tục, công suất làm việc thực tế của tài sản cố định cũng theo 3 ca (24/24h).

Phương pháp khấu hao: Tính khấu hao theo phương pháp đường thẳng. Cơ cấu tài sản cố định của công ty gồm: nhà xưởng, thiết bị máy gia công như thiết bị vận tải, thiết bị văn phòng, quyền sử dụng đất và phần mềm máy tính.

Bảng 2.4.1: Tỷ lệ khấu hao tài sản cố định

Nhóm tài sản cố định	Số năm khấu hao	Tỷ lệ khấu hao năm
Nhà cửa, vật kiến trúc	9	11.11%
Máy móc thiết bị sản xuất	10	10.0%
Phương tiện vận tải	8	12.5%
Thiết bị văn phòng	8	30,4%
Quyền sử dụng đất	15	5.0%
Phần mềm máy tính	5	30,0%

Nguồn: Phòng Kế toán Công ty cung cấp - tháng 12 năm 2016

Hàng tháng căn cứ vào tỷ lệ khấu hao đã qui định để tính khấu hao cơ bản theo công thức:

$$\text{Mức khấu hao cơ bản tháng} = \frac{\text{Nguyên giá x tỷ lệ khấu hao}}{12}$$

$$\text{Mức khấu hao tháng này} = \text{mức khấu hao tháng trước} + \text{mức khấu hao tăng trong tháng} - \text{mức khấu hao giảm trong tháng}$$

Về tài sản cố định thì do Công ty làm việc 3 ca, số giờ sử dụng thiết bị 24/24h ngày là rất cao. Như vậy, thiết bị được khai thác tối đa thời gian trong ngày. Căn cứ theo phụ lục trích khấu hao tài sản cố định Thông tư 45 của BTC Doanh nghiệp trích khấu hao năm là thấp so với mức tối đa, nó cho phép tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp nhưng lại làm tăng thời gian thu hồi vốn đầu tư, doanh nghiệp khó khăn hơn khi quay vòng vốn để đầu tư thiết bị mới. Với tốc độ sản xuất tăng trưởng như hiện nay, Công ty hoàn toàn có thể trích khấu với tỷ lệ cao hơn để thu hồi vốn nhanh hơn. Việc khấu hao nhanh có nhược điểm làm cho lợi nhuận trong kỳ giảm nhưng Công ty sẽ được lợi thêm 1 khoản do tiết kiệm được thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp. Nhờ đó có điều kiện đầu tư những thiết bị mới hiện đại, nâng cao hiệu quả sản xuất của công ty.

2.5 Tỷ số về khả năng hoạt động (Sức sản xuất/ Năng suất)

Bảng 2.5: Các chỉ tiêu bình quân

Đơn vị tính: VNĐ

Chỉ tiêu	31/12/2014	31/12/2015	31/12/2016	Bình quân 2015	Bình quân 2016
Tài sản ngắn hạn	132,524,332,213	141,459,682,249	166,312,267,720	136,992,007,231	153,885,974,985
Hàng tồn kho	22,925,747,021	23,579,531,397	22,131,951,224	23,252,639,209	22,855,741,311
Khoản phải thu	36,625,853,154	60,034,092,808	87,494,697,232	48,329,972,981	73,764,395,020
Tài sản dài hạn	32,155,296,301	46,064,453,383	54,895,662,168	39,109,874,842	50,480,057,776
Tổng tài sản	168,534,859,222	187,524,135,632	221,207,929,888	178,029,497,427	204,366,032,760
Nguồn vốn chủ sở hữu	19,856,432,120	20,838,374,390	23,724,926,500	20,347,403,255	22,281,650,445

Nguồn: Phòng kế toán

- Sức sản xuất của tổng tài sản - Tỷ số vòng quay tổng tài sản

$$V_{TSDH} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tổng tài sản bình quân}}$$

	Năm 2015	Năm 2016
Doanh thu thuần	320,254,561,959	430,201,233,152
Tổng tài sản bình quân	178,029,497,427	204,366,032,760
VTTS	1.80	2.11

NX: Tỷ số này cho biết một đồng tài sản tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ số này có sự tăng lên, tuy không đáng kể nhưng vẫn chứng tỏ doanh nghiệp đã có sự quan tâm và đầu tư về chính sách quản lý tiền mặt, quản lý vật tư...

2.6. Tỷ số về khả năng sinh lời (Sức sinh lời/Doanh lợi)

- Lợi nhuận biên ROS

$$ROS = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Doanh thu thuần}}$$

	Năm 2015	Năm 2016
Lợi nhuận sau thuế	6,193,061,160	15,733,016,528

Doanh thu thuần	320,254,561,959	430,201,233,152
ROS	0.02	0.04

NX:Chỉ số này cho biết 100 đồng vốn đầu tư vào doanh nghiệp tạo ra bao nhiêu đồng lãi cho chủ sở hữu.Chỉ số ROS còn khá thấp, nhưng có sự tăng lên trong năm 2016 cho thấy thu nhập kế hoạch của công ty tăng lên

- Tỷ suất sinh lợi của vốn chủ sở hữu ROE

$$ROE = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Nguồn vốn chủ sở hữu bình quân}}$$

	Năm 2015	Năm 2016
Lợi nhuận sau thuế	6,193,061,160	15,733,016,528
Nguồn vốn chủ sở hữu bình quân	20,347,403,255	22,281,650,445
ROE	0.30	0.71

NX:Chỉ số này cho biết 100 đồng vốn chủ sở hữu đầu tư vào công ty góp phần tạo ra bao nhiêu đồng lãi cho chủ sở hữu.Chỉ số này rất quan trọng và thiết thực đối với chủ sở hữu vì nó là căn cứ để ra quyết định đầu tư hay không.Ta thấy, chỉ số này tại công ty có sự tăng lên vào năm 2016, điều này là tín hiệu tốt cho công ty, thu hút các cổ đông đầu tư

- Tỷ suất sinh lợi của tổng tài sản ROA

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

	Năm 2015	Năm 2016
Lợi nhuận sau thuế	6,193,061,160	15,733,016,528
Tổng tài sản bình quân	178,029,497,427	204,366,032,760
ROA	0.03	0.08

NX:Chỉ số này cho biết 100 đồng vốn đầu tư vào doanh nghiệp tạo ra bao nhiêu đồng lãi cho chủ sở hữu. Tại năm 2016, tỷ số này có sự tăng lên chứng tỏ doanh nghiệp rất thuận lợi trong công tác quản lý chi phí sản xuất, quản lý tài sản ngắn hạn.

2.7 Phân tích hiệu quả về chi phí

Chi phí sản xuất là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ các hao phí về lao động sống và lao động vật hoá mà doanh nghiệp đã bỏ ra có liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh một trong kỳ nhất định tháng, quý, năm.

Kết thúc năm tài chính phòng kế toán sẽ tiến hành tổng hợp toàn bộ chi phí trong năm để xác định kết quả kinh doanh, phân tích chi phí mà cả năm để biết hiệu quả và xu thế của công tác quản lý chi phí của công ty.

Bảng 2.7: Tình hình chi phí sản xuất năm 2015-2016

ĐVT: VNĐ

Yếu tố chi phí	2015	2016	So sánh 2016/2015	%
1. Chi phí NVL trực tiếp	185,004,636,600	221,995,376,906	36,990,740,306	19.99
2. Chi phí nhân công	95,596,191,375	151,034,669,640	55,438,478,265	57.99
3. Chi phí sản xuất chung	17,635,720,780	25,235,850,710	7,600,129,930	43.10
Cộng	298,236,548,755	398,265,897,256	100,029,348,501	33.54

Nguồn: Phòng kế toán Công ty cung cấp

Từ bảng tình hình chi phí của Công ty ta thấy tổng chi phí năm 2016 tăng hơn so với năm 2015 là 33.54%. Nguyên nhân chủ yếu là do: công ty mở rộng quy mô sản xuất, chi phí nguyên vật liệu trực tiếp tăng 19.99 % tương ứng 36,990,740,306 đồng, chi phí nguyên vật liệu giảm là do Công ty đã thực hiện nhiều biện pháp cải tiến giảm chi phí, tìm mua được nguồn nguyên liệu giá rẻ. Đây là một tín hiệu rất đáng mừng vì như vậy giá thành sản xuất của sản phẩm sẽ thấp hơn và lợi nhuận của Công ty sẽ cao hơn, điều đó chứng tỏ Công ty quản lý chi phí tốt.

Bên cạnh đó chi phí nhân công năm 2016 có hướng tăng cao hơn năm 2015 là 57.99% tương ứng 55,438,478,265 đồng, điều này là do trong năm 2016 Doanh nghiệp mở rộng quy mô sản xuất, tuyển thêm nhiều lao động chi phí phải trả cho nhân công sẽ cao lên, và trong năm 2016 theo quy định của Nhà nước mức lương vùng tối thiểu tăng cao hơn so với năm 2015. Chi phí nhân công tăng cũng đã thể hiện được sự quan tâm, chế độ đãi ngộ của Doanh nghiệp với Cán bộ công nhân viên ngày càng được nâng cao.

Do năm 2016 công ty mở rộng quy mô sản xuất, đầu tư thêm máy móc trang thiết bị phục vụ sản xuất nên chi phí sản xuất chung tăng lên 43.10 % tăng lên 7,600,129,930 đồng so với năm 2015. Điều này càng chứng tỏ được Doanh nghiệp đang làm ăn càng ngày càng phát triển.

Như chúng ta đã biết ở trên, mỗi sản phẩm đều phải bao gồm 3 yếu tố chi phí sản xuất chủ yếu đó là:

- Nguyên vật liệu trực tiếp.
- Chi phí lao động trực tiếp và gián tiếp.
- Chi phí sản xuất chung.

Nhìn vào bảng tổng kết hiệu quả thực hiện, ta thấy năm 2016 tất cả các chi phí đều tăng hơn so với năm 2015. Sở dĩ chi phí năm 2016 tăng như vậy là do công ty vẫn đang tiến hành mở rộng quy mô sản xuất. Trong điều kiện cạnh tranh gay gắt như hiện nay, tỷ lệ tăng trưởng sản xuất so với tỷ lệ tăng chi phí cũng đã đạt được kết quả nhất định. Tuy nhiên, Công ty vẫn cần có những biện pháp để giảm thiểu hơn nữa chi phí sản xuất.

Để giảm thiểu hơn nữa chi phí sản xuất ta phải tính tới từng công đoạn. Xây dựng được kế hoạch, tính các chi phí trực tiếp, gián tiếp, chi phí sản xuất chung. Từ đó nhằm tính được tổng chi phí cho một sản phẩm.

Ví dụ: Khách hàng A đặt hàng gia công với giá 3USD một sản phẩm và tổng số sản phẩm là 2000 chiếc. Chi phí nguyên phụ liệu là nhà cung cấp, cung cấp tới tận nơi, riêng về chỉ và giao hàng là công ty phải chịu.

Với giá trị ước tính gia công 1 sản phẩm là 3USD ta có:

$2000 \times 3\text{USD} = 6000\text{USD}$. Trong đó, với 6000USD ký được ta tính tới chi phí sản xuất mà ở đây cụ thể là 0,5 USD cho NVL và 0,5 USD cho khấu hao máy móc công nghệ; Giá tiền cho công nhân trực tiếp, gián tiếp sản xuất cũng như chi phí sản xuất chung ở đây được tính 1,5 USD. Vậy ta có tổng chi phí là 2,5 USD, vậy lợi

nhuận trước thuế là 0,5 USD/ 01 SP suy ra với 2000 SP ta có lợi nhuận trước thuế là 1000 USD.

Ngoài ra, Công ty Cổ phần may Tiên Hưng luôn luôn tìm kiếm những bạn hàng đủ tin cậy, khả năng cung cấp NVL cho chất lượng tốt, nhanh nhằm giảm thiểu các chi phí sửa chữa kiểm tra, tạo niềm tin cho khách hàng nhằm tạo tiền đề cho sự phát triển ngày càng lớn mạnh.

2.8. Nhận xét về hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty qua 2 năm 2015 - 2016

Qua những số liệu đánh giá trên đây, ta có thể đưa ra một nhận xét chung là tuy doanh thu của Công ty tăng lên nhưng so với số vốn kinh doanh công ty bỏ ra tính trừ các khoản chi phí, các khoản phải trả, phải nộp thì mức độ tăng doanh thu của doanh nghiệp tương đối ổn định trong năm 2016.

Không thể phủ nhận sau thời gian dài hình thành và phát triển, Công ty Cổ phần may Tiên Hưng đã có nhiều bước phát triển tiến bộ, máy móc thiết bị, công nghệ, kỹ thuật đã được cải tiến, đổi mới nhiều. Và điều đáng nói là Công ty đã thực hiện tốt nghĩa vụ đóng góp cho ngân sách Nhà nước, tạo công ăn việc làm cho hàng ngàn lao động địa phương, giải quyết được nhiều vấn đề an sinh xã hội theo kịp những thay đổi của đất nước. Đội ngũ cán bộ, ban lãnh đạo và tập thể lao động cũng dần được tinh lọc, có trình độ và năng lực hơn, đủ sức duy trì phát triển Công ty một cách bền vững. Tuy nhiên, với đặc điểm sản xuất kinh doanh hàng hóa đặc thù, cơ cấu tổ chức liên tục thay đổi và với quy mô không phải là nhỏ đã làm cho sự gắn kết các bộ phận của Công ty chưa được sâu, sự tách biệt giữa các đơn vị gây ra một số khó khăn trong quản lý chung, ban lãnh đạo khó mà đi sâu đi sát đến từng cơ sở.

Khắc phục tất cả các điều này không phải là điều dễ dàng. Cần có sự quyết tâm của toàn bộ tập thể ban lãnh đạo và cán bộ công nhân viên, lao động Công ty. Ban lãnh đạo cần đứng trên lập trường lợi ích của Công ty và người lao động, làm sao đưa đến môi trường lao động an toàn và lành mạnh nhất, người lao động phải thật yên tâm khi làm việc thì mới có thể tối đa hóa năng suất lao động.

PHẦN III

ĐỀ XUẤT MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN MAY TIÊN HƯNG

III. 1 Phương hướng và Chính sách chất lượng của Công ty từ năm 2017 đến 2020 :

Phương hướng...

Để đáp ứng nhu cầu của khách hàng, toàn thể công nhân Công ty cùng quyết tâm phấn đấu cung cấp hàng có: chất lượng tốt nhất, số lượng đủ và tiến độ nhanh nhất.

Phương châm hành động: xây dựng môi trường làm việc thoải mái để tạo sự hứng khởi cho nhân viên, toàn thể công nhân viên Công ty phải: biết quan tâm - biết cảm nhận - biết để ý xung quanh, luôn đặt sự an toàn của khách hàng sử dụng sản phẩm lên trên hết.

- Giảm hàng lỗi lọt xuất xưởng còn 20 pmm.

+ Giảm hàng hỏng trong công đoạn xuất xưởng còn 1,6%.

- Giảm chi phí tại các bộ phận 10%.

+ Giảm chi phí hàng hỏng 18%.

- Bố trí sắp xếp cải tiến layout, nâng cao hiệu quả lưu chuyển hàng hoá (tồn kho giảm 50%).

- Xây dựng các chuyên gia trong lĩnh vực "Chuyển từ sửa chữa sang bảo dưỡng" (giảm 50% sự cố dừng dây chuyền bất thường)

- Xây dựng môi trường làm việc an toàn (không xảy ra tai nạn)

- Giảm bụi (giảm 10%)

III.2 Đề xuất các biện pháp

Sau thời gian dài làm việc tại công ty Cổ phần may Tiên Hưng, hiểu rõ về tình hình và đặc điểm hoạt động kinh doanh của Công ty và dựa trên các tồn tại, Em xin đưa ra một số biện pháp nhằm góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty như sau:

3.1 Biện pháp 1: Xây dựng định mức nhân công

3.1.1. Phân tích thực trạng sản xuất ở Công ty

Trong quá trình bấm giây cần sử dụng bảng tra cứu số lần quan sát (số lần bấm) và bảng hệ số ổn định cho phép dưới đây:

Bảng quy định số lần quan sát⁽²⁾

Tính chất thao tác	Độ dài thời gian	Số lần quan sát
Thủ công và nửa cơ khí	Dưới 10 giây	40 – 50
	Từ 10 đến 30 giây	30 – 40
	Từ 31 đến 60 giây	20 – 30
	Từ 61 đến 5 phút	10 – 20
...

Bảng hệ số ổn định cho phép

Loại hình sản xuất	Độ dài thời gian (giây)	Hệ số ổn định cho phép [K _{od}]		
		Công việc máy	Công việc máy-tay	Công việc tay
Loạt vừa	≤ 6	1,2	2,0	2,5
	> 6	1,1	1,7	2,3
...

Sau khi thực hiện định mức ta thu được Mức thời gian may các chi tiết của áo sơ mi cộc tay nam được thể hiện ở bảng sau:

Bảng định mức thời gian chế tạo chi tiết áo sơ mi cộc tay**Mã 394 VANDIN – Cỡ 40**

TT	Nội dung bước công việc	Thời gian định mức (giây)	Thời gian thực tế (giây)
1	May lộn bản cổ đặt dây cá	70	71
2	May điều bản cổ	60	62
3	Sửa chân may bọc chân cổ	36	35
4	Sửa chân cổ vào ba lá	96	98
5	Tra mí cổ, cắt đặt cỡ nhãn	224	225
6	May nẹp cúc (cũ)	42	42
7	May nẹp khuyết	30	30
8	May dán túi hoàn chỉnh	65	70
9	May chắp cầu vai sau	54	54
10	May chắp lộn vai con	65	66
11	Tra may áo cuốn 8 ly	145	145
12	May điều vòng tay (2 kim)	86	86
13	May cuốn sườn	93	95
14	May cửa tay	76	76
15	Sửa may xong gấu	92	92
16	Nhận bán thành phẩm, giao cho các bước công việc	40	40

17	Dứt chỉ, sửa lộn bản cổ	75	75
18	Dứt chỉ, sửa lộn chân cổ	54	54
19	Là bẻ nẹp khuyết	43	48
20	Chấm định vị túi, vạch sửa họng cổ	42	47
21	Là bẻ miệng túi	25	22
22	Là sửa túi	45	40
23	Là bẻ cửa tay	74	66
24	Là sửa cầu vai	27	30
25	Thùa 7 khuyết	50	50
26	Chấm dấu đính 9 cúc	90	90
27	Cắt chỉ + nhặt chỉ	71	78
28	Khâu hóa	64	72

Tổng hợp chi tiết:

Máy 1 kim thường : 25 máy

Máy thùa : 1 máy

Máy đính : 1 máy

Máy 2 kim : 1 máy

Máy cuốn ống : 1,5 máy

=> Nhận xét:

+ Ưu điểm:

- Cân đối được thời gian cho từng bước công việc của dây may.
- Phát huy được hết năng lực của người công nhân.
- Xác định được mức khoán năng suất trong ngày đối với người lao động, gắn trách nhiệm của người lao động với bước công việc của mình.
- Tạo điều kiện cho người quản lý dựa vào đó để bố trí, sắp xếp lao động hợp lý, tăng năng suất trong ngày.
- Áp dụng được nhiều mã hàng.
- Người lao động ngồi một bộ phận, chuyên về một khâu nên tay nghề vững, hiệu quả lao động cao.

3.2 Biện pháp thứ 2: Giảm lượng hàng hóa tồn kho

- Lý do thực hiện

Như trong phần phân tích hiệu quả sử dụng vốn lưu động của Doanh nghiệp ta thấy giá trị hàng hóa tồn kho của Doanh nghiệp là rất lớn. Năm 2015 giá trị hàng tồn kho là: 23,579,531,397 đồng chiếm tỷ trọng 14,20 % trong tổng lượng vốn lưu động. Đến năm 2016 giá trị hàng tồn kho của Doanh nghiệp là: 22,113,951,224 đồng chiếm 11% trong tổng lượng vốn lưu động của Doanh nghiệp. Việc lượng hàng hóa tồn kho của Doanh nghiệp lớn như vậy đã ảnh hưởng rất lớn tới hiệu quả sử dụng vốn lưu động, cũng như làm tăng thêm một khoản chi phí trả lãi vay Ngân hàng.

- Nội dung của biện pháp

Để giải quyết việc giảm lượng hàng hóa ở Doanh nghiệp nguyên nhân thứ nhất còn gặp nhiều khó khăn do đặc thù của ngành việc duy trì sản xuất ổn định và liên tục, cần phải dự trữ nguyên vật liệu chính là vải, chỉ, bông, sợi... chủ yếu phải nhập khẩu, lý do nữa là nguồn cung cấp chính chỉ có một số khu vực trên thế giới như Mỹ, các nước cùng Tây Phi, Nga và các nước vùng Trung Á.

Mặt khác việc dự trữ một số phụ kiện, ngành may và thiết bị ngành dệt may phải do một số hãng chuyên nghiệp chính hãng mà Doanh nghiệp đầu tư nhập khẩu về để sản xuất. Đó là những thiết bị đặc chủng chỉ được sản xuất và lắp đặt độc quyền theo hãng.

Ở đây nội dung của biện pháp này mà em đề cập đến chính là giải quyết nguyên nhân thứ hai:

- Các công việc triển khai làm bao gồm:

* Thành lập phòng Marketing của Xí nghiệp

+ Chức năng tham mưu lên kế hoạch tiêu thụ sản phẩm cho Công ty.

+ Nhiệm vụ nghiên cứu, mở rộng thị trường mới và quảng bá thương hiệu. Đưa ra được những dự báo tiêu thụ sản phẩm truyền thống cũng như tương lai của Xí nghiệp.

Về nhân lực: Tuyển dụng và đào tạo bồi dưỡng trình độ chuyên môn cho 5 nhân viên tăng cường tìm kiếm và mở rộng thị trường. Phòng làm việc bố trí sắp xếp tại Phòng tổ chức hành chính của Xí nghiệp. Trang thiết bị đầu tư thêm.

* Trách nhiệm thực hiện biện pháp

+ Người chịu trách nhiệm phân công phối hợp chỉ đạo, giám sát tiến độ là Phó giám đốc (tăng cường biện pháp quản lý).

+ Thời hạn để thực hiện công việc tuyển dụng và đào tạo thêm 5 nhân viên chuyên trách thời gian tuyển dụng là 30 ngày; 60 ngày đào tạo. Tất cả các công đoạn trên của quá trình chuẩn bị diễn ra đồng thời do đó tổng cộng thời gian chuẩn bị là 90 ngày. Các công việc cụ thể và tiến độ do đồng chí Phó giám đốc, chỉ đạo cùng các Phòng ban có liên quan để tổ chức thực hiện.

3.3 Giải pháp 3: Giảm các khoản phải thu khách hàng bằng cách sử dụng chiết khấu thanh toán.

3.3.1. Cơ sở của giải pháp

a. Thực trạng Công ty đang có những tồn tại

Giảm tỷ trọng các khoản phải thu, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, tăng khả năng thanh toán tức thời.

Qua phân tích ở bảng cân đối kế toán trên ta thấy khoản phải thu của Doanh nghiệp khá lớn và nhất là khoản phải thu của khách hàng có xu hướng tăng vì vậy Doanh nghiệp cần áp dụng những biện pháp để thu hồi vốn.

b. Định hướng của Công ty

Trong những năm tới, Doanh nghiệp sẽ có biện pháp thu hồi công nợ để tăng thêm vốn cho hoạt động sản xuất kinh doanh nhằm giảm chi phí do công ty thiếu vốn đi vay ngân hàng. Trong điều kiện kinh tế hiện nay doanh nghiệp cần nỗ lực tăng nhanh vòng quay vốn, giảm thiểu các khoản phải thu, rút ngắn kỳ thu tiền bình quân cũng như duy trì tốt mối quan hệ với bạn hàng.

3.3.2. Nội dung của giải pháp

Hạn chế tình trạng bị chiếm dụng vốn và cải thiện hiệu quả sử dụng vốn, vì vậy cần có các biện pháp giảm các khoản phải thu.

Đẩy mạnh thu hồi vốn, tăng vòng quay vốn lưu động.

Ngoài ra, việc áp dụng chiết khấu, kích thích khách hàng thanh toán sớm giúp doanh nghiệp giảm nguy cơ phát sinh các khoản nợ quá hạn, nợ khó đòi.

Công ty có tỷ trọng các khoản phải thu tương đối cao, chiếm 42,44% tài sản ngắn hạn năm 2015 và 52,61% tài sản ngắn hạn năm 2016. Công ty cần sử dụng các biện pháp để giảm các khoản phải thu này.

Muốn giảm các khoản phải thu, ta giảm tài khoản “phải thu khách hàng”, “các khoản phải thu khác”. Tuy nhiên ta thấy tốc độ tăng của các khoản phải thu khách hàng khá cao, số ngày thu hồi vốn cao. Vì vậy công ty muốn rút ngắn kỳ thu tiền bình quân có

thể áp dụng biện pháp chiết khấu thanh toán đối với khách hàng thanh toán trước hợp đồng và đối với khách hàng truyền thống.

Qua bảng cân đối kế toán cho thấy các khoản phải thu khách hàng của Công ty có sự tăng lên mạnh mẽ. Năm 2015 là 52,701,994,120 đồng, năm 2016 là 79,393,297,139 đồng. Do đó để nhanh chóng thu hồi các khoản phải thu và hạn chế các khoản chi phí không cần thiết Công ty cần giảm “các khoản phải thu”.

Nội dung của biện pháp:

Phân nhóm khách hàng

Bảng 3.2.1 Phân loại khách hàng theo thời gian thanh toán

Loại	Thời gian trả tiền	Tỷ trọng (%)
1	Thanh toán ngay	30
2	Thanh toán từ 1-30 ngày	35
3	Thanh toán từ 30-60 ngày	20
4	Thanh toán trên 60 ngày	15
	Cộng	100

Ta thấy các khoản nợ phát sinh của Doanh nghiệp thường được trả với kỳ hạn đến 60 ngày. Do vậy Doanh nghiệp có thể chấp nhận việc trả chậm của khách hàng khi xây dựng một mức chiết khấu hợp lý có thể khuyến khích khách hàng trả tiền nhanh hơn.

Trước hết ta tiến hành sắp xếp thời gian thanh toán của các khoản phải thu, đó là thu theo độ dài thời gian, căn cứ vào đó có thể đưa ra những mức chiết khấu hợp lý cho những khách hàng được hưởng chiết khấu.

Tính mức chiết khấu mà Doanh nghiệp có thể áp dụng cho từng mức thời gian.

Gọi: r – là lãi suất ngân hàng tính theo tháng (ở đây lãi suất 1 năm là 10%)

$$\Rightarrow r = 10\%/12 = 0,83\%$$

n – là số kỳ tính lãi

Ta có: - Giá trị tương lai của dòng tiền đơn FV_n :

$$FV_n = PV(1+nr)$$

- Giá trị hiện tại của dòng tiền đơn FV_n : (PV)

$$PV = \frac{FV_n}{(1+nr)}$$

Mức chiết khấu chỉ áp dụng cho các khoản thanh toán có thời gian thanh toán dưới 60 ngày. Nếu trên 60 ngày thì không được hưởng chiết khấu. Trong các khoản nợ phải thu

của khách hàng có một phần vượt quá 60 ngày nên Doanh nghiệp phải chịu lãi cho khoản tiền nợ này ít nhất 3 tháng.

Mức chiết khấu cao nhất mà Doanh nghiệp có thể chấp nhận cho từng mức thời gian thanh toán.

Ta gọi: D – là khoản tiền khách hàng phải trả khi mua hàng

$i\%$ - là tỷ lệ chiết khấu dành cho khách hàng

Ta có: Giá trị hiện tại của số tiền D khách hàng trả sau khi n tháng và không hưởng chiết khấu:

$$PV = \frac{FVn}{(1+nr)^t} = \frac{D}{(1+nr)^t}$$

Giá trị hiện tại của số tiền khách hàng trả cho Doanh nghiệp khi chấp nhận trả trước để được hưởng chiết khấu $i\%$:

$$PV = D(1 - i\%)$$

Xí nghiệp chỉ có thể áp dụng mức chiết khấu khi

$$D(1 - i\%) \geq \frac{D}{(1+nr)^t}$$

Hay:
$$PV = D(1 - i\%) - \frac{D}{(1+nr)^t} \geq 0$$

Để có tỷ lệ chiết khấu phù hợp, Doanh nghiệp tính một kỳ tính toán bằng 30 ngày/tháng khi đó lãi suất ngân hàng là 0,83%/kỳ. Từ đó ta có cụ thể các trường hợp sau:

- Trường hợp thanh toán ngay (tức là $T = 0$)

$$NPV = D(1 - i\%) - \frac{D}{(1+0,83\%)^3} \geq 0$$

$$\Rightarrow i\% \leq 2,458\%$$

- Trường hợp thanh toán trong khoảng từ 1-30 ngày

$$NPV = D(1 - i\%) - \frac{D}{(1+0,83\%)^2} \geq 0$$

$$\Rightarrow i\% \leq 1,638\%$$

- Trường hợp thanh toán trong khoảng từ 30-60 ngày

$$NPV = D(1 - i\%) - \frac{D}{(1+0,83\%)^1} \geq 0$$

$$\Rightarrow i\% \leq 0,823\%$$

- Trường hợp thanh toán từ sau 60 ngày: Khách hàng không được hưởng chiết khấu của Doanh nghiệp

Bảng 3.2.2 Bảng các tỷ lệ chiết khấu

Loại	Thời gian	Tỷ lệ chiết khấu (%)
1	Thanh toán ngay	2,458%
2	Thanh toán từ 1-30 ngày	1,638%
3	Thanh toán từ 30-60 ngày	0,823%
4	Thanh toán trên 60 ngày	Không có chiết khấu

Sau khi có thỏa thuận về bán hàng trả chậm với khách hàng Doanh nghiệp hy vọng tỷ lệ thanh toán đề suất trong bảng trên sẽ khuyến khích khách hàng thanh toán nhanh hơn.

Ngoài ra công ty cũng nên áp dụng một số biện pháp khác như:

Thứ 1: Mở sổ theo dõi chi tiết các khoản phải thu thường của khách hàng, thường xuyên kiểm tra đơn đốc thu hồi đúng hạn.

Thứ 2: Trong hợp đồng bán hàng cần quy định rõ ràng chặt chẽ về thời hạn và phương thức thanh toán, nếu vượt quá thời hạn thanh toán theo hợp đồng thì công ty sẽ thu được lại tương tự với lãi suất quá hạn của ngân hàng.

Thứ 3: Phân loại các khoản nợ quá hạn, tìm nguyên nhân của từng khoản nợ để có biện pháp xử lý thích hợp như gia hạn nợ, thỏa ước xử lý nợ, xóa một phần nợ cho khách hoặc yêu cầu tòa án kinh tế giải quyết theo thủ tục phá sản doanh nghiệp.

Thứ 4: Doanh nghiệp nên có phần thưởng khuyến khích cho những nhân viên của doanh nghiệp làm công việc đòi nợ (hiện nay nhân viên làm nhiệm vụ này là nhân viên thuộc phòng Tài chính – Kế toán), thường xuyên và tích cực nhắc nhở và đòi khách hàng thanh toán đúng hạn một cách khéo léo để duy trì mối quan hệ làm ăn lâu dài nhưng vẫn đảm bảo vốn của doanh nghiệp không bị chiếm dụng. Phần thưởng cho việc đòi nợ là 1% khoản thu về.

Bảng kiểm kê chi tiết công nợ

STT	Hồ sơ	Tên Khách hàng	Thời gian nợ	Số tiền nợ	Biên bản nợ	Diễn giải
1						
2						
3						
4						

Ngoài ra với từng loại nợ ta áp dụng chính sách phù hợp để thu hồi.

3.4. Biện pháp thứ 4: Giảm các khoản nợ ngắn hạn và lãi vay bằng cách huy động vốn của cán bộ công nhân viên trong Công ty.

- Lý do thực hiện biện pháp:

Công ty cổ phần may Tiên Hưng là doanh nghiệp tương đối lớn trong ngành may trong lĩnh vực hoạt động kinh doanh cần huy động vốn có hiệu quả cao. Để đảm bảo cho hoạt động sản xuất kinh doanh của mình, Công ty có thể huy động và sử dụng nguồn vốn dưới nhiều hình thức khác nhau như: Vay ngân hàng; Sử dụng thuế phải nộp cho nhà nước (đến kỳ nhưng chậm nộp); Thỏa thuận khách hàng, nhà cung cấp trả chậm tiền hàng; Trả cán bộ công nhân viên nhưng chưa trả...

Qua việc phân tích hiệu quả hoạt động tài chính của Công ty ta thấy, Xí nghiệp phải vay một khoản nợ ngắn hạn rất lớn để đảm bảo cho hoạt động sản xuất kinh doanh. Như thế là đáp ứng cho sản xuất kinh doanh ngày một tăng số vốn cho sản xuất kinh doanh mà Doanh nghiệp cần phải huy động tương ứng là rất lớn và đi đôi với nó là những khoản chi phí cho công tác tài chính, thường áp lực phải trả đúng hạn là lớn. Giải quyết vấn đề này, Doanh nghiệp cần linh hoạt với các hình thức huy động vốn có dù chỉ là trong thời gian ngắn. Theo em một trong những biện pháp linh động có hiệu quả là có thể huy động vốn nhàn rỗi của các cán bộ CNV.

Biện pháp này được đưa ra để huy động vốn nhàn rỗi từ cán bộ CNV nhằm giảm bớt các khoản vay nợ ngắn hạn, làm tăng thu nhập cho cán bộ CNV.

- Nội dung thực hiện biện pháp:

+ Trước hết ta có thể huy động vốn từ cán bộ CNV từ các phòng ban vì ở đây NV có thu nhập cao và ổn định và hy vọng lượng tiền nhàn rỗi cao. Cũng có thể huy động vốn từ các cán bộ CNV khác có thể thấp hơn (ở đối tượng này lượng tiền nhàn rỗi thấp hơn). Bên cạnh việc thu hút vốn ta cũng cần tính toán có đề ra chính sách khuyến khích, và đãi ngộ đối với những nhân viên có số vốn đóng góp cao (có chế độ thưởng xứng đáng)

Số người mà ta cần đề xuất họ cho vay một phần thu nhập hàng tháng để hưởng lãi suất mà XN trả dự kiến cao hơn mà họ cho vay ngân hàng là khoảng 120 người.

Số tiền dự kiến như sau:

Bình quân mỗi 1 cán bộ CNV cho vay hàng tháng là 500 000đ/người/tháng

Tổng số tiền bình quân 1 năm Doanh nghiệp huy động được là: $120 \times 500\,000 \times 12 \text{ tháng} = 720,000,000 \text{ đ}$

Để có thể huy động được lượng vốn trên Doanh nghiệp sẽ phải trả cho cán bộ CNV một khoản lãi sao cho lãi suất đó phải lớn hơn lãi suất tiền gửi và lãi suất tiền vay thông qua công thức:

Công thức quy những kỳ hạn tính lãi khác nhau về cùng một kỳ hạn là 1 năm.

$$r_i = (1 + r_m)^n - 1$$

Trong đó: r_i – là lãi suất tính theo năm

r_m – là lãi suất kỳ hạn m

n – là số kỳ hạn so với kỳ hạn vay

+ Lãi suất tiền gửi ngân hàng kỳ hạn 1 năm là: 8,5%/năm => 0,708%/tháng

+ Lãi suất tiền vay kỳ hạn là: 0,83%/tháng => $(1 + 0,83\%)^{12n} - 1 = 10\%/năm$

+ Lãi suất huy động của XN có thể là: 9,2%/năm.

- Kết quả mong đợi khi thực hiện biện pháp:

Sau khi thực hiện huy động vốn với mức lãi suất 9,2%/năm XN có thể đạt một số kết quả sau:

+ Xí nghiệp sẽ tiết kiệm được lãi vay là: $720\,000\,000 \times (10\% - 9,2) = 5.760.000 \text{ đ}$

+ Các cán bộ CNV sẽ được lợi thêm là: $720\,000\,000 \times (9,2\% - 8,5\%) = 5.040.000 \text{ đ}$

Qua đây một khi người lao động thấy được lợi ích thì họ có thể huy động trong gia đình, người thân tham gia cho vay cao hơn nữa. Xí nghiệp hy vọng sẽ huy động tăng số vốn nhàn rỗi trong cán bộ CNV lên cao hơn nữa và như thế Xí nghiệp sẽ tiết kiệm được một khoản chi phí tài chính, góp phần giảm các khoản chi phí và tăng hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh.

3.5 Biện pháp 5: Xây dựng chương trình truyền thông nhằm tri ân khách hàng cũ và quảng bá thương hiệu tới các khách hàng mới.

Mục tiêu:

- Tri ân khách hàng cũ

- Quảng bá thương hiệu, dịch vụ tới các doanh nghiệp trong và ngoài địa bàn

Công ty đặt trụ sở.

Căn cứ đưa ra biện pháp

Căn cứ vào nhu cầu hiện tại cần nâng cao chất lượng dịch vụ và quảng bá doanh nghiệp đến khách hàng.

Trang web hiện nay của công ty thường xuyên không cập nhật thông tin về sản phẩm mới, về hỗ trợ khách hàng.

Cần thiết phải quảng bá, giới thiệu hình ảnh thương hiệu của công ty đến tất cả các khách hàng tiềm năng.

Nội dung của biện pháp

Tổ chức sự kiện Hội nghị khách hàng tại hội trường Công ty. Danh sách bao gồm những khách hàng cũ, khách hàng tiềm năng, đại diện khu công nghiệp.

Xây dựng lại trang web của công ty: cập nhật liên tục thông tin, sản phẩm mới của công ty, mở thêm phần dịch vụ tư vấn và hỗ trợ trực tuyến cho khách hàng.

Ước tính chi phí và hiệu quả

Do có chương trình xúc tiến nên ước tính doanh thu sẽ tăng thêm 3% so với năm trước. Vậy doanh thu tăng thêm sẽ là:

$$398.265.897.256 \times 3\% = 19.913.294.863 \text{ đồng}$$

Chi phí cho Hội nghị khách hàng dự kiến 500.000 đồng/khách, tổng chi phí dự kiến cho 300 người sẽ là:

$$300 \text{ người} \times 500.000 \text{ đồng/khách} = 150.000.000 \text{ đồng}$$

Chi phí tổ chức Hội nghị khách hàng khoảng 100 triệu đồng.

Chi phí xây dựng lại trang web: 50.000.000 đồng

Hiệu quả đầu tiên mà chương trình mang lại là: những khách hàng cũ sẽ cảm nhận được sự cam kết nâng cao chất lượng dịch vụ, nhận thấy sự tôn trọng và chiến lược rõ ràng của Công ty là tập trung vào khách hàng. Với những khách hàng mới, đây sẽ là hội nghị giới thiệu những sản phẩm mới và giải pháp hỗ trợ khách hàng tốt, tăng cường sự hiểu biết của khách hàng về công ty, khách hàng cảm nhận được công ty sẽ là một đối tác tin cậy và có thể là một lựa chọn dịch vụ trong tương lai.

Bảng 3.5: Bảng kết quả và hiệu quả

Đơn vị tính: VNĐ

Stt	Chỉ tiêu	Giá trị
1	Doanh thu tăng thêm (3%)	19.913.294.863
2	Lợi nhuận tăng thêm (= ROS * DT tăng thêm)	796.531.795
3	Tổng chi phí của biện pháp	300.000.000
3.1	Chi phí hội nghị khách hàng	150.000.000

3.2	Chi phí xây dựng lại trang web	50.000.000
4	Lợi nhuận thuần của biện pháp (5=3-4)	496.531.795

Mặc dù lợi nhuận của biện pháp là không cao nhưng biện pháp này đã quảng bá hình ảnh của công ty, thể hiện được mong muốn xây dựng dịch vụ khách hàng chất lượng cao.

3.6 Các kiến nghị khác

3.6.1 Tập trung huy động vốn:

Để phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh đòi hỏi Công ty phải có một lượng vốn lớn, nhất là trong điều kiện nền kinh tế thị trường hiện nay. Qua phân tích ở trên ta thấy hiệu quả sử dụng vốn cố định và vốn lưu động của Công ty vẫn chưa đạt hiệu quả cao, Công ty cần có những biện pháp cụ thể để khắc phục tình trạng trên.

- Công ty cần mở rộng các biện pháp huy động vốn từ nhiều nguồn để đảm bảo đủ vốn kinh doanh cũng như tạo thế chủ động khi sử dụng vốn. Công ty có thể cổ phần hóa doanh nghiệp từ đó Công ty có thể huy động được nguồn vốn từ chính những lao động trong công ty.

- Cần nâng cao hiệu quả sử dụng vốn lưu động bằng cách đôn đốc, giải quyết tích cực những khoản vốn trong thanh toán, vốn bị chiếm dụng hoặc nợ nần dây dưa để thu hồi nhanh chóng, đồng thời theo dõi thường xuyên thực trạng tình hình công nợ của Công ty; hạn chế chiếm dụng vốn của đơn vị khác; Chủ động và kịp thời giải quyết hàng tồn kho; Tăng vòng quay vốn lưu động, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

3.6.2: Tổ chức sản xuất hợp lý, khoa học nhằm tiết kiệm chi phí trong công tác quản lý:

- Kinh tế thị trường luôn biến động, muốn tồn tại và phát triển đòi hỏi doanh nghiệp phải thích ứng với biến động đó. Công ty Cổ phần may Tiên Hưng cũng không nằm ngoài vòng xoáy của thị trường cạnh tranh khốc liệt đó nên trong hoàn cảnh tình trạng khủng hoảng kinh tế đang gây ảnh hưởng trên toàn cầu như hiện nay Công ty cần có những chiến lược kinh doanh phù hợp để ứng phó với những biến động thị trường như vậy. Muốn vậy, Công ty một mặt phải tổ chức bộ máy quản lý, tổ chức sản xuất một cách hợp lý, khoa học, tiết kiệm và có hiệu quả, một mặt có những hoạt động tìm hiểu

thị trường, tìm hiểu về cung cầu, giá cả để có phương án sản xuất kinh doanh, giá thành phù hợp tránh kinh doanh những loại hàng hóa mà không tiêu thụ được.

- Hoạt động sản xuất của Công ty được diễn ra trên nhiều xí nghiệp, mỗi xí nghiệp đảm nhận một khâu riêng biệt trong chuỗi hoạt động sản xuất kinh doanh. Phải làm sao để hoạt động giữa các đơn vị trực thuộc diễn ra nhịp nhàng, liên tục và cân đối là vấn đề mà Công ty cần giải quyết một cách rõ ràng, có như vậy mới đảm bảo cho hoạt động sản xuất có hiệu quả, kết quả sản xuất kinh doanh mới đạt mức cao. Muốn vậy, Công ty cần:

- Tiếp tục hoàn thiện các hạng mục của các dự án đã đầu tư, đảm bảo các chỉ tiêu định mức kinh tế kỹ thuật.

- Máy móc thiết bị, phương tiện vận chuyển, thiết bị, dụng cụ quản lý là những khoản mục quan trọng đối với ngành nghề sản xuất kinh doanh của Công ty, Công ty cần thường xuyên kiểm tra, bảo dưỡng hoặc mua mới đảm bảo cho mọi hoạt động sản xuất kinh doanh được diễn ra liên tục, nhịp nhàng, có hiệu quả.

3.6.3 Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực:

Những năm gần đây, Công ty Cổ phần may Tiên Hưng đã có nhiều chú trọng đến đội ngũ lao động trong Công ty, không ngừng nâng cao trình độ và tay nghề cho cán bộ công nhân viên và lao động trong Công ty. Tuy vậy vẫn còn một số bất cập đó là số cán bộ có trình độ thâm niên thì kiến thức về khoa học công nghệ cũng lạc hậu, chưa bắt kịp xu thế hiện nay, cán bộ trẻ là những sinh viên mới ra trường thì chưa có kinh nghiệm thực tế, hiệu quả làm việc vẫn chưa cao nhất là trong điều kiện Công ty đang mở rộng quy mô. Bên cạnh đó, số lao động gián tiếp vẫn còn nhiều vừa làm cho công tác quản lý phải qua nhiều khâu nhiều bước lại khiến lãng phí ảnh hưởng nhiều đến hoạt động sản xuất kinh doanh.

- Nhằm bắt được những điều này, thời gian qua Công ty đã không ngừng tìm kiếm các giải pháp nhằm hoàn thiện đội ngũ nhân lực trong Công ty đảm bảo yêu cầu của quá trình sản xuất kinh doanh. Một số giải pháp được đưa ra như sau:

- Công ty cần hình thành nên cơ cấu lao động tối ưu bằng cách xây dựng cơ chế thu hút lao động có chất lượng cao vào Công ty; Phải đảm bảo đủ việc làm trên cơ sở phân công và bố trí lao động hợp lý sao cho phù hợp với năng lực, sở trường và nguyện vọng của mỗi người. Trước khi phân công bố trí hoặc đề bạt cán bộ đều phải qua kiểm tra tay nghề. Khi giao việc cần xác định rõ chức năng, quyền hạn, nhiệm vụ, trách

nhiệm. Đặc biệt công tác trả lương, thưởng, khuyến khích lợi ích vật chất đối với người lao động luôn là vấn đề hết sức quan trọng. Duy trì và làm tốt hơn nữa chính sách đào tạo, phát triển nguồn nhân lực trong Công ty, nâng cao chất lượng lao động, giải quyết kịp thời, đúng chế độ chính sách đối với lao động dôi dư.

- Tiếp tục chấn chỉnh lại tổ chức, công tác cán bộ để đẩy mạnh sản xuất kinh doanh độc lập, phát huy triệt để năng lực hiện có.

- Huy động vốn của cán bộ công nhân viên và người lao động trong Công ty.

3.6.4: Quan tâm đến tổ chức văn hóa - đời sống cho lao động:

- Tiếp tục thực hiện quy chế dân chủ ở cơ sở, củng cố và hoàn thiện các công trình phục vụ ăn ở, sinh hoạt cho người lao động, không ngừng chăm lo điều kiện vật chất, tinh thần cho người lao động.

- Duy trì các biện pháp đảm bảo an toàn lao động, loại bỏ các nguy cơ xảy ra tai nạn lao động để đảm bảo an toàn tuyệt đối cho người và thiết bị. Cần có những biện pháp dự phòng cụ thể trong những trường hợp bất ổn khí hậu, thời tiết để người lao động yên tâm làm việc, không ảnh hưởng đến năng suất lao động, tránh lãng phí sức lao động khi có thiên tai xảy ra.

- Làm tốt công tác tư tưởng với cán bộ công nhân viên và người lao động để họ nhận thức đúng tình hình khó khăn hiện tại, đoàn kết chung sức vượt qua khó khăn, tránh thái độ bàng quang, ỷ lại, giữ vững sự ổn định của Công ty và xây dựng Công ty phát triển bền vững.

- Duy trì tổ chức các hoạt động văn hóa, thể thao từ Công ty đến các đơn vị thành viên, tổ chức ăn ở, sinh hoạt theo nếp sống văn hóa, phát hiện và phòng chống các tệ nạn xã hội nhất là trong lực lượng lao động trẻ.

KẾT LUẬN

Qua thời gian thực tập và làm việc tại Công ty Cổ phần may Tiên Hưng, Em nhận thấy Công ty đã thực hiện tốt nghĩa vụ đóng góp các khoản thuế, phí cho ngân sách Nhà nước, Đảng, tạo công ăn việc làm cho hàng nghìn lao động, góp phần nâng cao liên kết cộng đồng tại địa phương. Mặc dù vậy, em nhận thấy công ty vẫn mmojt số hạn chế cần sớm khắc phục, thiếu sót trong cơ cấu tài chính là vấn đề này cần được quan tâm nhằm hoạch định chiếm lược kinh doanh cho những năm tiếp theo để công ty có thể phát triển một cách bền vững, ổn định và lâu dài.

Em rất mong được sự tham gia đóng góp ý kiến của các thầy cô và các bạn đồng nghiệp.

Một lần nữa em xin chân thành cảm ơn các thầy cô trong trường đại học Bách Khoa, các thầy cô trong Viện kinh tế và quản lý đặc biệt là thầy Nguyễn Tấn Thịnh đã truyền đạt cho em những hiểu biết và vốn kiến thức trong suốt thời gian học tập tại trường và thời gian thực tập và làm Khóa luận tốt nghiệp.

Em xin chân thành cảm ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ngô Trần Ánh (2000), *Kinh tế và Quản lý doanh nghiệp*, NXB Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội.
2. GS.TS Nguyễn Văn Công (2000), *Giáo trình kế toán doanh nghiệp*, NXB Tài Chính
3. Nguyễn Thị My, Phan Đức Dũng (2006), *Phân tích hoạt động kinh doanh*, Trường Đại học quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
4. Nguyễn Xuân Đệ (2002), *Phân tích hoạt động kinh doanh trong doanh nghiệp*, NXB Nông nghiệp, Hà Nội.
5. Nguyễn Tấn Thịnh (2008), *Quản lý nhân lực trong Doanh nghiệp*, NXB Khoa học –Kỹ thuật.