

**BỘ GIÁO DỤC ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THĂNG LONG**

---o0o---

# **KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

## **PHÂN TÍCH HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ CAO TRỤ**

**SINH VIÊN THỰC HIỆN : TRẦN TUẤN NHẬT**

**MÃ SINH VIÊN : A17670**

**CHUYÊN NGÀNH : TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG**

**HÀ NỘI - 2014**

**BỘ GIÁO DỤC ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THĂNG LONG**  
---o0o---

# **KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

## **PHÂN TÍCH HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ CAO TRỤ**

**SINH VIÊN THỰC HIỆN : TRẦN TUẤN NHẬT  
MÃ SINH VIÊN : A17670  
CHUYÊN NGÀNH : TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG  
GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN : TS. TRẦN ĐÌNH TOÀN**

**HÀ NỘI - 2014**

## LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan rằng đây là công trình nghiên cứu của tôi, có sự hỗ trợ từ Giáo viên hướng dẫn là TS. Trần Đình Toàn. Các nội dung nghiên cứu và kết quả trong đề tài này là trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất cứ công trình nghiên cứu nào trước đây. Những số liệu phục vụ cho việc phân tích, nhận xét, đánh giá được chính tác giả thu thập từ các nguồn khác nhau có ghi trong phần tài liệu tham khảo. Ngoài ra, đề tài còn sử dụng một số nhận xét, đánh giá cũng như số liệu của các tác giả, cơ quan tổ chức khác, và cũng được thể hiện trong phần tài liệu tham khảo.

Nếu phát hiện có bất kỳ sự gian lận nào tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm trước Hội đồng, cũng như kết quả luận văn của mình.

Hà Nội, ngày 10 tháng 06 năm 2014

Sinh viên thực hiện

Trần Tuấn Nhật

## MỤC LỤC

<b>CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN LÝ THUYẾT VÀ NGHIÊN CỨU THỰC TIỄN ...</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Tổng quan phân tích hoạt động kinh doanh doanh nghiệp .....</b>	<b>1</b>
1.1.1. Khái niệm phân tích hoạt động kinh doanh .....	1
1.1.2. Khái niệm hiệu quả kinh doanh .....	1
1.1.3. Vai trò của phân tích hoạt động kinh doanh .....	1
1.1.4. Đối tượng của phân tích hoạt động kinh doanh.....	2
1.1.5. Phương pháp phân tích hiệu quả kinh doanh .....	2
1.1.5.1. Nguồn số liệu .....	2
1.1.5.2. Phương pháp phân tích số liệu .....	3
1.1.6. Kỹ thuật phân tích .....	4
1.1.6.1. Kỹ thuật phân tích ngang.....	4
1.1.6.2. Kỹ thuật phân tích qua hệ số.....	4
1.1.7. Phân tích hiệu quả kinh doanh dựa trên kỹ thuật phân tích qua hệ số .....	4
1.1.7.1. Tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA).....	4
1.1.7.2. Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE).....	5
1.1.7.3. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS) .....	5
1.1.7.4. Mô hình DuPont .....	6
1.1.7.5. Sức sinh lời của vốn lưu động .....	9
1.1.7.6. Tỷ suất lợi nhuận gộp biên (Gross margin) .....	9
1.1.7.7. Khả năng thanh toán hiện thời (ngắn hạn).....	10
1.1.7.8. Khả năng thanh toán nhanh (Tỷ số thanh toán nhanh).....	10
1.1.7.9. Kỳ thu tiền bình quân (DSO) .....	11
1.1.7.10. Số vòng quay tổng tài sản.....	12
1.1.7.11. Số vòng quay tài sản lưu động.....	12
1.1.7.12. Số vòng quay hàng tồn kho .....	13
1.1.8. Phân tích SWOT .....	13
<b>1.2. Nghiên cứu thực tiễn.....</b>	<b>15</b>
<b>1.3. Kết luận chương I.....</b>	<b>19</b>
<b>CHƯƠNG 2. PHÂN TÍCH HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ CAO TRỤ .....</b>	<b>20</b>

<b>2.1. Quá trình hình thành và phát triển của công ty TNHH MTV thương mại và dịch vụ Cao Trạ</b> .....	<b>20</b>
<b>2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển</b> .....	<b>20</b>
<b>2.1.2. Khái quát về ngành nghề kinh doanh của công ty TNHH MTV TM &amp; DV Cao Trạ</b> .....	<b>20</b>
<b>2.1.3. Cơ cấu tổ chức của công ty TNHH MTV TM &amp; DV Cao Trạ</b> .....	<b>21</b>
<b>2.2. Đánh giá về môi trường kinh doanh</b> .....	<b>22</b>
<b>2.2.1. Thuận lợi</b> .....	<b>22</b>
<b>2.2.2. Khó khăn</b> .....	<b>22</b>
<b>2.3. Phân tích hiệu quả kinh doanh của công ty TNHH một thành viên thương mại và dịch vụ Cao Trạ</b> .....	<b>23</b>
<b>2.3.1. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh và tình hình tài sản nguồn vốn của công ty TNHH MTV TM &amp; DV Cao Trạ qua các năm 2011 – 2012 – 2013</b> .....	<b>23</b>
<i>2.3.1.1. Tình hình doanh thu – chi phí – lợi nhuận các năm 2011 – 2012 – 2013 của công ty TNHH MTV TM &amp; DV Cao Trạ</i> .....	<b>23</b>
<i>2.3.1.2. Tình hình tài sản – nguồn vốn các năm 2011 – 2012 – 2013 của công ty TNHH MTV TM &amp; DV Cao Trạ</i> .....	<b>26</b>
<b>2.3.2. Phân tích nhóm chỉ tiêu sinh lời</b> .....	<b>29</b>
<i>2.3.2.1. Tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA)</i> .....	<b>29</b>
<i>2.3.2.2. Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE)</i> .....	<b>30</b>
<i>2.3.2.3. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS)</i> .....	<b>31</b>
<i>2.3.2.4. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu qua mô hình DuPont</i> .....	<b>32</b>
<i>2.3.2.5. Sức sinh lời của vốn lưu động</i> .....	<b>35</b>
<i>2.3.2.6. Tỷ suất lợi nhuận gộp biên (Gross margin ratio)</i> .....	<b>36</b>
<b>2.3.3. Phân tích tình hình thanh toán</b> .....	<b>38</b>
<i>2.3.3.1. Khả năng thanh toán hiện thời (ngắn hạn)</i> .....	<b>38</b>
<i>2.3.3.2. Khả năng thanh toán nhanh (Tỷ số thanh toán nhanh)</i> .....	<b>39</b>
<i>2.3.3.3. Kỳ thu tiền bình quân (DSO)</i> .....	<b>40</b>
<b>2.3.4. Nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng tài sản</b> .....	<b>42</b>
<i>2.3.4.1. Số vòng quay tổng tài sản</i> .....	<b>42</b>
<i>2.3.4.2. Số vòng quay tài sản lưu động</i> .....	<b>43</b>

2.3.4.3. Số vòng quay hàng tồn kho .....	44
2.4. Đánh giá về năng lực hoạt động qua mô hình SWOT .....	45
2.4.1. Điểm mạnh (Strength) .....	45
2.4.2. Điểm yếu (Weakness) .....	46
2.4.3. Cơ hội (Opportunity) .....	47
2.4.4. Thách thức (Threat) .....	47
2.5. Kết luận chương II .....	49
<b>CHƯƠNG 3. CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ CAO TRỤ</b> .....	<b>51</b>
3.1. Các giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh .....	51
3.1.1. Giảm thiểu chi phí và nâng cao lợi nhuận .....	51
3.1.2. Sử dụng tài sản và nguồn vốn hợp lý hơn .....	52
3.1.3. Cải thiện khả năng thanh toán .....	53
3.1.4. Cải thiện số vòng quay tài sản .....	53
3.2. Các giải pháp khác về chiến lược kinh doanh từ phân tích SWOT .....	53
3.2.1. Chiến lược SO (Strengths – Opportunities) .....	53
3.2.2. Chiến lược WO (Weaknesses – Opportunities) .....	54
3.2.3. Chiến lược ST (Strengths – Threats) .....	54
3.2.4. Chiến lược WT (Weaknesses – Threats) .....	54
<b>KẾT LUẬN</b> .....	<b>56</b>
<b>PHỤ LỤC</b> .....	<b>58</b>

## **DANH MỤC SƠ ĐỒ, BẢNG BIỂU, ĐỒ THỊ**

Bảng 2.1. Một số chỉ tiêu về tình hình tài sản – nguồn vốn giai đoạn 2011 –2013 .....	26
Bảng 2.2. Các thành phần của mô hình DuPont .....	32
Bảng 2.3. Tình hình Các khoản phải thu ngắn hạn và Hàng tồn kho .....	38
Bảng 2.4. Kỳ thu tiền bình quân qua các năm.....	40

## **DANH MỤC ĐỒ THỊ**

Đồ thị 2.1. Tình hình doanh thu – chi phí – lợi nhuận giai đoạn 2011–2013 .....	24
Đồ thị 2.2. Tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA) .....	29
Đồ thị 2.3. Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) .....	30
Đồ thị 2.4. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS) .....	32
Đồ thị 2.5. Sức sinh lời của vốn lưu động .....	36
Đồ thị 2.6. Tỷ suất lợi nhuận gộp biên .....	36
Đồ thị 2.7. Khả năng thanh toán hiện thời .....	38
Đồ thị 2.8. Khả năng thanh toán nhanh .....	39
Đồ thị 2.9. Số vòng quay tổng tài sản .....	42
Đồ thị 2.10. Số vòng quay tài sản lưu động .....	43
Đồ thị 2.11. Số vòng quay hàng tồn kho .....	44



## DANH MỤC VIẾT TẮT

Ký hiệu viết tắt	Tên đầy đủ
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
MTV	Một thành viên
TSNH	Tài sản ngắn hạn
TSDH	Tài sản dài hạn
CSH	Chủ sở hữu
TSCĐ	Tài sản cố định

## PHẦN MỞ ĐẦU

Nói đến doanh nghiệp, người ta thường nghĩ doanh nghiệp đó có thích nghi, có đáp ứng được nhu cầu của nền kinh tế thị trường không? Doanh nghiệp đó đã đạt được gì, đóng góp được những gì? Hoạt động của doanh nghiệp như thế nào, có hiệu quả hay không? Do đó, để thực hiện điều này ngoài đặc điểm của ngành và uy tín của doanh nghiệp thì một trong những tiêu chuẩn để xác định vị thế đó là hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Phân tích hoạt động kinh doanh là việc làm hết sức cần thiết đối với mỗi doanh nghiệp, doanh nghiệp phải thường xuyên kiểm tra, đánh giá đầy đủ chính xác mọi diễn biến kết quả hoạt động kinh doanh của mình, tìm ra những mặt mạnh để phát huy và những mặt còn yếu kém để khắc phục, trong mối quan hệ với môi trường xung quanh tìm ra những biện pháp để không ngừng nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của mình. Mặt khác, qua phân tích kinh doanh giúp cho các doanh nghiệp tìm ra các biện pháp sát thực để tăng cường các hoạt động kinh tế và quản lý doanh nghiệp, nhằm huy động mọi khả năng về tiền vốn, lao động, đất đai... vào quá trình sản xuất kinh doanh, nâng cao kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Ngoài ra, phân tích kinh doanh còn là những căn cứ quan trọng phục vụ cho việc dự đoán, dự báo xu thế phát triển sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Từ đó, các nhà quản trị sẽ đưa ra những quyết định về chiến lược kinh doanh có hiệu quả hơn.

Do đó vấn đề phân tích kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trở nên cần thiết và đóng vai trò quan trọng hơn bao giờ hết đối với các doanh nghiệp để tồn tại và phát triển trong nền kinh tế thị trường, đặc biệt là trong bối cảnh kinh doanh cạnh tranh ngày càng gay gắt như hiện nay cùng với chính sách mở cửa chủ động hội nhập nền kinh tế thế giới của nước ta thời gian qua.

Chính vì tầm quan trọng của vấn đề, em đã chọn đề tài ***“Phân tích hiệu quả kinh doanh của công ty TNHH một thành viên thương mại và dịch vụ Cao Trụ thông qua một số chỉ tiêu tài chính”*** làm đề tài tốt nghiệp.

Ngoài phần mở đầu và phần kết luận, khóa luận gồm 3 chương:

**Chương 1:** Tổng quan lý thuyết và nghiên cứu thực tiễn.

**Chương 2:** Phân tích hiệu quả kinh doanh của công ty TNHH một thành viên thương mại và dịch vụ Cao Trụ.

**Chương 3:** Một số nhận xét và kiến nghị về phân tích hiệu quả kinh doanh của công ty TNHH một thành viên thương mại và dịch vụ Cao Trụ.

Kết quả hướng tới của đề tài nghiên cứu trong khóa luận này là một bài phân tích tổng quan, đầy đủ, tỉ mỉ, chi tiết về tình hình và hiệu quả kinh doanh của công ty TNHH một thành viên thương mại và dịch vụ Cao Trụ dưới một góc nhìn khách quan,

chân thực. Đề tài nghiên cứu sẽ giúp cho các nhà quản trị của công ty thấy được rõ ràng tình trạng hiệu quả kinh doanh, năng lực tài chính của mình, những thành tựu mà công ty đạt được cần tiếp tục duy trì và phát huy, những tồn tại mà công ty cần nghiêm túc chú ý nghiên cứu và tìm ra phương án giải quyết, những chính sách phù hợp hơn với tình hình công ty hiện tại và những kế hoạch định hướng cho công ty vững bước tới tương lai trong môi trường kinh tế thị trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt.

Em xin chân thành cảm ơn thầy giáo – Tiến sĩ Trần Đình Toàn đã giúp đỡ em hoàn thành chuyên đề tốt nghiệp này.

## **CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN LÝ THUYẾT VÀ NGHIÊN CỨU THỰC TIỄN**

### **1.1. Tổng quan phân tích hoạt động kinh doanh doanh nghiệp**

#### **1.1.1. Khái niệm phân tích hoạt động kinh doanh**

*“Phân tích, hiểu theo nghĩa chung nhất là sự chia nhỏ sự vật và hiện tượng trong mối quan hệ hữu cơ giữa các bộ phận cấu thành sự vật, hiện tượng đó”. [2, tr.5]*

*“Phân tích hoạt động kinh doanh là quá trình nghiên cứu để đánh giá toàn bộ quá trình và kết quả của hoạt động kinh doanh; các nguồn tiềm năng cần khai thác ở doanh nghiệp trên cơ sở đó đề ra các phương án và giải pháp để nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp”. [4, tr.4]*

#### **1.1.2. Khái niệm hiệu quả kinh doanh**

*“Hiệu quả sản xuất kinh doanh là một phạm trù kinh tế biểu hiện sự tập trung của sự phát triển kinh tế theo chiều sâu, phản ánh trình độ khai thác các nguồn lực đó trong quá trình tái sản xuất, nhằm thực hiện mục tiêu kinh doanh. Nó là thước đo ngày càng trở nên quan trọng của sự tăng trưởng kinh tế và là chỗ dựa cơ bản để đánh giá việc thực hiện mục tiêu kinh tế trong từng thời kỳ”. [8, tr.110]*

#### **1.1.3. Vai trò của phân tích hoạt động kinh doanh**

Phân tích hoạt động kinh doanh là công cụ để phát hiện những khả năng tiềm tàng trong hoạt động kinh doanh mà còn là công cụ cải tiến cơ chế quản lý trong kinh doanh. Bất kì hoạt động kinh doanh trong các điều kiện hoạt động khác nhau như thế nào đi nữa cũng còn những tiềm ẩn, khả năng tiềm tàng chưa được phát hiện, chỉ thông qua phân tích doanh nghiệp mới có thể phát hiện được và khai thác chúng để mang lại hiệu quả kinh tế cao hơn. Thông qua phân tích doanh nghiệp mới thấy rõ nguyên nhân cùng nguồn gốc của các vấn đề phát sinh và có giải pháp cụ thể để cải tiến quản lý.

Phân tích hoạt động kinh doanh cho phép các nhà doanh nghiệp nhìn nhận đúng đắn về khả năng, sức mạnh cũng như những hạn chế trong doanh nghiệp của mình. Chính trên cơ sở này các doanh nghiệp sẽ xác định đúng đắn mục tiêu cùng các chiến lược kinh doanh có hiệu quả.

Phân tích hoạt động kinh doanh là cơ sở quan trọng để ra các quyết định kinh doanh, là công cụ quan trọng trong những chức năng quản trị có hiệu quả ở doanh nghiệp.

Phân tích là quá trình nhận thức hoạt động kinh doanh, là cơ sở cho việc ra quyết định đúng đắn trong chức năng quản lý, nhất là các chức năng kiểm tra, đánh giá và điều hành hoạt động kinh doanh để đạt các mục tiêu kinh doanh.

Phân tích hoạt động kinh doanh là biện pháp quan trọng để phòng ngừa rủi ro. Để kinh doanh đạt hiệu quả mong muốn, hạn chế rủi ro xảy ra. Doanh nghiệp phải tiến

hành phân tích hoạt động kinh doanh của mình, đồng thời dự đoán các điều kiện kinh doanh trong thời gian tới, để vạch ra các chiến lược kinh doanh cho phù hợp. Ngoài việc phân tích các điều kiện bên trong doanh nghiệp về tài chính, lao động, vật tư... Doanh nghiệp còn phải quan tâm phân tích các điều kiện tác động ở bên ngoài như thị trường, khách hàng, đối thủ cạnh tranh... trên cơ sở phân tích trên, doanh nghiệp dự đoán các rủi ro có thể xảy ra và có kế hoạch phòng ngừa trước khi xảy ra.

Tài liệu phân tích hoạt động kinh doanh không chỉ cần thiết cho các nhà quản trị ở bên trong doanh nghiệp mà còn cần thiết cho các đối tượng bên ngoài khác, khi họ có mối quan hệ về nguồn lợi với doanh nghiệp, vì thông qua phân tích họ mới có thể có quyết định đúng đắn trong việc hợp tác đầu tư, cho vay... với doanh nghiệp nữa hay không.

#### **1.1.4. Đối tượng của phân tích hoạt động kinh doanh**

Đối tượng của phân tích hoạt động kinh doanh suy đến cùng là kết quả kinh doanh. Nội dung phân tích chính là quá trình tìm cách lượng hóa những yếu tố đã tác động đến kết quả kinh doanh. Đó là những yếu tố của quá trình cung cấp, sản xuất, tiêu thụ và mua bán hàng hóa, thuộc các lĩnh vực sản xuất, thương mại, dịch vụ.

Phân tích hoạt động kinh doanh còn nghiên cứu tình hình sử dụng các nguồn lực: vốn, vật tư, lao động và đất đai; những nhân tố nội tại của doanh nghiệp hoặc khách quan từ phía thị trường và môi trường kinh doanh, đã trực tiếp ảnh hưởng đến hiệu quả của các mặt hoạt động doanh nghiệp.

Phân tích hoạt động kinh doanh đi vào những kết quả đã đạt được, những hoạt động hiện hành và dựa trên kết quả phân tích đó để ra các quyết định quản trị kịp thời trước mắt - ngắn hạn hoặc xây dựng kế hoạch chiến lược - dài hạn.

Có thể nói theo cách ngắn gọn, đối tượng của phân tích là quá trình kinh doanh và kết quả kinh doanh - tức sự việc đã xảy ra ở quá khứ; phân tích, mà mục đích cuối cùng là đúc kết chúng thành quy luật để nhận thức hiện tại và nhắm đến tương lai cho tất cả các mặt hoạt động của một doanh nghiệp.

Phạm vi phân tích hiệu quả kinh doanh còn bao gồm so sánh hiệu quả kinh doanh của chủ thể doanh nghiệp cần phân tích với các doanh nghiệp đối thủ cùng lĩnh vực kinh doanh khác trên thị trường nhưng do hạn chế về mặt thu thập số liệu nên đề tài sẽ chỉ dừng lại ở việc chỉ phân tích hiệu quả kinh doanh đơn thuần của công ty TNHH một thành viên thương mại và dịch vụ Cao Trụ.

#### **1.1.5. Phương pháp phân tích hiệu quả kinh doanh**

##### **1.1.5.1. Nguồn số liệu**

Số liệu được sử dụng thực hiện đề tài này được lấy từ Báo cáo tài chính qua các năm 2011, 2012, 2013 của công ty TNHH một thành viên thương mại và dịch vụ Cao

Trụ, bao gồm: Bảng cân đối kế toán, Bảng cân đối tài khoản, Bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, Báo cáo lưu chuyển tiền tệ, Bản thuyết minh báo cáo tài chính và Quyết toán thuế TNDN.

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

##### **a. Phương pháp so sánh**

**Khái niệm:** “Là phương pháp xem xét một chỉ tiêu phân tích bằng cách dựa trên việc so sánh với một chỉ tiêu cơ sở (chỉ tiêu gốc). Đây là phương pháp đơn giản và được sử dụng nhiều nhất trong phân tích hoạt động kinh doanh cũng như trong phân tích và dự báo các chỉ tiêu kinh tế - xã hội thuộc lĩnh vực kinh tế vĩ mô”. [10]

##### **Nguyên tắc so sánh:**

Các tiêu chuẩn so sánh bao gồm: Chỉ tiêu kế hoạch của một kỳ kinh doanh, Tình hình thực hiện các kỳ kinh doanh đã qua, Chỉ tiêu của các doanh nghiệp tiêu biểu cùng ngành, Chỉ tiêu bình quân của nội ngành, Các thông số thị trường, Các chỉ tiêu có thể so sánh khác.

Điều kiện so sánh: Các chỉ tiêu so sánh được phải phù hợp về yếu tố không gian, thời gian; cùng nội dung kinh tế, đơn vị đo lường, phương pháp tính toán; quy mô và điều kiện kinh doanh.

##### **Phương pháp so sánh:**

Phương pháp số tuyệt đối là hiệu số của hai chỉ tiêu: chỉ tiêu kỳ phân tích và chỉ tiêu cơ sở. Ví dụ so sánh giữa kết quả thực hiện và kế hoạch hoặc giữa thực hiện kỳ này và thực hiện kỳ trước.

Phương pháp số tương đối: Là tỉ lệ phần trăm % của chỉ tiêu kỳ phân tích so với chỉ tiêu gốc để thể hiện mức độ hoàn thành hoặc tỉ lệ của số chênh lệch tuyệt đối so với chỉ tiêu gốc để nói lên tốc độ tăng trưởng.

##### **b. Phương pháp phân chia (chi tiết)**

“Phương pháp chi tiết được sử dụng để chia nhỏ quy trình và kết quả thành những bộ phận khác nhau phục vụ cho mục tiêu nhận thức quá trình và kết quả đó dưới những khía cạnh khác nhau. Thông thường trong phân tích, người ta thường chi tiết quá trình phát sinh và kết quả đạt được thuộc tài chính doanh nghiệp thể hiện qua những chủ tiêu kinh tế theo những tiêu thức sau:

- Chi tiết theo yếu tố cấu thành của chỉ tiêu nghiên cứu: Là việc chia nhỏ chỉ tiêu nghiên cứu thành các bộ phận cấu thành nên bản thân chỉ tiêu đó.
- Chi tiết theo thời gian phát sinh quá trình và kết quả kinh tế: Là việc chia nhỏ quá trình và kết quả theo thời gian phát sinh và phát triển.

- *Chi tiết theo không gian phát sinh của hiện tượng và kết quả kinh tế: Là việc chia nhỏ quá trình và kết quả theo địa điểm phát sinh và phát triển của chỉ tiêu nghiên cứu.” [1, tr.10]*

#### **1.1.6. Kỹ thuật phân tích**

Thực hiện các phương pháp phân tích nêu trên, sau khi thu thập được thông tin, phân tích hiệu quả kinh doanh có thể sử dụng một số kỹ thuật phân tích cơ bản như:

##### **1.1.6.1. Kỹ thuật phân tích ngang**

*“Là sự so sánh về lượng trên cùng một chủ tiêu. Thực chất là áp dụng phương pháp so sánh cả về số tuyệt đối và số tương đối với những thông tin thu thập được sau khi xử lý và thiết kế dưới dạng bảng”. [1, tr.14]*

##### **1.1.6.2. Kỹ thuật phân tích qua hệ số**

*“Là xem xét mối quan hệ giữa các chỉ tiêu dưới dạng phân số. Tùy theo cách thiết lập quan hệ mà gọi các chỉ tiêu là hệ số, tỉ số hay tỷ suất”. [1, tr.14]*

#### **1.1.7. Phân tích hiệu quả kinh doanh dựa trên kỹ thuật phân tích qua hệ số**

##### **Nhóm tỷ suất đánh giá khả năng sinh lời**

##### **1.1.7.1. Tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA)**

Chỉ tiêu này được xác định bằng công thức:

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng tài sản}} (\%)$$

Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA - Return on Assets) hay chỉ tiêu hoàn vốn tổng tài sản, hệ số quay vòng của tài sản, tỷ số sinh lời trên tài sản. Tỷ suất này phản ánh cứ 100 đồng tài sản dùng vào sản xuất kinh doanh trong kỳ thì tạo ra được bao nhiêu đồng về lợi nhuận. Hệ số này dùng để đo lường hiệu quả việc sử dụng tài sản trong hoạt động kinh doanh của công ty và cũng là một thước đo để đánh giá năng lực quản lý của ban lãnh đạo công ty. Chỉ tiêu này càng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh càng lớn vì công ty đang kiếm được nhiều tiền hơn trên lượng đầu tư ít hơn. Một công ty đầu tư tài sản ít nhưng thu được lợi nhuận cao sẽ là tốt hơn so với công ty đầu tư nhiều vào tài sản mà lợi nhuận thu được lại thấp.

Tỷ số lợi nhuận trên tài sản thường có sự chênh lệch giữa các ngành. Những ngành đòi hỏi phải có đầu tư tài sản lớn vào dây chuyền sản xuất, máy móc thiết bị, công nghệ như các ngành vận tải, xây dựng, sản xuất kim loại,... thường có ROA nhỏ hơn so với ROA của các ngành thương mại, dịch vụ, quảng cáo, phần mềm,... Chỉ tiêu này càng cao thể hiện sự sắp xếp, phân bổ và quản lý tài sản hợp lý và hiệu quả của nhà quản lý.



### 1.1.7.2. Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE)

Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE - Return on Equity) còn gọi là tỷ suất thu nhập của vốn cổ đông hay chỉ tiêu hoàn vốn cổ phần của cổ đông. Chỉ tiêu này được xác định bằng công thức:

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận trên vốn CSH} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn CSH}} (\%)$$

Chỉ tiêu này cho biết khả năng sinh lời của vốn chủ sở hữu, nó phản ánh cứ 100 đồng vốn chủ sở hữu dùng vào sản xuất kinh doanh trong kỳ thì tạo ra được bao nhiêu đồng về lợi nhuận. Nếu tỷ suất này mang giá trị dương, là công ty làm ăn có lãi; nếu mang giá trị âm là công ty làm ăn thua lỗ. Chỉ tiêu này càng cao thì chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn của doanh nghiệp càng lớn. Vốn chủ sở hữu càng lớn thì tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu càng nhỏ. Đây cũng là một chỉ tiêu rất quan trọng đối với nhà quản trị vì nó phản ánh hiệu quả quản lý và sử dụng vốn kinh doanh của đơn vị và cũng rất quan trọng đối với các cổ đông vì nó gắn liền với hiệu quả đầu tư của họ.

### 1.1.7.3. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS)

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS - Return on sales) hay còn được gọi là hệ số lãi ròng, tỷ suất sinh lời trên doanh thu, suất sinh lời của doanh thu.

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu thể hiện mối quan hệ giữa lợi nhuận và doanh thu, phản ánh tính hiệu quả của quá trình hoạt động kinh doanh, thể hiện lợi nhuận do doanh thu đem lại. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu trong một kỳ nhất định được tính bằng cách lấy lợi nhuận ròng (lợi nhuận sau thuế) trong kỳ chia cho doanh thu trong kỳ, được xác định bằng công thức:

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Doanh thu}} (\%)$$

Chỉ tiêu này phản ánh cứ 100 đồng doanh thu trong kỳ phân tích thì có bao nhiêu đồng về lợi nhuận. Chỉ tiêu này càng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp càng cao. Tỷ suất này mang giá trị dương nghĩa là công ty kinh doanh có lãi; tỷ số càng lớn nghĩa là lãi càng lớn. Tỷ suất mang giá trị âm nghĩa là công ty kinh doanh thua lỗ. Tỷ suất sinh lời trên doanh thu chính là thước đo hàng đầu để đánh giá tính hiệu quả và tính sinh lời của quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, do đó các nhà quản trị thường quan tâm đến các tỷ suất biểu hiện cho hệ số sinh lời của công ty bởi vì nó là kết quả của hàng loạt chính sách và biện pháp quản lý của doanh nghiệp.



Tỷ suất ROS đặc biệt quan trọng đối với nhà quản trị do nó còn phản ánh chiến lược giá của công ty và khả năng trong việc kiểm soát chi phí hoạt động. Tỷ suất ROS khác nhau giữa các ngành tùy thuộc vào tính chất của các sản phẩm kinh doanh và chiến lược cạnh tranh của công ty. Có thể sử dụng tỷ số này để so sánh với các tỷ số của các năm trước hay so sánh với các doanh nghiệp khác trong cùng ngành. Hệ số lãi ròng càng cao chứng tỏ hiệu quả hoạt động kinh doanh càng cao, lợi nhuận sinh ra càng nhiều.

#### **1.1.7.4. Mô hình DuPont**

Mô hình phân tích tài chính Dupont được phát minh bởi F.Donaldson Brown, là một công cụ đơn giản nhưng vô cùng hiệu quả cho phép nhà phân tích có thể vừa có cái nhìn khái quát tổng thể mà vừa có cái nhìn chi tiết được toàn bộ các vấn đề cơ bản của doanh nghiệp từ đó đưa ra các quyết định đúng đắn.

Công thức DuPont có thể khai triển từ công thức ROE (tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu) – một chỉ tiêu quan trọng bậc nhất trong phân tích hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, thành hai dạng bao gồm dạng cơ bản và dạng mở rộng. Tùy vào mục đích và chiều sâu của phân tích mà nhà phân tích sẽ lựa chọn và sử dụng dạng thức phù hợp cho mình.

##### **Dạng cơ bản:**

$$\begin{aligned}\text{ROE} &= \frac{\text{Lợi nhuận ròng}}{\text{Doanh thu thuần}} \times \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tổng tài sản}} \times \frac{\text{Tổng tài sản}}{\text{Vốn CSH}} \\ &= \text{Lợi nhuận ròng biên} \times \text{Vòng quay tài sản} \times \text{Đòn bẩy tài chính}\end{aligned}$$

Ở dạng thức cơ bản, ta khai triển tỷ suất ROE từ chỉ bao gồm hai chỉ tiêu là Lợi nhuận sau thuế ở tử số và Vốn chủ sở hữu ở mẫu số thành ba tỷ suất khác là lợi nhuận ròng biên, vòng quay tài sản và đòn bẩy tài chính. Ba yếu tố mới này trong công thức ROE ngoài việc cho phép nhà quản trị doanh nghiệp hay nhà phân tích hiểu sâu hơn về tình hình ROE của doanh nghiệp, nó còn thể hiện ý nghĩa là để tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh (hay gia tăng ROE) doanh nghiệp có 3 sự lựa chọn cơ bản là tăng một trong ba yếu tố trên:

Thứ nhất doanh nghiệp có thể gia tăng khả năng cạnh tranh nhằm nâng cao doanh thu và đồng thời tiết giảm chi phí nhằm gia tăng lợi nhuận ròng biên.

Thứ hai doanh nghiệp có thể nâng cao hiệu quả kinh doanh bằng cách sử dụng tốt hơn các tài sản sẵn có của mình nhằm nâng cao vòng quay tài sản. Hay nói một cách dễ hiểu hơn là doanh nghiệp cần tạo ra nhiều doanh thu hơn từ những tài sản sẵn có.

Thứ ba doanh nghiệp có thể nâng cao hiệu quả kinh doanh bằng cách nâng cao đòn bẩy tài chính hay nói cách khác là vay nợ thêm vốn để đầu tư. Nếu mức lợi nhuận

trên tổng tài sản của doanh nghiệp cao hơn mức lãi suất cho vay thì việc vay tiền để đầu tư của doanh nghiệp là hiệu quả.

Khi áp dụng công thức DuPont vào phân tích chúng ta sẽ tiến hành so sánh chỉ tiêu ROE của doanh nghiệp qua các năm. Sau đó phân tích xem sự tăng trưởng hoặc sụt giảm của chỉ số này qua các năm bắt nguồn từ nguyên nhân nào trong ba nguyên nhân kể trên từ đó đưa ra nhận định và dự đoán xu hướng của ROE trong các năm sau.

Ví dụ nhà phân tích nhận thấy chỉ tiêu ROE tăng vọt qua các năm xuất phát từ việc Doanh nghiệp sử dụng đòn bẩy tài chính ngày càng tăng thì nhà phân tích cần tự hỏi xem liệu xu hướng này có tiếp tục được hay không? Lãi suất trong các năm tới có cho phép Doanh nghiệp tiếp tục sử dụng chiến lược này không? Khả năng tài chính của Doanh nghiệp có còn đảm bảo an toàn không?

Nếu sự gia tăng ROE đến từ việc gia tăng biên lợi nhuận hoặc vòng quay tổng tài sản thì đây là một dấu hiệu tích cực tuy nhiên các nhà phân tích cần phân tích sâu hơn. Liệu sự tiết giảm chi phí của doanh nghiệp có thể tiếp tục diễn ra không và nó bắt nguồn từ đâu? Doanh thu có tiếp tục tăng không với cơ cấu sản phẩm của Công ty như hiện nay và sẽ tăng ở mức nào?

**Dạng mở rộng:** là dạng khai triển thêm từ dạng thức cơ bản bằng cách tiếp tục khai triển chỉ tiêu lợi nhuận ròng biên.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Lợi nhuận trước thuế}} \times \frac{\text{Lợi nhuận trước thuế}}{\text{EBIT}} \times \frac{\text{EBIT}}{\text{Doanh thu}} \times \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tổng tài sản}} \times \frac{\text{Tổng tài sản}}{\text{Vốn CSH}}$$

= Ảnh hưởng của thuế  $\times$  Ảnh hưởng từ các khoản lợi nhuận khác  $\times$  Tỷ suất lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh  $\times$  Vòng quay tài sản  $\times$  Đòn bẩy tài chính

Dạng thức mở rộng của công thức Dupont cũng phân tích tương tự như dạng thức cơ bản song qua dạng thức này có thể nhìn sâu hơn vào cơ cấu của lợi nhuận sau thuế trên doanh thu thông qua việc xem xét ảnh hưởng của thuế thu nhập doanh nghiệp, ảnh hưởng từ các khoản lợi nhuận khác và tỷ suất lợi nhuận từ hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Ý nghĩa của các thành phần trong mô hình DuPont mở rộng:

**Ảnh hưởng của thuế:** Cho thấy mức độ chênh lệch của lợi nhuận sau thuế và lợi nhuận trước thuế, qua đó thấy được sự ảnh hưởng thuế thu nhập doanh nghiệp đối với sự biến động của ROE.

**Ảnh hưởng từ các khoản lợi nhuận khác:** So sánh sự chênh lệch giữa lợi nhuận trước thuế và lợi nhuận trước thuế thu nhập doanh nghiệp và lãi (EBIT), qua đó thấy

được mức độ ảnh hưởng của các khoản lợi nhuận khác trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp lên ROE.

**Tỷ suất lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh:** Tỷ số này cho biết lợi nhuận từ hoạt động sản xuất kinh doanh chiếm bao nhiêu phần trăm trong doanh thu. Tỷ số này mang giá trị dương nghĩa là công ty kinh doanh có lãi; tỷ số càng lớn nghĩa là lãi càng lớn. Tỷ số mang giá trị âm nghĩa là công ty kinh doanh thua lỗ. Đây là một trong những yếu tố quan trọng nhất cho thấy liệu chỉ số ROE của doanh nghiệp có phản ánh chính xác hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là thực sự có hiệu quả hay chỉ do các yếu tố khác tạo nên.

**Vòng quay tài sản:** Số vòng quay tổng tài sản hay gọi tắt là số vòng quay tài sản là một tỷ số tài chính, là thước đo khái quát nhất hiệu quả sử dụng tài sản của doanh nghiệp, đo lường khả năng doanh nghiệp tạo ra doanh thu từ việc đầu tư vào tổng tài sản. Tỷ số này cho biết mỗi đồng tài sản tạo ra cho doanh nghiệp bao nhiêu đồng doanh thu. Hệ số càng cao thì hiệu quả sử dụng vốn càng cao.

**Đòn bẩy tài chính:** “*Là khái niệm dùng để chỉ sự kết hợp giữa khoản nợ phải trả và vốn CSH trong việc điều hành chính sách tài chính của doanh nghiệp*”. [9]

Đòn bẩy tài chính sẽ rất lớn trong các doanh nghiệp có tỷ trọng nợ phải trả cao tỷ trọng của vốn CSH. Ngược lại, đòn bẩy tài chính sẽ thấp khi tỷ trọng nợ phải trả nhỏ hơn tỷ trọng của vốn CSH. Đòn bẩy tài chính vừa là một công cụ thúc đẩy lợi nhuận sau thuế trên một đồng vốn CSH, vừa là một công cụ kìm hãm sự gia tăng đó. Sự thành công hay thất bại này tùy thuộc vào sự khôn ngoan hay khờ dại khi lựa chọn cơ cấu tài chính. Khả năng gia tăng lợi nhuận cao là điều mong ước của các chủ sở hữu, trong đó đòn bẩy tài chính là một công cụ được các nhà quản lý ưa dùng. Vì lãi vay phải trả không đổi khi sản lượng thay đổi, do đó đòn bẩy tài chính sẽ rất lớn trong các doanh nghiệp có tỷ số nợ cao, và ngược lại đòn bẩy tài chính sẽ rất nhỏ trong các doanh nghiệp có tỷ số nợ thấp. Những doanh nghiệp không mắc nợ (tỷ số bằng 0) sẽ không có đòn bẩy tài chính. Như vậy, đòn bẩy tài chính đặt trọng tâm vào tỷ số nợ. Khi đòn bẩy tài chính cao, chỉ cần một sự thay đổi nhỏ của lợi nhuận trước thuế và lãi vay cũng làm thay đổi lớn tỷ lệ lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu, nghĩa là tỷ lệ lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu sẽ rất nhạy cảm với lợi nhuận trước thuế và lãi vay. Về thực chất, đòn bẩy tài chính phản ánh sự thay đổi của tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn CSH trước sự thay đổi của lợi nhuận trước thuế và lãi vay. Như vậy, độ lớn của đòn bẩy tài chính được xem như là tỷ lệ thay đổi của tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn CSH phát sinh do sự thay đổi của lợi nhuận trước thuế và lãi vay.

Nhìn vào chỉ tiêu này các nhà phân tích sẽ đánh giá được mức tăng tỷ suất lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp đến từ đâu. Nếu nó chủ yếu đến từ các khoản lợi

nhuận khác như thanh lý tài sản hay đến từ việc doanh nghiệp được miễn giảm thuế tạm thời thì các nhà phân tích cần lưu ý đánh giá lại hiệu quả hoạt động thật sự của doanh nghiệp.

Cũng như vậy, đối với nhân tố vòng quay toàn bộ vốn có thể đánh giá thông qua chính sách đầu tư tài sản cũng như tốc độ quay vòng của các loại tài sản ngắn hạn trong doanh nghiệp. Nếu số vòng quay toàn bộ vốn tăng lên là do tốc độ quay vòng của các loại tài sản ngắn hạn như tiền, các khoản phải thu, hàng tồn kho tăng lên thì hoàn toàn hợp lý. Nhưng nếu số vòng quay tổng vốn tăng lên là do thay đổi cơ cấu đầu tư tài sản, thì điều này phải đảm bảo phù hợp với lĩnh vực ngành nghề kinh doanh và các điều kiện cụ thể khác của doanh nghiệp cũng như môi trường kinh doanh.

Như vậy, trên cơ sở nhận diện các nhân tố sẽ giúp cho các nhà quản lý doanh nghiệp xác định và tìm biện pháp khai thác các yếu tố tiềm năng để tăng tỷ suất lợi nhuận vốn chủ sở hữu, góp phần làm tăng hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp.

#### ***1.1.7.5. Sức sinh lời của vốn lưu động***

Vốn lưu động là số tiền ứng trước về tài sản lưu động nhằm đảm bảo quá trình tái sản xuất của doanh nghiệp được thực hiện thường xuyên, liên tục. Hiệu quả sử dụng vốn lưu động đóng vai trò quan trọng, mang tính quyết định trong hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Nó được xác định thông qua mối quan hệ giữa kết quả lợi nhuận sau thuế thu được và lượng vốn lưu động bình quân mà doanh nghiệp bỏ ra theo công thức sau:

$$\text{Sức sinh lời của vốn lưu động} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn lưu động bình quân}} (\%)$$

Chỉ tiêu này cho biết 100 đồng vốn lưu động tham gia vào hoạt động sản xuất kinh doanh đã đem lại bao nhiêu lợi nhuận cho doanh nghiệp. Mức lợi nhuận về vốn lưu động càng lớn thì hiệu quả sử dụng vốn càng cao, thể hiện khả năng và phản ánh sự cố gắng của doanh nghiệp trong việc hợp lý hóa hoạt động kinh doanh của mình và đảm bảo tiết kiệm chi phí.

#### ***1.1.7.6. Tỷ suất lợi nhuận gộp biên (Gross margin)***

Lợi nhuận gộp là khoản tiền chênh lệch giữa giá bán và giá vốn. Không tính đến chi phí kinh doanh, tỷ suất lợi nhuận gộp biên biến động sẽ là nguyên nhân trực tiếp ảnh hưởng đến lợi nhuận. Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận gộp hiện khoảng chênh lệch giữa giá bán và giá vốn của sản phẩm, dịch vụ kinh doanh của DN. Chỉ tiêu này thể hiện nhiều đặc thù ngành kinh doanh và cơ cấu mặt hàng kinh doanh của doanh nghiệp hơn là vấn đề về kiểm soát chi phí do mỗi ngành nghề về mặt hàng kinh doanh thường có khoảng chênh lệch giữa giá vốn và giá bán khác nhau. Chính vì vậy, chỉ tiêu này đặc biệt quan trọng đối với các nhà quản trị doanh nghiệp, nhằm giúp họ điều chỉnh cơ cấu

mặt hàng kinh doanh sao cho tối ưu hóa tỉ suất lợi nhuận gộp bình quân, từ đó tối ưu hóa tỉ suất lợi nhuận thuần.

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận gộp biên} = \frac{\text{Lợi nhuận gộp}}{\text{Doanh thu thuần}}$$

Có thể đánh giá mức độ hiệu quả này bằng cách so sánh với tỷ số của các công ty cùng ngành. Nếu tỷ số của các công ty đối thủ cao hơn, thì công ty đang phân tích rất khó cạnh tranh được với công ty cùng ngành.

### **Nhóm tỷ suất đánh giá khả năng thanh toán**

#### **1.1.7.7. Khả năng thanh toán hiện thời (ngắn hạn)**

Hệ số thanh toán nợ ngắn hạn còn gọi là hệ số thanh toán hiện hành hay tỷ số thanh khoản hiện thời hoặc tỷ số thanh khoản ngắn hạn là thước đo khả năng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn của doanh nghiệp, nó cho biết cứ mỗi đồng nợ ngắn hạn mà doanh nghiệp đang giữ, thì doanh nghiệp có bao nhiêu đồng tài sản lưu động có thể sử dụng để thanh toán. Được tính bằng công thức sau:

$$\text{Khả năng thanh toán hiện thời} = \frac{\text{Tổng tài sản ngắn hạn}}{\text{Tổng nợ ngắn hạn}} \quad (\text{Lần})$$

Trong đó, *Tổng nợ ngắn hạn* là toàn bộ các khoản nợ có thời gian dưới 1 năm như các khoản phải trả, phải nộp, các khoản vay ngắn hạn...

Khả năng thanh toán hiện thời là công cụ đo lường khả năng thanh toán nợ ngắn hạn. Hệ số này tăng lên có thể tình hình tài chính được cải thiện tốt hơn, hoặc có thể là do hàng tồn kho ứ đọng... Nếu chỉ tiêu này lớn hơn hoặc bằng 1 thì công ty sẵn sàng sử dụng tài sản lưu động để thanh toán các khoản nợ ngắn hạn khi đến hạn thanh toán. Chứng tỏ doanh nghiệp sử dụng có hiệu quả các khoản nợ ngắn hạn nghĩa là công ty có đủ khả năng thanh toán nợ ngắn hạn, tình hình tài chính của công ty khả quan. Nếu hệ số này nhỏ hơn 1 thì doanh nghiệp có khả năng không hoàn thành được nghĩa vụ trả nợ của mình khi tới hạn. Hệ số này càng cao, khả năng trả nợ ngắn hạn của doanh nghiệp càng lớn. Nhưng nếu chỉ tiêu này quá lớn thì có thể đánh giá công ty đã đầu tư vào tài sản lưu động quá nhiều gây ra lãng phí có thể vòng quay vốn lưu động bị chậm lại hiệu quả kinh doanh thấp. Tỷ lệ này cho phép hình dung ra khả năng biến sản phẩm thành tiền mặt có tốt không. Nếu công ty gặp phải rắc rối trong vấn đề đòi các khoản phải thu hoặc thời gian thu hồi tiền mặt kéo dài, thì công ty rất dễ gặp phải rắc rối về khả năng thanh khoản.

#### **1.1.7.8. Khả năng thanh toán nhanh (Tỷ số thanh toán nhanh)**

Hệ số thanh toán nhanh còn được gọi là tỷ số thanh toán nhanh, hệ số khả năng thanh toán nhanh. Chỉ tiêu này được tính toán dựa trên những tài sản lưu động có thể nhanh chóng chuyển đổi thành tiền, cho biết khả năng có thể thanh toán nhanh chóng

các khoản nợ ngắn hạn của doanh nghiệp. Hệ số này phản ánh khả năng thanh toán nhanh các khoản nợ của công ty, được tính bằng công thức sau:

$$\text{Khả năng thanh toán nhanh} = \frac{\text{TSNH} - \text{Hàng tồn kho}}{\text{Tổng nợ ngắn hạn}} \quad (\text{Lần})$$

Theo công thức này, hàng tồn kho ở đây là hàng hóa, thành phẩm, hàng gửi bán, vật tư chưa thể bán nhanh hoặc khấu trừ ngay được, nên chưa thể chuyển thành tiền ngay được. Và khả năng thanh toán nhanh của doanh nghiệp cao hay thấp, tình hình tài chính được đánh giá tốt hay xấu tùy thuộc vào lượng tiền và các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn lớn hay bé, nợ ngắn hạn nhỏ hay lớn.

Hệ số thanh toán nhanh là tiêu chuẩn đánh giá khắt khe hơn về khả năng thanh toán. Nó phản ánh nếu không bán hết hàng tồn kho thì khả năng thanh toán của doanh nghiệp ra sao. Bởi vì, hàng tồn kho không phải là nguồn tiền mặt tức thời đáp ứng ngay cho việc thanh toán.

Nếu hệ số này lớn hơn hoặc bằng 1 chứng tỏ tình hình thanh toán của công ty khả quan và tình hình tài chính của công ty là tốt, sức mạnh tài chính dồi dào, công ty có khả năng độc lập về mặt tài chính. Nhưng nếu cao quá phản ánh tình hình vốn bằng tiền quá nhiều giảm hiệu quả sử dụng vốn. Nếu một công ty có hệ số thanh toán nhanh nhỏ hơn 1, nó sẽ không đủ khả năng thanh toán ngay lập tức toàn bộ các khoản nợ ngắn hạn và cần phải rất cẩn trọng khi đầu tư vào những công ty như vậy.

#### **1.1.7.9. Kỳ thu tiền bình quân (DSO)**

Kỳ thu tiền bình quân đo lường tốc độ luân chuyển những khoản nợ cần phải thu:

$$DSO = \frac{\text{Số nợ cần phải thu}}{\text{Doanh thu bình quân mỗi ngày}} \quad (\text{Lần})$$

Hệ số này trên nguyên tắc càng thấp càng tốt, tuy nhiên phải căn cứ vào chiến lược kinh doanh, phương thức thanh toán, tình hình cạnh tranh trong từng thời điểm hay thời kì cụ thể.

Việc chiếm dụng vốn này thoát nhìn không mấy quan trọng, vì theo logic thông thường, khách hàng nợ rồi khách hàng cũng sẽ phải trả cho doanh nghiệp, không trả lúc này thì trả lúc khác, cuối cùng thì tiền vẫn thuộc về doanh nghiệp. Tuy nhiên, vấn đề sẽ trở nên nghiêm trọng nếu khách hàng chiếm dụng ngày càng cao, trong khi đó do yêu cầu của thị trường, doanh nghiệp cần tăng lượng hàng sản xuất, điều này đòi hỏi doanh nghiệp phải tăng mua nguyên vật liệu, kéo theo yêu cầu phải có lượng tiền nhiều hơn, trong khi thời điểm đó lượng tiền của doanh nghiệp không đủ và đáng ra nếu khách hàng thanh toán những khoản nợ với doanh nghiệp thì doanh nghiệp sẽ có đủ số tiền cần thiết để mua đủ số lượng nguyên vật liệu theo yêu cầu. Do đó, trong trường hợp này, doanh nghiệp phải đi vay ngân hàng để bổ sung vào lượng tiền hiện



có hoặc chỉ sản xuất với số lượng tương ứng với số lượng nguyên vật liệu được mua vào từ số tiền hiện có của doanh nghiệp, điều này đương nhiên sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp.

### **Nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng tài sản**

Phân tích chỉ tiêu này có tác dụng đánh giá chất lượng quản lý, sử dụng tài sản của doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Dựa vào đó công ty có thể đề ra một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng tài sản.

#### **1.1.7.10. Số vòng quay tổng tài sản**

Vòng quay tổng tài sản hay gọi tắt là số vòng quay tài sản là một tỷ số tài chính, là thước đo khái quát nhất hiệu quả sử dụng tài sản của doanh nghiệp. Tỷ số này được tính ra bằng cách lấy doanh thu thuần đạt được trong một thời kỳ nhất định chia cho giá trị bình quân tổng tài sản (bao gồm cả tài sản lưu động lẫn tài sản cố định) của doanh nghiệp trong cùng kỳ đó.

$$\text{Số vòng quay tài sản} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tổng tài sản bình quân}}$$

Doanh thu thuần là phần doanh bán hàng còn lại sau khi trừ đi các khoản làm giảm doanh thu bán hàng trong kỳ. Các khoản làm giảm doanh thu bao gồm: thuế tiêu thụ đặc biệt, thuế xuất khẩu, thuế giá trị gia tăng theo phương pháp trực tiếp, chiết khấu thương mại, giảm giá hàng bán, hàng bán bị trả lại.

Chỉ số này đo lường khả năng doanh nghiệp tạo ra doanh thu từ việc đầu tư vào tổng tài sản. Tỷ số này cho biết mỗi đồng tài sản tạo ra cho doanh nghiệp bao nhiêu đồng doanh thu. Hệ số càng cao thì hiệu quả sử dụng vốn càng cao. Các doanh nghiệp trong ngành thâm dụng vốn thường có chỉ số vòng quay tổng tài sản thấp hơn so với các doanh nghiệp khác.

#### **1.1.7.11. Số vòng quay tài sản lưu động**

Chỉ tiêu này phản ánh tốc độ luân chuyển tài sản lưu động nhanh hay chậm, và đánh giá khả năng sử dụng tài sản lưu động trong quá trình kinh doanh của doanh nghiệp. Chỉ tiêu này cho biết một đồng tài sản lưu động tạo ra bao nhiêu doanh thu. Số vòng tài sản lưu động cao sẽ có thể dẫn đến hiệu quả sử dụng tài sản cao.

$$\text{Số vòng tài sản lưu động} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tài sản lưu động bình quân}}$$

Trong đó: Tài sản lưu động bình quân bằng trung bình cộng của giá trị đầu kỳ và giá trị cuối kỳ.

Trong kế toán, tài sản lưu động là một tài sản trong bảng cân đối trong đó dự kiến sẽ được bán hoặc sử dụng hết trong tương lai gần, thường là trong vòng một năm,

hoặc một chu kỳ kinh doanh – tùy cái nào dài hơn. Tài sản điển hình hiện nay bao gồm tiền, tương đương tiền, tài khoản phải thu, kho, phần của các tài khoản trả trước đó sẽ được sử dụng trong vòng một năm, và đầu tư ngắn hạn.

#### 1.1.7.12. Số vòng quay hàng tồn kho

$$\text{Số vòng quay hàng tồn kho} = \frac{\text{Giá vốn hàng bán}}{\text{Hàng tồn kho trung bình}} \quad (\text{Lần})$$

Hệ số vòng quay hàng tồn kho thường được so sánh qua các năm để đánh giá năng lực quản trị hàng tồn kho là tốt hay xấu qua từng năm. Hệ số này lớn cho thấy tốc độ quay vòng của hàng hóa trong kho là nhanh và ngược lại, nếu hệ số này nhỏ thì tốc độ quay vòng hàng tồn kho thấp. Cần lưu ý, hàng tồn kho mang đậm tính chất ngành nghề kinh doanh nên không phải cứ mức tồn kho thấp là tốt, mức tồn kho cao là xấu.

Hệ số vòng quay hàng tồn kho càng cao càng cho thấy doanh nghiệp bán hàng nhanh và hàng tồn kho không bị ứ đọng nhiều. Có nghĩa là doanh nghiệp sẽ ít rủi ro hơn nếu khoản mục hàng tồn kho trong báo cáo tài chính có giá trị giảm qua các năm. Tuy nhiên, hệ số này quá cao cũng không tốt, vì như vậy có nghĩa là lượng hàng dự trữ trong kho không nhiều, nếu nhu cầu thị trường tăng đột ngột thì rất có khả năng doanh nghiệp bị mất khách hàng và bị đối thủ cạnh tranh giành thị phần. Hơn nữa, dự trữ nguyên liệu vật liệu đầu vào cho các khâu sản xuất không đủ có thể khiến dây chuyền sản xuất bị ngưng trệ. Vì vậy, hệ số vòng quay hàng tồn kho cần phải đủ lớn để đảm bảo mức độ sản xuất và đáp ứng được nhu cầu khách hàng.

Để có thể đánh giá tình hình tài chính doanh nghiệp, việc xem xét chỉ tiêu hàng tồn kho cần được đánh giá bên cạnh các chỉ tiêu khác như lợi nhuận, doanh thu, vòng quay của dòng tiền..., cũng như nên được đặt trong điều kiện kinh tế vĩ mô, điều kiện thực tế của từng doanh nghiệp.

#### 1.1.8. Phân tích SWOT

Mô hình phân tích **SWOT** là một công cụ rất hữu dụng cho việc nắm bắt và ra quyết định trong mọi tình huống đối với bất cứ tổ chức kinh doanh nào. Viết tắt của 4 chữ Strengths (điểm mạnh), Weaknesses (điểm yếu), Opportunities (cơ hội) và Threats (nguy cơ), **SWOT** cung cấp một công cụ phân tích chiến lược, rà soát và đánh giá vị trí, định hướng của một công ty hay của một đề án kinh doanh. **SWOT** phù hợp với làm việc và phân tích theo nhóm, được sử dụng trong việc lập kế hoạch kinh doanh, xây dựng chiến lược, đánh giá đối thủ cạnh tranh, tiếp thị, phát triển sản phẩm và dịch vụ...

Phân tích SWOT có vai trò và ý nghĩa to lớn trong việc đánh giá một cách chủ quan các dữ liệu được sắp xếp theo định dạng SWOT dưới một trật tự logic dễ hiểu, dễ trình bày, dễ thảo luận và đưa ra quyết định, có thể được sử dụng trong mọi quá trình



ra quyết định. Các mẫu SWOT cho phép kích thích suy nghĩ hơn là dựa trên các phản ứng theo thói quen hoặc theo bản năng. Mẫu phân tích SWOT được trình bày dưới dạng một ma trận 2 hàng 2 cột, chia làm 4 phần: Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats. Hơn nữa, SWOT có thể được áp dụng phân tích tình hình của đối thủ cạnh tranh.

Mô hình phân tích SWOT thích hợp cho việc đánh giá hiện trạng của công ty thông qua việc phân tích tình hình bên trong (Strengths và Weaknesses) và bên ngoài (Opportunities và Threats) công ty. SWOT thực hiện lọc thông tin theo một trật tự dễ hiểu và dễ xử lý hơn. Chủ đề phân tích SWOT cần được mô tả chính xác để những người khác có thể thực hiện tốt quá trình phân tích và hiểu được, hiểu đúng các đánh giá và ảnh hưởng của kết quả phân tích.

Mô hình SWOT thường đưa ra 4 chiến lược cơ bản: (1) SO (Strengths - Opportunities): các chiến lược dựa trên ưu thế của công ty để tận dụng các cơ hội thị trường. (2) WO (Weaknesses - Opportunities): các chiến lược dựa trên khả năng vượt qua các yếu điểm của công ty để tận dụng cơ hội thị trường. (3) ST (Strengths - Threats): các chiến lược dựa trên ưu thế của công ty để tránh các nguy cơ của thị trường. (4) WT (Weaknesses - Threats): các chiến lược dựa trên khả năng vượt qua hoặc hạn chế tối đa các yếu điểm của công ty để tránh các nguy cơ của thị trường.

## 1.2. Nghiên cứu thực tiễn

Đề tài nghiên cứu của em được thực hiện dựa trên sự tham khảo của một số đề tài nghiên cứu sau: “Phân tích hiệu quả hoạt động kinh doanh tại công ty TNHH dược phẩm An Thiên” [3], “Phân tích và giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty Than kho vận Đá Bạc” [6], “Phân tích hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty Xuất nhập khẩu lâm thủy sản Bến Tre” [7].

Qua các đề tài nghiên cứu cùng về chủ đề phân tích hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp, em thấy rằng nhìn chung tính logic trong việc nêu ra và sử dụng các phương pháp phân tích ở trong bài đã được đảm bảo. Tuy nhiên, các tác giả khác khi phân tích hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp mình lại quá tập trung và chi tiết vào từng khoản mục như doanh thu, giá vốn hàng bán, chi phí quản lý doanh nghiệp, chi phí tài chính... mà bỏ qua không phân tích vào nhóm các chỉ tiêu về khả năng thanh toán. Tài chính doanh nghiệp đóng vai trò nền tảng cho việc sản xuất kinh doanh trong bất kỳ doanh nghiệp nào. Có nền tảng tài chính vững chắc sẽ đem lại tiền đề cho việc kinh doanh có hiệu quả, vì vậy nhóm chỉ tiêu tình hình tài chính cũng đóng vai trò không kém phần quan trọng trong việc phân tích, đánh giá tiềm lực tài chính của doanh nghiệp, nó bao gồm các chỉ tiêu: Khả năng thanh toán hiện thời, Khả năng thanh toán nhanh, Kỳ thu tiền bình quân. Tính toán và phân tích các chỉ tiêu này giúp cho bản thân doanh nghiệp và các nhà đầu tư thấy được tình trạng tài chính của doanh nghiệp trong kinh doanh: các khoản nợ được đảm bảo bằng bao nhiêu đồng tài sản, khả năng sẵn sàng thanh toán của doanh nghiệp đến đâu, tình hình lưu chuyển hàng tồn kho và tình hình thu nợ có ở mức an toàn hay không. Từ việc nhận thức rõ các điều này, doanh nghiệp có thể đề ra các biện pháp, chính sách cải thiện tình hình tài chính của doanh nghiệp, phát huy các mặt tốt và khắc phục các yếu điểm trong chính sách tài chính.

Tuy các tác giả đã bỏ qua nhóm các chỉ tiêu về khả năng thanh toán nhưng yếu tố cốt lõi mà đề tài nghiên cứu về phân tích hiệu quả kinh doanh cần có đó là nhóm chỉ tiêu về khả năng sinh lời của doanh nghiệp vẫn được các tác giả đảm bảo. Việc luôn có mặt trong mọi đề tài nghiên cứu phân tích hiệu quả kinh doanh chứng tỏ rằng nhóm chỉ tiêu về khả năng sinh lời là hết sức quan trọng và không thể thiếu, đó là các chỉ tiêu: Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA), Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE), Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS), Tỷ suất lợi nhuận gộp biên (Gross margin). Các chỉ tiêu này đóng vai trò chính thể hiện hiệu quả và khả năng kinh doanh của doanh nghiệp thông qua lợi nhuận doanh nghiệp thu được. Từ việc phân tích và đánh giá những chỉ tiêu này, các nhà doanh nghiệp sẽ có thể nhìn nhận đúng đắn về khả năng, sức mạnh, thực trạng tình hình cũng như những hạn chế trong sản xuất kinh

doanh của doanh nghiệp mình, hướng tới một mức hiệu suất sinh lời từ kinh doanh hiệu quả hơn.

Một mô hình đặc biệt hiệu quả trong việc phân tích Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) mà trong các đề tài nghiên cứu trước đây đã không sử dụng đến, đó là mô hình Dupont – một công cụ thực sự hữu hiệu để phân tích có chiều sâu và toàn diện về chỉ tiêu ROE. Với việc khai triển chỉ tiêu ROE thành 2 dạng thức: dạng cơ bản với 3 yếu tố và dạng mở rộng với 5 yếu tố, giúp cho nhà phân tích biết được một cách chi tiết sự thay đổi tăng hay giảm của ROE bắt nguồn từ yếu tố nào chứ không đơn thuần chỉ do sự biến động của lợi nhuận sau thuế hay vốn CSH. Đánh giá và cho thấy nguồn gốc thực chất hiệu quả kinh doanh thông qua chỉ tiêu ROE của doanh nghiệp bắt nguồn từ đâu: do việc bán hàng và cung cấp dịch vụ có hiệu quả hơn, do doanh nghiệp giảm thiểu được chi phí hay chỉ do doanh nghiệp sử dụng đòn bẩy tài chính, tăng các khoản nợ khiến ROE tăng ảo nhằm đánh lừa nhà đầu tư thiếu kinh nghiệm.

Mặc dù mô hình Dupont có thể giúp cho việc phân tích ROE trở nên chi tiết, hiệu quả hơn nhưng mô hình này yêu cầu rất cao về số liệu dùng để phân tích. Để so sánh một cách hiệu quả nhất thì nhà phân tích cần có đầy đủ số liệu về các yếu tố trong phương trình và tối thiểu cần có số liệu trong 3 năm trở lên. Sự thiếu hụt về số liệu sẽ khiến cho việc phân tích ROE không thực sự chi tiết như mong muốn, đáp ứng yêu cầu của nhà phân tích.

Khác với các đề tài nghiên cứu của các tác giả khác, đề tài nghiên cứu của em sẽ bao gồm cả phần phân tích nhóm chỉ tiêu về khả năng sinh lời, khả năng thanh toán và sử dụng mô hình Dupont để phân tích hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp nhằm có một bài phân tích đầy đủ, toàn diện nhất. Bên cạnh đó, em sẽ không phân tích chỉ tiêu sức năng sinh lời trên tài sản cố định và Số vòng quay tài sản cố định mà chỉ phân tích chỉ tiêu sức sinh lời trên vốn lưu động và Số vòng quay tài sản lưu động. Nguyên nhân của điều này là do loại hình kinh doanh của công ty Cao Trụ là thương mại và dịch vụ, lượng TSCĐ chỉ chiếm một lượng rất nhỏ trong cơ cấu tài sản của công ty, vốn lưu động mới là yếu tố chính đóng góp vào trong hoạt động kinh doanh và sinh lời cho doanh nghiệp. Khác với các doanh nghiệp có cả hoạt động sản xuất trong kinh doanh khi đó TSCĐ đóng góp lớn trong việc tạo ra lợi nhuận do doanh nghiệp, việc phân tích chỉ tiêu sức sinh lời trên TSCĐ đối với công ty Cao Trụ có ý nghĩa rất nhỏ và không quá cần thiết, nếu phân tích sẽ gây ra sự dư thừa, thiếu hợp lý, thiếu logic trong bài. Sau khi phân tích các chỉ tiêu, tỷ suất tài chính, em sẽ tiếp tục thực hiện phân tích SWOT đối với công ty Cao Trụ, từ đó đề xuất cho công ty những chiến lược kinh doanh hiệu quả và hợp lý, giúp công ty phát triển tốt hơn trong tương lai.

Một thiếu sót nữa trong việc phân tích hiệu quả kinh doanh mà đề tài của em và các tác giả khác cùng gặp phải đó là chưa có sự so sánh hiệu quả kinh doanh giữa

doanh nghiệp mình so với các doanh nghiệp đối thủ cạnh tranh cùng ngành, cùng lĩnh vực trên thị trường, qua đó mới thấy được một khía cạnh khác trong hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp và có một cái nhìn tổng thể hơn. Nguyên nhân của sự thiếu sót này do sự hạn chế và khó khăn trong việc thu thập số liệu từ các đối thủ cạnh tranh khác của doanh nghiệp.

Phân tích hiệu quả hoạt động kinh doanh chiếm một vị trí quan trọng trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp. Đó là một trong những công cụ quản lý kinh tế có hiệu quả mà các doanh nghiệp đã sử dụng từ trước tới nay. Phân tích hoạt động kinh doanh không chỉ cần thiết cho các nhà quản trị ở bên trong doanh nghiệp mà còn cần thiết cho các đối tượng bên ngoài khác. Do đó, các lý thuyết và phương pháp phân tích hiệu quả hoạt động kinh doanh đã ra đời nhằm đáp ứng nhu cầu này. Dựa trên những phương pháp phân tích đã xuất hiện trong các đề tài nghiên cứu khác, em có những đánh giá về ưu và nhược điểm của từng phương pháp như sau:

**Phương pháp so sánh:** So sánh là phương pháp sử dụng phổ biến nhất trong phân tích để xác định xu hướng, mức độ biến động của chỉ tiêu phân tích.

Ưu điểm: Phương pháp đơn giản, dễ thực hiện, đặc biệt thuận lợi đối với những người có kinh nghiệm và kiến thức về phân tích kinh doanh. Hầu như người phân tích không gặp khó khăn về mặt kỹ thuật vì nó không cần thiết phải xây dựng các công thức hoặc mô hình tính toán mà dựa vào số liệu của doanh nghiệp. Kết quả của phương pháp phản ánh thực tế, phản ánh và đánh giá khách quan tình trạng của công ty.

Nhược điểm: Cần thiết phải có nhiều thông tin, số liệu rõ ràng chính xác. Nếu các thông tin không chính xác, thì không sử dụng được phương pháp này. Đòi hỏi người phân tích phải có nhiều kinh nghiệm, am hiểu rõ về doanh nghiệp, kiến thức thị trường và khả năng phân tích tốt.

**Phương pháp chi tiết:**

Ưu điểm: quá trình và kết quả được chia nhỏ thành những bộ phận khác nhau nhằm nhận thức quá trình và kết quả đó dưới những khía cạnh khác nhau.

Nhược điểm: Một số chỉ tiêu không đủ dữ kiện để phân tích hết các khía cạnh: bộ phận cấu thành của chỉ tiêu, không gian và thời gian. Có những chỉ tiêu không cần thiết phải phân tích quá chi tiết.

**Phương pháp thay thế liên hoàn:**

Ưu điểm: Đơn giản, dễ hiểu, dễ tính toán.

Nhược điểm: Phân tích các yếu tố lần lượt thì phải cố định các yếu tố khác nên trong thực tế các yếu tố này vẫn thay đổi. Không phân biệt yếu tố lượng và chất. Sắp xếp trình tự nhân tố từ lượng đến chất trong nhiều trường hợp không đơn giản. Nếu phân biệt sai thì kết quả không chính xác.

### **Phương pháp số chênh lệch:**

Ưu điểm: Cho phép khi xác định nhân tố ảnh hưởng đến chỉ tiêu phân tích, thay vì tiến hành thay thế số liệu mà sẽ dùng số chênh lệch của từng nhân tố để tính ảnh hưởng của từng nhân tố.

Nhược điểm: Phương pháp số chênh lệch chỉ có thể thực hiện được khi các nhân tố có quan hệ bằng tích số, và thương số đến chỉ tiêu phân tích.

### **Phương pháp cân đối:**

Ưu điểm: Cho phép xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố nếu chỉ tiêu phân tích có quan hệ với nhân tố ảnh hưởng dưới dạng tổng hoặc hiệu.

Nhược điểm: Cũng tương tự như phương pháp số chênh lệch, phương pháp cân đối chỉ có thể thực hiện được khi các nhân tố có quan hệ bằng tổng số và hiệu số đến chỉ tiêu phân tích.

Bằng cách hiểu rõ và am hiểu những ưu và nhược điểm của các phương pháp, sử dụng và kết hợp chúng một cách hợp lý với nhau cho phép ta phân tích và có một cái nhìn tổng thể về hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Qua đó giúp doanh nghiệp tự đánh giá mình về thế mạnh, thế yếu để củng cố phát huy hay khắc phục, cải tiến quản lý, phát huy mọi tiềm năng thị trường, khai thác tối đa các nguồn lực của doanh nghiệp nhằm đạt hiệu quả cao nhất trong kinh doanh, bên cạnh đó giúp dự báo, đề phòng và hạn chế những rủi ro bất ngờ trong kinh doanh.

Dựa trên các lý thuyết và phương pháp phân tích hiệu quả kinh doanh đã nêu trên, đề tài nghiên cứu “phân tích hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp” sẽ có một nền tảng và cơ sở lý thuyết vững chắc để đi sâu vào nghiên cứu, đánh giá, phân tích một cách khách quan nhất về hiệu quả kinh doanh của công ty TNHH MTV thương mại và dịch vụ Cao Trụ.

### 1.3. Kết luận chương I

Dựa trên cơ sở lý thuyết và phân tích đánh giá của những phương pháp mà các tác giả đã sử dụng, dựa vào mục tiêu của đề tài nghiên cứu, các phương pháp nghiên cứu sau sẽ được sử dụng để phân tích hiệu quả kinh doanh của công ty TNHH một thành viên thương mại và dịch vụ Cao Trụ như sau:

- Phương pháp so sánh, phương pháp chi tiết (phân chia), phương pháp thay thế liên hoàn, phương pháp số chênh lệch, phương pháp cân đối.
- Kỹ thuật phân tích dọc, kỹ thuật phân tích ngang, kỹ thuật phân tích qua hệ số.
- Các chỉ tiêu sẽ được sử dụng để phân tích, đánh giá: Nhóm chỉ tiêu về khả năng sinh lời: ROA, ROE, ROS, Sức sinh lời trên vốn lưu động, Tỷ suất lợi nhuận gộp biên. Nhóm chỉ tiêu về tình hình thành toán: Khả năng thanh toán hiện thời, Khả năng thanh toán nhanh, Kỳ thu tiền bình quân. Nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng tài sản: Số vòng quay tổng tài sản, Số vòng quay tài sản lưu động, Số vòng quay hàng tồn kho.
- Mô hình phân tích đặc biệt được sử dụng: Mô hình Dupont trong phân tích tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu.
- Phân tích SWOT.

Còn có nhiều các phương pháp và kỹ thuật phân tích hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp khác như: Phương pháp chi tiết (phân chia), phương pháp thay thế liên hoàn, phương pháp số chênh lệch, phương pháp cân đối, kỹ thuật phân tích dọc... nhưng đề tài nghiên cứu của em chỉ giới hạn trong việc sử dụng các phương pháp, kỹ thuật phân tích và các chỉ tiêu, tỷ suất tài chính đã được nêu trên để phân tích hiệu quả kinh doanh của công ty TNHH một thành viên thương mại và dịch vụ Cao Trụ.

## **CHƯƠNG 2. PHÂN TÍCH HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ CAO TRỤ**

### **2.1. Quá trình hình thành và phát triển của công ty TNHH MTV thương mại và dịch vụ Cao Trụ**

#### **2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển**

Công ty Trách nhiệm hữu hạn Cao Trụ thành lập và hoạt động kinh doanh theo Chứng nhận đăng ký kinh doanh số 5300373258 của Sở Kế hoạch và đầu tư Thành phố Lào Cai cấp ngày 02/04/2010 (lần thứ 2).

Cao Trụ là một đơn vị hoạt động kinh doanh phân phối trong lĩnh vực điện tử điện lạnh và đồ gia dụng của các thương hiệu nổi tiếng như Samsung, Sony, Toshiba, JVC, Panasonic, LG trong suốt 24 năm qua từ khi còn là một cửa hàng bán vật tư và sửa chữa nhỏ. Trong suốt 24 năm Cao Trụ không ngừng phát triển, từng bước tự khẳng định mình bằng kỹ thuật và sự tin dùng của khách hàng. Đến năm 2009, theo nhu cầu công việc cũng như ý kiến đóng góp của khách hàng và ban quản lý địa phương, **Công ty TNHH MTV thương mại và dịch vụ Cao Trụ** ra đời hoạt động song song với Cửa hàng Điện tử - Điện lạnh Cao Trụ. Hiện nay, Cao Trụ đã có hệ thống các đại lý bán lẻ được phân bố trên khắp các tỉnh lân cận khu vực Tây Bắc và một số hệ thống công ty liên kết xuyên suốt miền bắc tạo điều kiện thuận lợi cho việc thi công các công trình mang tầm vóc chiến lược.

#### **2.1.2. Khái quát về ngành nghề kinh doanh của công ty TNHH MTV TM & DV Cao Trụ**

Công ty TNHH MTV TM & DV Cao Trụ hoạt động trong các lĩnh vực sau:

Xuất nhập khẩu vật tư thiết bị, dịch vụ ngành điện, điện tử, điện lạnh, điện dân dụng, điện công nghiệp, điện máy, thiết bị ngành công nghệ thông tin, viễn thông, thiết bị công nghệ, thiết bị chiếu sáng, sản phẩm năng lượng, máy phát điện, thiết bị văn phòng, thiết bị an ninh – cứu hỏa, báo cháy, thiết bị nội thất, cầu thang máy, máy móc vật tư xây dựng.

Mua – bán kinh doanh, phân phối sản phẩm, thiết bị vật tư ngành nhiệt nóng lạnh, thiết bị viễn thông, thiết bị khoa học, thiết bị đo lường thử nghiệm điện, điện tử, cơ khí, thiết bị an ninh bảo vệ, kiểm soát nhân sự, thiết bị máy móc thi công xây dựng, vật liệu xây dựng, dây chuyền tự động hoá, thiết bị nội thất tự nhiên và công nghiệp, máy phát điện, cầu thang máy, máy công nghiệp.

Mua – bán vật liệu xây dựng và sản phẩm trang trí nội thất. Sản xuất và mua bán các cấu kiện xây dựng (bê-tông, thép,...). Thi công xây dựng công trình dân dụng, công nghiệp, cầu đường và hạ tầng kỹ thuật khu dân cư.



Lĩnh vực điện tử, điện lạnh dân dụng là lĩnh vực kinh doanh truyền thống của công ty, nó đã đem lại doanh thu chủ yếu và ổn định hàng năm cho công ty.

### **2.1.3. Cơ cấu tổ chức của công ty TNHH MTV TM & DV Cao Trụ**

Cũng như các công ty TNHH một thành viên khác, công ty Cao Trụ có cơ cấu tổ chức tương ứng với quy mô khá nhỏ hẹp, điển hình là các bộ phận sau: Hội đồng thành viên, Kiểm toán nội bộ, Giám đốc, Phó Giám đốc, Phòng tài chính – kế toán, Phòng cung ứng kho vận, Phòng quản trị – nhân sự, Phòng kỹ thuật – quản lý dự án.

Nguồn nhân lực được sử dụng trong loại hình công ty TNHH một thành viên cũng rất hạn hẹp, công ty Cao Trụ chỉ sử dụng tổng cộng 7 nhân viên cho toàn công ty. Vì vậy, mọi nhân viên kể cả giám đốc và phó giám đốc đều đảm nhận nhiều nhiệm vụ chức năng khác nhau và phải có khả năng thay thế nhau một cách linh hoạt trong việc thực hiện các vai trò và nhiệm vụ của từng vị trí đối với công ty.

Bộ phận Quản lý dự án là một bộ phận đặc biệt của công ty Cao Trụ so với các công ty khác, với nhiệm vụ đặc biệt là tìm kiếm thông tin về các dự án đầu tư đang hoặc sắp được triển khai ở địa phương hoặc các tỉnh thành lân cận. Sau đó liên hệ, giới thiệu sản phẩm, dịch vụ, chào hàng hoặc tham gia đấu thầu dự án. Nếu dành được hợp đồng hoặc thắng thầu, bộ phận sẽ đảm nhiệm các hoạt động kỹ thuật cho dự án, quản lý nhân sự, quá trình thực hiện và các hoạt động liên quan đến dự án của công ty cho đến khi dự án hoàn tất.



## **2.2. Đánh giá về môi trường kinh doanh**

### **2.2.1. Thuận lợi**

Thành phố Lào Cai là một thành phố đang ngày càng phát triển mạnh mẽ, không chỉ về du lịch mà còn cả về thương mại, ngoại thương thông qua cửa khẩu Hà Khẩu với Trung Quốc, tạo ra một thị trường rộng mở, năng động và nhu cầu lớn đối với các mặt hàng kinh doanh của công ty, giảm bớt phần nào áp lực cạnh tranh thu hút khách hàng từ các đối thủ kinh doanh khác. Bên cạnh đó, một yếu tố quan trọng giúp công ty đứng vững trong thời kỳ suy thoái kinh tế đó là uy tín có được hơn hai mươi năm kể từ ngày công ty vẫn là một cửa hàng kinh doanh nhỏ.

Xu hướng tiêu dùng trong năm 2012–2013 tại Lào Cai cũng đã đem lại một thời cơ kinh doanh tuyệt vời cho công ty. Với sự đi lên ngày một cao và đồng đều về thu nhập của nhân dân thành phố, các hộ gia đình đều có xu hướng nâng cao chất lượng đời sống bằng cách mua sắm các mặt hàng điện tử, điện lạnh dùng trong gia đình như: TV công nghệ cao, tủ lạnh, máy giặt, điều hòa nhiệt độ... Đây cũng chính là những mặt hàng kinh doanh chính của công ty.

### **2.2.2. Khó khăn**

Bối cảnh nền kinh tế suy thoái đã gây ra một ảnh hưởng xấu không nhỏ đối với công ty. Lạm phát tăng cao khiến giá thành của hàng hóa đầu vào tăng đáng kể, do đó cũng khiến lượng cầu về các loại hàng hóa, dịch vụ của công ty bị ảnh hưởng phần nào. Áp lực cạnh tranh tương đối khốc liệt từ các đối thủ kinh doanh nhằm thu hút khách hàng trên thị trường cũng gây ra những khó khăn nhất định đối với công ty trong việc tìm ra giải pháp thực sự hiệu quả để đối phó với những khó khăn mà công ty đang gặp phải.

Sự cởi mở trong chính sách giao thương giữa Việt Nam – Trung Quốc cũng khiến cho nhiều loại mặt hàng tương đồng với các mặt hàng kinh doanh của công ty tràn vào thị trường Lào Cai. Mặc dù chất lượng phần nào kém hơn nhưng về giá thành lại thấp hơn tương đối nhiều so với các mặt hàng đã và đang có mặt trên thị trường. Đây cũng là một áp lực kinh doanh đối với công ty.

### **2.3. Phân tích hiệu quả kinh doanh của công ty TNHH một thành viên thương mại và dịch vụ Cao Trạ**

Phần phân tích hiệu quả kinh doanh của đề tài nghiên cứu sẽ có cấu trúc bao gồm 4 phần chính như sau:

Phần thứ nhất, ta sẽ nghiên cứu công ty dựa trên bảng Báo cáo kết quả kinh doanh và bảng Cân đối kế toán để có được những cái nhìn khái quát đầu tiên tình hình chung của công ty về doanh thu – chi phí – lợi nhuận và tình hình tài sản – nguồn vốn trong một vài năm vừa qua.

Phần thứ hai, ta sẽ phân tích hiệu quả kinh doanh của công ty Cao Trạ thông qua đánh giá nhóm chỉ tiêu sinh lời của doanh nghiệp, gồm khá nhiều loại tỷ suất lợi nhuận như: Tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA), Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE), Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS),... Khả năng sinh lời sẽ là trọng tâm trong phần phân tích hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Phần thứ ba, bên cạnh đánh giá khả năng sinh lời, khả năng thanh toán cũng là một phần quan trọng cần được chú ý bởi doanh nghiệp. Xem xét nhóm chỉ tiêu về khả năng thanh toán sẽ cho ta thấy được liệu hiệu quả kinh doanh mà doanh nghiệp đang sở hữu có đi cùng với sự bền vững về mặt tài chính hay không hay dựa vào việc đánh đổi một rủi ro tài chính lớn để có được.

Phần thứ tư, ta tiếp tục phân tích hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp bằng cách phân tích và đánh giá nhóm chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng tài sản, bao gồm các chỉ tiêu về số vòng quay.

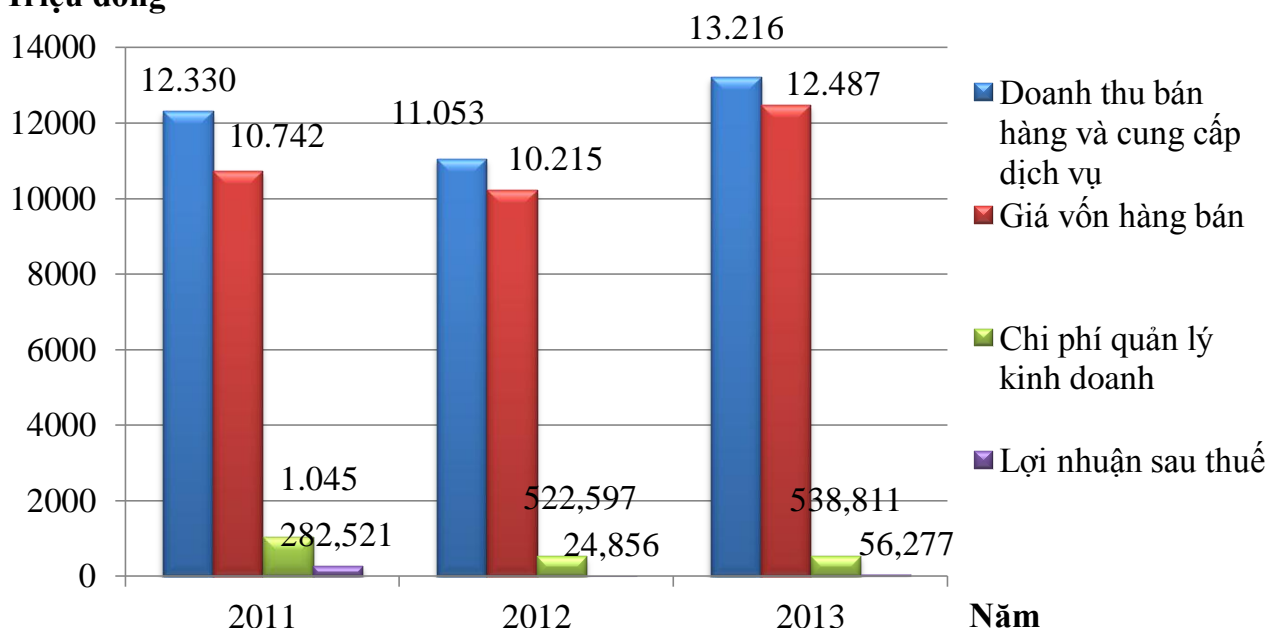
#### **2.3.1. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh và tình hình tài sản nguồn vốn của công ty TNHH MTV TM & DV Cao Trạ qua các năm 2011 – 2012 – 2013**

Trước khi đi vào nội dung chính là phân tích hiệu quả kinh doanh, đầu tiên chúng ta sẽ đi vào tìm hiểu khái quát về tình hình doanh thu – chi phí – lợi nhuận và tình hình tài sản – nguồn vốn qua các năm gần đây của công ty TNHH một thành viên thương mại và dịch vụ Cao Trạ để có một cái nhìn tổng quan ban đầu về tình hình hiện tại của công ty.

##### **2.3.1.1. Tình hình doanh thu – chi phí – lợi nhuận các năm 2011 – 2012 – 2013 của công ty TNHH MTV TM & DV Cao Trạ**

Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh là một Báo cáo kế toán tài chính phản ánh tổng hợp tình hình doanh thu, chi phí và kết quả của các hoạt động kinh doanh của một doanh nghiệp. Như vậy, căn cứ vào số liệu trên báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của một công ty chúng ta có thể đánh giá được hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty đó trong một giai đoạn nhất định.

## Triệu đồng



Đồ thị 2.1. Tình hình doanh thu – chi phí – lợi nhuận giai đoạn 2011–2013

(Nguồn: sinh viên tự tổng hợp)

Qua bảng báo cáo kết quả kinh doanh năm 2011 – 2013 và đồ thị trên, ta thấy rằng hoạt động kinh doanh của công ty TNHH MTV TM & DV Cao Trụ năm 2012 không mang lại hiệu quả so với năm 2011 nhưng bước sang năm 2013 đã có một số chuyển biến tích cực hơn.

Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ năm 2012 bằng **11.052,76 triệu đồng** giảm **1.276,98 triệu đồng**, tương ứng giảm **10,36%** so với năm 2011, nhưng đến năm 2013, doanh thu đã tăng ngược trở lại **2.163,29 triệu đồng**, tương đương tăng **19,57%**. Kết quả này cho ta thấy tình hình kinh doanh của công ty đi xuống trong năm 2012, do sự ảnh hưởng của suy thoái kinh tế khiến nền kinh tế nhìn chung bị suy giảm khiến lượng cầu về hàng hóa, dịch vụ của công ty cũng giảm sút theo. Tuy nhiên nhờ nền kinh tế có dấu hiệu khởi sắc trở lại vào năm 2013, bên cạnh đó là một số yếu tố thuận lợi khác xuất hiện cũng xuất hiện trong năm khiến doanh thu về bán hàng và cung cấp dịch vụ của công ty đã đã tăng trở lại thậm chí vượt mức doanh thu của năm 2011. Năm 2013, hai thời điểm có doanh thu lớn nhất của công ty đó là quý I và quý III. Nhu cầu của khách hàng đối với các mặt hàng đồ dùng điện tử, điện dân dụng gia đình của công ty như tivi, loa đài, đầu video, máy giặt... thường tăng mạnh vào trước tết âm lịch, do thói quen tiêu dùng, tập quán của người dân Việt Nam, tiết kiệm tiền và thu nhập đến cuối năm để mua sắm cho gia đình vào dịp trước tết âm lịch. Nhờ lượng khách hàng chủ yếu là mua lẻ đến với công ty vào dịp trước tết Quý Tị trong quý I – năm 2013 đã đóng góp vào doanh thu của công ty một phần rất lớn, xấp xỉ đạt 1/3 tổng doanh thu của năm. Cùng với quý I, quý III cũng đóng góp một phần doanh thu không nhỏ cho công ty với mặt hàng chiến lược là đồ dùng điện lạnh dân dụng. Yếu tố thuận

lợi trong quý III – năm 2013 đó là thời tiết mùa hè nắng nóng xuất hiện từ khá sớm, điều này thúc đẩy nhu cầu về mặt hàng điều hòa, tủ lạnh, quạt điện, thiết bị làm mát dùng trong gia đình trở nên rất lớn. Nhờ đó hoạt động bán lẻ các mặt hàng điện lạnh dân dụng của công ty diễn ra vô cùng thuận lợi trong quý này. Bên cạnh đó việc công ty giành được một số hợp đồng lớn về cung cấp và lắp đặt điều hòa cho các doanh nghiệp nhà nước và tư nhân trong và ngoài tỉnh Lào Cai cũng giúp cho doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ của công ty đạt được mức **13.216,06 triệu đồng** trong năm 2013. Đây là một dấu hiệu tốt đối với công ty, các chính sách và chiến lược kinh doanh đúng đắn được đề ra trong giai đoạn năm 2012-2013 đã giúp công ty vượt qua được khó khăn và đạt được thành công trong kinh doanh.

*Giá vốn hàng bán:* Cùng với sự sụt giảm của doanh thu về bán hàng và cung cấp dịch vụ năm 2012, giá vốn hàng bán trong năm này cũng giảm **526,52 triệu đồng**, tương ứng giảm **4,90%** so với năm 2011. Tương tự với năm 2013, cùng với sự tăng trưởng trong doanh thu, giá vốn hàng bán của công ty cũng tăng thêm **2.271,56 triệu đồng** so với năm 2012 tương đương **22,24%**. Tuy nhiên có một vấn đề ta có thể nhận thấy mức chênh lệch của giá vốn hàng bán gấp **1,97 lần** so với mức chênh lệch của doanh thu về bán hàng và cung cấp dịch vụ năm 2013 so với năm 2011. Nguyên nhân của việc này là do ảnh hưởng chung của suy thoái kinh tế khiến tỉ lệ lạm phát ở mức cao (18,13% năm 2011 - theo Tổng cục thống kê), công ty đã phải nhập hàng hóa đầu vào với chi phí cao hơn rất nhiều kể từ thời điểm năm 2011. Bên cạnh đó, một phần do tỷ giá hối đoái giữa VNĐ và đồng Nhân dân tệ của Trung Quốc cũng ngày càng tăng khiến các mặt hàng nhập khẩu từ Trung Quốc của công ty cũng dần trở nên đắt đỏ hơn.

*Chi phí quản lý kinh doanh:* Từ bảng trên ta thấy rằng chi phí quản lý doanh nghiệp trong năm 2012 giảm **522,76 triệu đồng**, tương ứng giảm so với năm 2011 là **50,01%**. Giải thích cho sự sụt giảm đáng kể này là do năm 2011 công ty đã hoàn tất việc nâng cấp trang thiết bị văn phòng của công ty nhằm tăng hiệu quả công việc và công tác quản lý. Năm 2012 và 2013 chi phí quản lý kinh doanh biến động không nhiều tương ứng ở mức **522,60 triệu đồng** và **538,81 triệu đồng**, chủ yếu là lương của toàn bộ nhân viên trong công ty và một số chi phí nhỏ liên quan đến quản lý doanh nghiệp khác. Dự báo trong một vài năm tới chi phí quản lý kinh doanh của công ty cũng không thay đổi nhiều.

*Lợi nhuận sau thuế* năm 2012 và 2013 giảm mạnh so với năm 2011 tương ứng là **257,67 triệu đồng** và **226,24 triệu đồng**. Tuy tình hình lợi nhuận sau thuế năm 2013 đã có chuyển biến tích cực hơn nhờ doanh thu về bán hàng và cung cấp dịch vụ vượt trội so với 2 năm còn lại nhưng vẫn còn ở mức rất thấp. Lợi nhuận sau thuế năm 2012 giảm sút cùng với sự sụt giảm trong doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ, nhưng

nguyên nhân lợi nhuận sau thuế năm 2013 tuy tăng trở lại so với năm 2012 nhưng vẫn ở mức thấp đến từ giá vốn hàng bán. Hệ quả của sự chênh lệch của giá vốn hàng bán gấp **1,97 lần** so với mức chênh lệch của doanh thu về bán hàng và cung cấp dịch vụ năm 2013 so với năm 2011 đã khiến cho *Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh* và tiếp đó là *Lợi nhuận sau thuế* của công ty trở nên rất thấp. Giá vốn hàng bán tăng cao nhưng công ty không thể tăng giá bán lên quá nhiều, như vậy sẽ làm giảm khả năng cạnh tranh của công ty so với các đối thủ cạnh tranh khác trên thị trường. Đây là một bài toán khó cho công ty để giải quyết vấn đề tăng thêm lợi nhuận kinh doanh.

### **2.3.1.2. Tình hình tài sản – nguồn vốn các năm 2011 – 2012 – 2013 của công ty TNHH MTV TM & DV Cao Trụ**

Tài sản và nguồn vốn là những yếu tố quan trọng và không thể thiếu trong quá trình sản xuất kinh doanh của một doanh nghiệp. Việc đảm bảo đầy đủ nhu cầu về tài sản là một vấn đề cốt yếu để quá trình sản xuất kinh doanh được tiến hành liên tục và có hiệu quả.

*Bảng 2.1. Một số chỉ tiêu về tình hình tài sản – nguồn vốn giai đoạn 2011 – 2013*

*Đơn vị tính: Triệu đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012		Năm 2013	
		Chênh lệch so với năm 2011		Chênh lệch so với năm 2012	
		VND	%	VND	%
<b>TÀI SẢN</b>	10.126,44	6.552,32	64,71	-236,58	-1,42
A – Tài sản ngắn hạn	9.926,82	6.254,10	63,00	-169,79	-1,05
1. Hàng tồn kho	6.813,51	5.755,02	84,46	1.497,48	-11,91
B – Tài sản dài hạn	199,62	298,22	149,40	-66,79	-13,42
<b>NGUỒN VỐN</b>	10.126,44	6.552,32	64,71	127,22	0,76
A – Nợ phải trả	6.204,65	6.527,46	105,20	70,95	0,56
1. Vay ngắn hạn	5.796	2.645	45,63	360	4,26
2. Người mua trả tiền trước	0	4.008,37	100,00	-1.872,41	-46,71
B – Vốn chủ sở hữu	3.921,79	24,86	0,63	56,28	1,43

*(Nguồn: Phòng Tài chính – Kế toán và sinh viên tự tổng hợp)*

Ta tiến hành phân tích cơ cấu tài sản và nguồn vốn của công ty theo chiều ngang. Phân tích theo chiều ngang là nhằm phản ánh sự biến động của từng chỉ tiêu, làm nổi bật các xu thế và tạo nên những mối quan hệ của các chỉ tiêu phản ánh trên cùng một dòng của báo cáo so sánh. Sau đây là những phân tích dựa trên bảng cân đối kế toán của công ty qua các năm:

### **Tài sản**

Tổng tài sản của công ty năm 2012 là **16.678,76 triệu đồng**, tăng **6.552,32 triệu đồng**, tương đương tăng **64,71%** so với năm 2011, sang năm 2013 đạt mức **16.442,18 triệu đồng**, giảm nhẹ **1,42%**, không biến động nhiều so với năm 2012.

*Tài sản ngắn hạn* từ năm 2011 đến năm 2013 vẫn chiếm hầu hết trong tỉ trọng TSNH/TSDH. Vì vậy sự biến động của Tổng tài sản bắt nguồn chủ yếu từ nguồn tài sản ngắn hạn của công ty. Năm 2012 là năm có biến động về TSNH lớn nhất trong các năm, tăng thêm **6.254,10 triệu đồng**, tương đương **63,00%** so với năm 2011. Đến năm 2013 tình hình TSNH chỉ có một sự giảm nhẹ do một số chuyển dịch trong các tài khoản thuộc nhóm TSNH. Nguyên nhân của sự gia tăng lớn trong năm 2012 đến từ *Hàng tồn kho* với giá trị **12.568,53 triệu đồng** so với **6.813,51 triệu đồng** năm 2011 và vẫn duy trì ở mức cao trong năm 2013 với giá trị **11.071,06 triệu đồng**. Để chuẩn bị hàng hóa bán trong dịp Tết âm lịch vào năm tiếp theo, công ty thường tăng cường nhập và dự trữ hàng tồn kho với số lượng rất lớn vào cuối mỗi năm dương lịch nên tài khoản *Hàng tồn kho* luôn có giá trị cao trong bảng cân đối kế toán.

*Tài sản dài hạn* của công ty chủ yếu bao gồm Tài sản cố định và một số tài sản dài hạn khác, tổng giá trị TSDH năm 2012 tăng **298,22 triệu đồng**, tương ứng tăng **149.40%** so với năm 2011. Công ty đã đầu tư thêm một số máy móc, trang thiết bị mới cần thiết để phục vụ cho các hoạt động thi công dự án, tăng năng suất lao động và hiệu quả thi công. Năm 2013, công ty có một đợt thanh lý các máy móc đã quá cũ kỹ hay không còn cần thiết cho hoạt động kinh doanh nữa nên tài sản dài hạn của công ty đã giảm **66,79 triệu đồng**. Do loại hình kinh doanh của công ty là thương mại và dịch vụ nên tỉ trọng tài sản dài hạn chỉ chiếm một phần rất nhỏ trong cơ cấu tài sản của công ty.

### **Nguồn vốn**

Toàn bộ *Nợ phải trả* của công ty là *Nợ ngắn hạn*, năm 2012 nợ ngắn hạn lên đến **12.732,11 triệu đồng**, tương ứng tăng **105,2%** so với năm 2011. Mức tăng này chủ yếu từ 2 nguồn: *Vay ngắn hạn* và *Người mua trả tiền trước*. Sau đó đến năm 2013, tài khoản *Nợ phải trả* của công ty chỉ tăng thêm **70,95 triệu đồng** nhưng đã có sự chuyển dịch trong cơ cấu. Cụ thể:



*Vay ngắn hạn:* Năm 2012 tăng thêm **2.645 triệu đồng**, biến tổng số nợ ngắn hạn của công ty là **8.441 triệu đồng**, tương ứng tăng **45,63%** so với năm 2011, và tiếp tăng thêm **360 triệu đồng** vào năm 2013. Cũng cùng nguyên nhân do chiến lược nhập mua tích trữ hàng hóa với số lượng lớn vào thời điểm cuối năm nên để đáp ứng nhu cầu về vốn lưu động công ty đã phải vay thêm từ ngân hàng. Rủi ro có thể xảy ra nếu như tình hình tiêu thụ hàng tồn kho của công ty không được khả quan, khoản *Vay ngắn hạn* cao khiến công ty phải chịu chi phí vốn khá lớn, nếu điều này kéo dài sẽ ảnh hưởng xấu đến tình hình tài chính và là gánh nặng đối với công ty.

*Người mua trả trước:* So với năm 2011 không tồn tại một khoản người mua trả trước nào, năm 2012 con số này đã lên tới **4.008,37 triệu đồng**. Điều này chứng tỏ công ty đã giành được những tín nhiệm nhất định trong kinh doanh, khách hàng đã tin tưởng và trả trước cho công ty một lượng tiền khá lớn. Số tiền này bắt nguồn từ các đơn hàng và hợp đồng lớn của công ty, giúp công ty hoàn thành các đơn hàng và thực hiện hợp đồng một cách nhanh chóng và tốt nhất. Năm 2013, khoản mục này giảm xuống **46,71%** chỉ còn **2.135,96 triệu đồng** nhưng vẫn ở mức có lợi cho công ty. Nguồn tiền trả trước này cùng với khoản *Vay ngắn hạn* đã góp phần chính khiến tổng số *Nợ ngắn hạn* của công ty tăng và giữ ở mức cao như hiện nay.

*Vốn chủ sở hữu* không có nhiều biến động qua các năm và đạt mức **4.002,93 triệu đồng** vào cuối năm 2013, trong đó *Vốn đầu tư của chủ sở hữu* đều là **3.600 triệu đồng**. Chênh lệch nhỏ qua các năm của *Vốn chủ sở hữu* đến từ *Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối*, tương ứng chênh lệch của năm 2012 và 2013 so với năm 2011 lần lượt là **24,86 triệu đồng** và **56,26 triệu đồng** (Phụ lục).

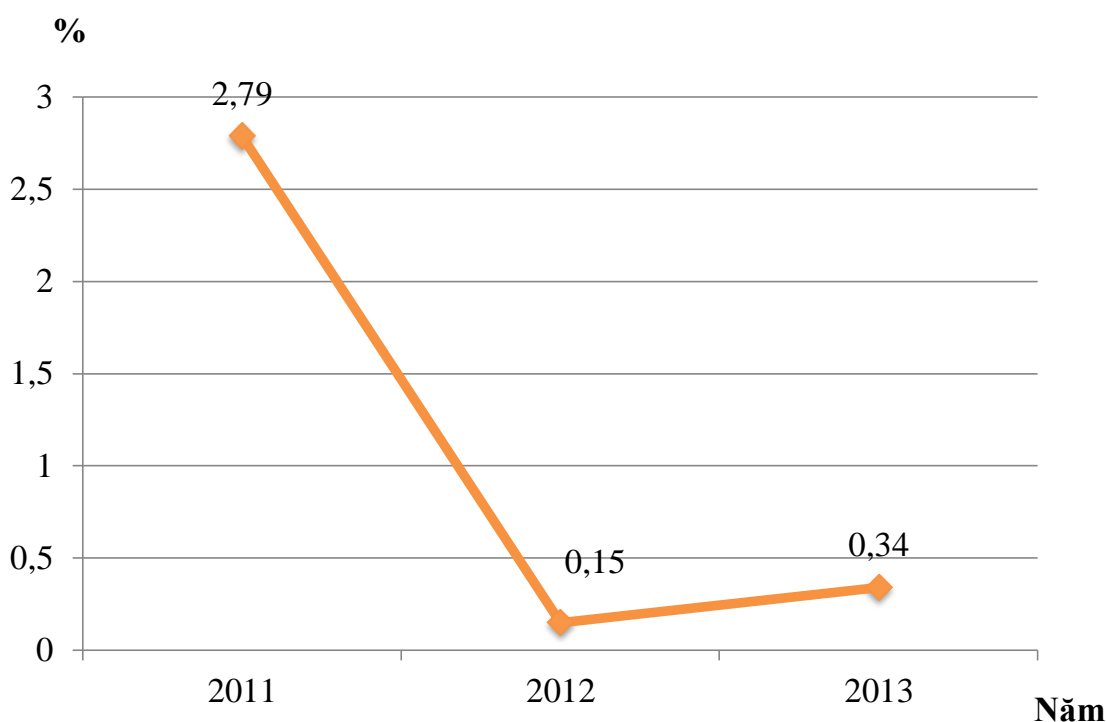
Tóm lại, sau nhiều biến đổi lớn trong năm 2012, tình hình tài sản – nguồn vốn của công ty TNHH MTV thương mại và dịch vụ Cao Trạ từ năm 2013 – năm hoạt động thứ tư của công ty – đã dần bắt đầu bước vào giai đoạn ổn định và trong tương lai sẽ không có nhiều biến động. Chiếm tỉ trọng chủ yếu trong cơ cấu tài sản của công ty là Tài sản ngắn hạn và trong nguồn vốn kinh doanh của công ty đó là Vay ngắn hạn.

### 2.3.2. Phân tích nhóm chỉ tiêu sinh lời

Phân tích khả năng sinh lời của doanh nghiệp là nội dung chính của việc phân tích hiệu quả kinh doanh. Nhóm chỉ tiêu này bao gồm khá nhiều tỷ suất cho phép đánh giá phân tích được mức hiệu quả kinh doanh dựa trên yếu tố lợi nhuận của một doanh nghiệp bất kỳ một cách rất hữu hiệu. Sau đây ta sẽ lần lượt tiến hành phân tích từng chỉ tiêu để thấy được hiệu quả kinh doanh của công ty Cao Trụ ra sao qua một số năm vừa rồi.

#### 2.3.2.1. Tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA)

Tỷ suất lợi nhuận trên tài sản là chỉ tiêu cho phép chúng ta đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp dựa trên hiệu suất sinh lời của doanh nghiệp từ quy mô tổng tài sản. Đây là một trong những chỉ tiêu phân tích hiệu quả kinh doanh quan trọng bậc nhất.



Đồ thị 2.2. Tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA)

(Nguồn: sinh viên tự tổng hợp)

Từ đồ thị trên ta thấy, năm có tỷ suất lợi nhuận trên tài sản lớn nhất là 2011 và thấp nhất là 2012, nhìn chung trong cả 3 năm tỷ suất lợi nhuận trên tài sản của công ty đều rất thấp (dưới 3%). So với năm 2011, ROA của công ty năm 2012 đã giảm **2,64%** xuống còn **0,15%** – chính là mức ROA thấp nhất. Nguyên nhân là do sự tăng mạnh của Tổng tài sản vào năm 2012 lên đến **64,71%** tương đương **6.552,32 triệu đồng** so với năm 2011 đã được đề cập ở phần 2.2.1.2, bên cạnh đó từ việc kinh doanh gặp khó khăn cũng trong năm 2012 đã khiến cho lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp giảm



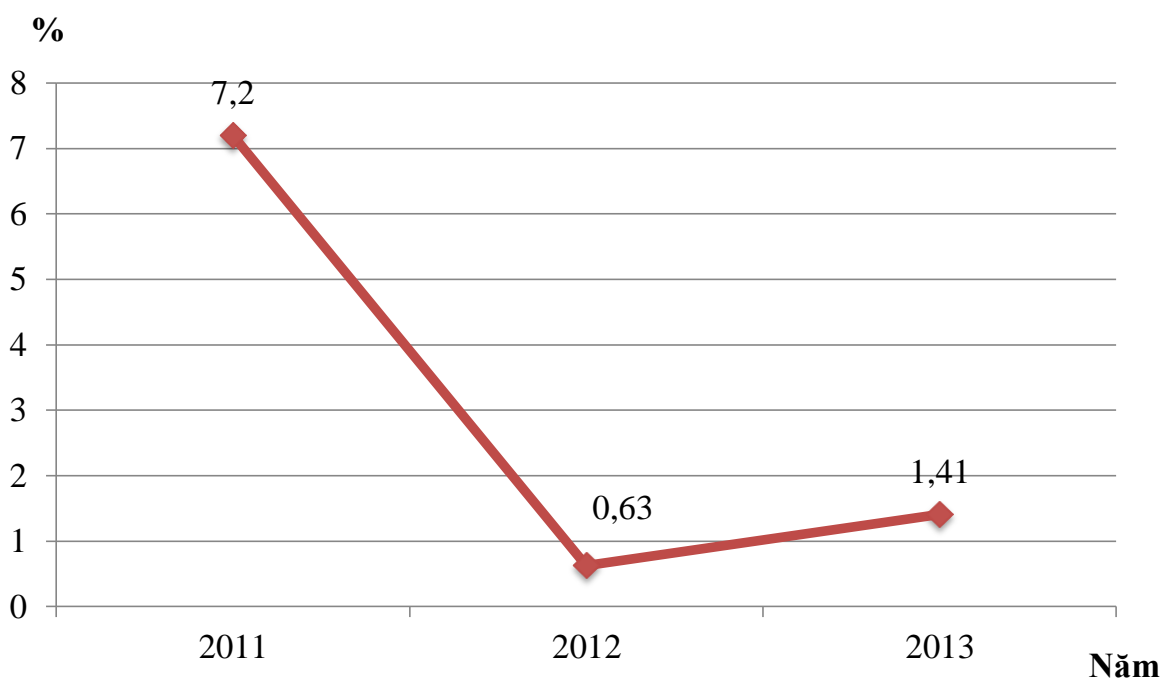
xuống còn một con số rất thấp là **24,86 triệu đồng** (Phụ lục) và không đủ bù đắp cho sự tăng trưởng nhanh đột biến của tổng tài sản. Sự biến động lớn nhưng trái chiều này của tổng tài sản và lợi nhuận đã khiến ROA giảm mạnh trong năm 2012.

Giai đoạn năm 2012-2013, tổng tài sản của công ty không có sự biến động nhiều (giảm **1,42%**), còn lợi nhuận sau thuế đã tăng lên thành **56,28 triệu đồng** (Phụ lục) nhờ hoạt động kinh doanh đã có những kết quả tích cực hơn. Chính điều này đã giúp cho ROA năm 2013 tăng nhẹ **0,19%** so với năm 2012 lên **0,34%** nhưng vẫn ở mức rất thấp. Chỉ tiêu ROA phản ánh cứ một đồng tài sản dùng vào sản xuất kinh doanh trong kỳ thì tạo ra được bao nhiêu đồng về lợi nhuận. Qua số liệu về ROA của công ty trong 3 năm vừa qua, ta thấy rằng hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty là rất thấp, việc sử dụng tài sản tạo ra lợi nhuận cho công ty còn kém hiệu quả. Công ty nên đặc biệt lưu ý đến sự gia tăng của giá vốn hàng bán – nguyên nhân chính tác động làm lợi nhuận chưa tăng cao.

#### 2.3.2.2. Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE)

Tương tự tỷ suất lợi nhuận trên tài sản, tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu cũng đánh giá hiệu quả kinh doanh dựa trên lợi nhuận nhưng thông qua đánh giá trên nguồn vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp. Chỉ suất này cũng có tầm quan trọng không kém so với ROA trong phân tích hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

*Đồ thị 2.3. Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE)*



*(Nguồn: sinh viên tự tổng hợp)*

Từ đồ thị 2.3 ta thấy rằng chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu của công ty đạt giá trị cao nhất là **7,20%** vào năm 2011 và thấp nhất là **0,63%** vào năm 2012,

ROE đã tăng trở lại một chút vào năm 2013 so với năm 2012 và dự báo sẽ có xu hướng liên tục tăng trong các năm tiếp theo với tình hình kinh doanh của công ty ngày càng ổn định hơn. Tuy nhiên hiện tại khả năng sinh lời của vốn chủ sở hữu của công ty đang rất thấp.

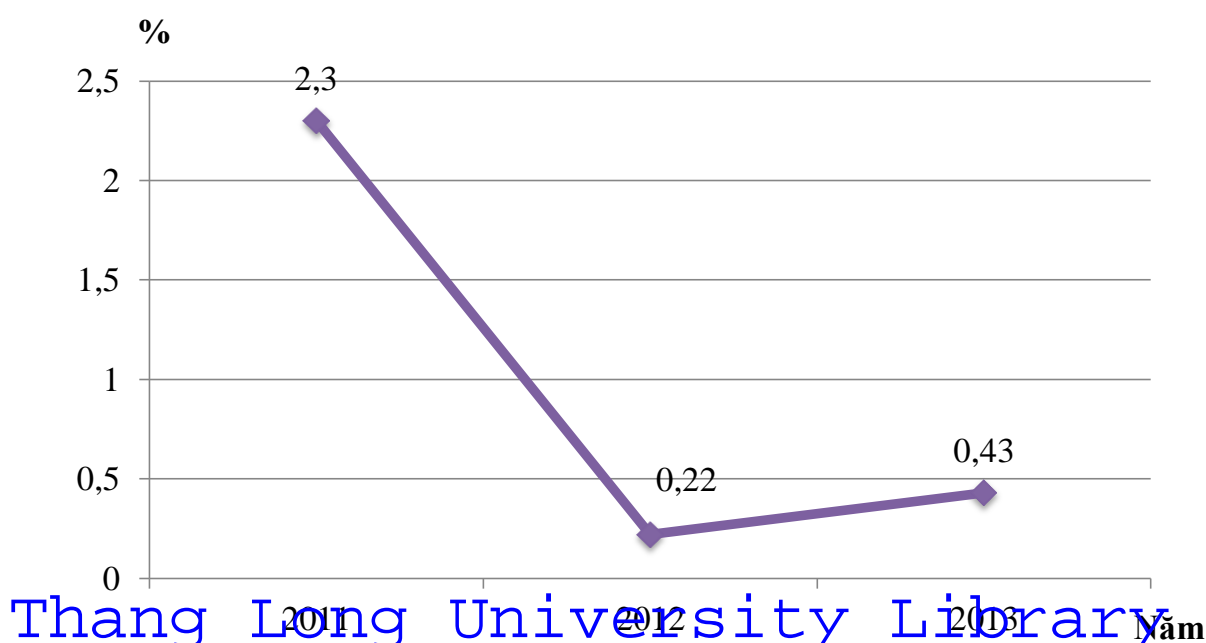
Vốn chủ sở hữu của công ty không có nhiều biến động lớn qua cả 3 năm, vì vậy theo công thức thì sự tăng giảm của ROE qua các năm sẽ chủ yếu do lợi nhuận sau thuế tác động. Giai đoạn năm 2011-2012, ROE đã giảm mạnh **6,57%** xuống chỉ còn **0,63%** do lợi nhuận sau thuế năm 2012 tụt xuống **24,86 triệu đồng**. Tình hình kinh doanh không đạt được hiệu quả, công ty gần như chỉ hòa vốn khiến cho lợi nhuận sau thuế thấp đã ảnh hưởng xấu đến chỉ tiêu ROE. Bước sang giai đoạn 2012-2013, cùng với một kết quả kinh doanh khả quan hơn năm trước ROE đã tăng nhẹ **0,78%**, mức doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ hơn hẳn mọi năm đã giúp cho ROE có được sự tăng trưởng nhẹ này, đây có thể là một dấu hiệu tích cực đối với công ty khi sau năm 2012 tình hình công ty đã trở nên ổn định về mọi mặt.

Nhìn chung, công ty cần lưu ý quan tâm đến tỷ suất này nhiều hơn. Bởi vì, chỉ số này biểu thị khả năng đạt được mức lợi nhuận trên mức đầu tư vào công ty và ngược lại công ty cũng yên tâm về hiệu quả đầu tư của mình. Chỉ số ROE của công ty thấp sẽ làm giảm khả năng kêu gọi đầu tư, liên doanh liên kết.

Trên đây là cái nhìn sơ lược về Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) của công ty, ta sẽ tiếp tục đi sâu vào phân tích chi tiết, kỹ lưỡng hơn thông qua mô hình Dupont được trình bày trong phần tiếp theo của bài khóa luận.

### 2.3.2.3. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS)

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu là một chỉ tiêu phân tích hiệu quả kinh doanh quan trọng khi phản ánh chân thực lượng lợi nhuận từ doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ của công ty đem lại là bao nhiêu, qua đó đánh giá chính xác hơn về hiệu quả hoạt động kinh doanh.



#### *Đồ thị 2.4. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS)*

*(Nguồn: sinh viên tự tổng hợp)*

Theo đồ thị 2.4, ta thấy được rằng tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu cũng có xu hướng biến động như ROA và ROE, giảm vào năm 2012 và tăng trở lại vào năm 2013. Tuy nhiên ROS của công ty cũng ở mức rất thấp, đạt giá trị cao nhất vào năm 2011 là **2,30%**, giảm xuống mức thấp nhất – **0,22%** vào năm 2012. Điều này cho thấy hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp rất thấp, năm 2011 là năm kinh doanh tốt nhất trong cả ba năm nhưng 100 đồng doanh thu chỉ tạo ra **2,3** đồng lợi nhuận về cho công ty. Qua bảng báo cáo kết quả kinh doanh qua các năm, ta biết được rằng doanh thu thuần của công ty đều ở mức rất ấn tượng: **12.301,47 triệu đồng** tại năm 2011, **11.052,76 triệu đồng** tại năm 2012 và **13.216,06 triệu đồng** vào năm 2013. Với mức doanh thu lớn như vậy nhưng lợi nhuận thu về từ doanh thu lại quá thấp (**56,28 triệu đồng** – năm 2013), đây là nguyên nhân khiến cho chỉ tiêu ROS của công ty thấp như vậy. Trong tương lai công ty cần đặc biệt chú ý đến thực trạng này và đề ra các giải pháp để cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh của mình hơn nữa.

#### **2.3.2.4. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu qua mô hình DuPont**

Như đã trình bày ở chương I, trong phần này ta sẽ dùng mô hình DuPont dạng mở rộng triển khai ROE thành 5 thành phần để đi sâu phân tích chi tiết xem sự biến động tăng hay giảm của ROE thực tế đến từ đâu, xu hướng của các thành phần riêng biệt như thế nào và liệu chỉ số ROE của doanh nghiệp có phản ánh chính xác hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là thực sự có hiệu quả hay không.

*Bảng 2.2. Các thành phần của mô hình DuPont*

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013
<b>1. Ảnh hưởng của thuế</b>	1	1	1
<b>2. Ảnh hưởng từ các khoản lợi nhuận khác</b>	0,80	2,08	1,15
<b>3. Tỷ suất lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh (%)</b>	2,88	0,11	0,37
<b>4. Vòng quay tài sản (vòng)</b>	1,22	0,66	0,80
<b>5. Đòn bẩy tài chính (lần)</b>	2,58	4,23	4,11
<b>6. ROE (%)</b>	7,20	0,63	1,41

(Nguồn: sinh viên tự tổng hợp)

Theo chính sách khuyến khích và hỗ trợ doanh nghiệp mới của tỉnh Lào Cai thì mọi doanh nghiệp mới thành lập trong 5 năm hoạt động đầu tiên sẽ được miễn thuế thu nhập doanh nghiệp. Vì vậy chỉ tiêu thứ nhất – Ảnh hưởng của thuế đều có giá trị bằng 1, hay chỉ tiêu ROE của công ty trong cả 3 năm đều không chịu ảnh hưởng của thuế. Từ bảng tính trên, ta sẽ tiếp tục xem xét các thành phần khác tạo nên ROE trong từng năm một:

Năm 2011, ROE đạt giá trị cao nhất là **7,20%**, thông qua mô hình DuPont ta sẽ thấy được nguồn gốc của giá trị này đến từ đâu. Đầu tiên là ảnh hưởng từ các khoản lợi nhuận khác, chỉ tiêu này đạt giá trị **0,80** < 1 chứng tỏ lợi nhuận trước thuế của công ty đã bị các khoản lợi nhuận khác kéo xuống, hay có thể hiểu rằng các khoản lợi nhuận khác đã không đóng góp gì vào ROE trong năm 2011 và thậm chí còn góp phần làm giảm ROE. Như vậy ROE của công ty hoàn toàn đến từ lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh. Tỷ suất sinh lời từ hoạt động kinh doanh trong năm bằng **2,88%**, tuy còn thấp so với kỳ vọng của công ty nhưng so với các năm tiếp theo ta có thể cho rằng hoạt động kinh doanh của công ty là tương đối có hiệu quả, từ doanh thu đã tạo ra những khoản lợi nhuận nhất định. Mức tỷ suất sinh lời này so với mức ROE trong năm đạt ở mức chấp nhận được đối với bản thân công ty và nhà đầu tư (nếu có) đối với một công ty mới thành lập và hoạt động được 2 năm. Về vòng quay tài sản, hệ số càng cao cho thấy hiệu quả sử dụng vốn tạo ra doanh thu của công ty càng cao, trong năm 2011 hệ số đạt giá trị **1,22 vòng**, số vòng quay này thể hiện rằng công ty đã tạo được lượng doanh thu vượt trên tổng tài sản của mình, hàng hóa được tiêu thụ một cách nhanh chóng, thể hiện hiệu quả kinh doanh cao trong năm 2011. Bên cạnh đó, mức đòn bẩy tài chính cũng ở mức khá ổn là **2,58 lần**, đối với một công ty thương mại có nhu cầu lớn về vốn lưu động thì lượng vốn vay trong cơ cấu nguồn vốn như trong năm 2011 vẫn ở mức an toàn, công ty còn cho thấy chiến lược sử dụng đòn bẩy tài chính của mình đã đem lại hiệu quả. Tóm lại, từ kết quả phân tích chỉ tiêu ROE thông qua mô hình DuPont năm 2011 ta thấy được rằng trong năm công ty đã kinh doanh có hiệu quả, ROE đạt mức khá tốt và các thành phần đóng góp vào trong cơ cấu ROE đều ở trạng thái tốt, đem lại sự an tâm cho chủ công ty và có khả năng thu hút được nhà đầu tư hoặc liên kết, hợp tác kinh doanh.

Năm 2012, có thể thấy chỉ số ROE giảm xuống mức thấp nhất trong cả 3 năm – **0,63%**, ta tiếp tục xem xét các thành phần trong ROE đã biến động như thế nào. Khác với năm 2011, ảnh hưởng của các khoản lợi nhuận khác là rất lớn, chỉ tiêu đạt giá trị **2,08** thể hiện rằng các khoản lợi nhuận khác chiếm hơn một nửa trong tổng lợi nhuận trước thuế của công ty, phần nào cho thấy sự kinh doanh thiếu hiệu quả của công ty trong năm 2012. Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh thấp cũng kéo theo tỷ suất lợi

nhuận từ hoạt động kinh doanh cũng giảm xuống chỉ còn **0,11%**. Từ hai thành phần đầu tiên của mô hình DuPont tạm thời ta có thể kết luận rằng tuy chưa thua lỗ nhưng trong năm 2012 công ty gần như kinh doanh không có hiệu quả. Tình hình vòng quay tài sản cũng không được khả quan khi chỉ đạt được **0,66 vòng**, khả năng tạo ra doanh thu từ tài sản của công ty rất kém. Giải thích cho sự sụt giảm này, như đã đề cập trong phần 2.2.1 doanh thu của công ty trong năm 2012 đã giảm **10,36%** so với năm 2011 trong khi tổng tài sản lại tăng thêm đến **64,71%**. Công ty đã đầu tư một lượng tài sản lớn hơn rất nhiều nhưng không những không mang lại hiệu quả, doanh thu thậm chí còn bị sụt giảm so với năm trước. Mức đòn bẩy tài chính cũng ở mức nguy hiểm khi tăng cao lên **4,23 lần**, nguồn gốc đến từ sự tăng lên của khoản mục Vay ngắn hạn và Người mua trả tiền trước trong Nợ phải trả của công ty với tổng mức tăng lên đến **64,71%** so với năm trước. Ngoài việc mức đòn bẩy tài chính cao gây ra nguy cơ tiềm tàng đối với tình hình tài chính của công ty, điều này cũng cho thấy chiến lược sử dụng đòn bẩy tài chính của công ty bước sang năm 2012 từ hiệu quả đã biến thành thiếu hiệu quả, một con dao hai lưỡi nguy hiểm khi khiến công ty phải chịu gánh nặng lãi vay lớn hơn bình thường rất nhiều. Sử dụng đòn bẩy tài chính lớn như vậy nhưng với việc Tỷ suất lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh quá thấp đã không giúp cho doanh nghiệp đạt được một mức ROE vượt trội hơn so với năm 2011 mà còn bị giảm xuống mức quá thấp. Tuy nhiên, nếu nhìn nhận một cách khách quan về tình hình biến động thị trường đầy khó khăn và tỷ lệ lạm phát trong năm 2011 (18,13% - theo Tổng cục thống kê) thì có thể châm chước cho hiệu quả kinh doanh của công ty trong năm này.

Năm 2013, ROE và hầu hết các thành phần trong mô hình DuPont của ROE đã có những chuyển biến tích cực hơn. Ảnh hưởng từ các khoản lợi nhuận khác đã giảm xuống chỉ còn **1,15** cho thấy nguồn lợi nhuận trước thuế chủ yếu đến từ hoạt động kinh doanh của công ty còn các khoản lợi nhuận khác chỉ đóng góp một phần rất nhỏ. Tỷ suất lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh trong năm này cũng đã tăng lên một mức tốt hơn là **0,37%**, đánh dấu sự tăng trưởng trở lại của lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh của công ty, hiệu quả lợi nhuận thu về từ doanh thu đạt được tốt hơn. Tuy giá trị tuyệt đối của lợi nhuận trước và sau thuế vẫn còn thấp và chưa đạt lại được so với mức năm 2011, nhưng nếu xu hướng tăng trưởng của lợi nhuận vẫn tiếp tục ổn định thì sẽ là rất điều đáng mừng và khả quan đối với công ty. Trong tương lai công ty cần cố gắng hơn nữa trong vấn đề tạo ra nhiều lợi nhuận hơn từ lượng doanh thu rất lớn của mình nhằm cải thiện tỷ số quan trọng này trong ROE. Vòng quay tài sản tuy chưa  $>1$  khi chỉ đạt giá trị **0,8 vòng** nhưng như vậy cũng đã trở lại trạng thái khá tốt. Cùng với lượng doanh thu đạt mức lớn nhất trong các năm, mức tổng tài sản từng tăng mạnh trong năm 2012 không thay đổi nhiều trong năm 2013 đã giúp cho vòng quay tài sản đạt được con số như trên. Vòng quay tài sản cho thấy công ty đã sử dụng được tài sản của mình

hiệu quả hơn khá nhiều về phương diện tạo ra doanh thu. Đòn bẩy tài chính của công ty vẫn ở mức khá cao trong năm 2013 khi các khoản Nợ phải trả và Tổng tài sản không có sự thay đổi nhiều so với năm 2012. Dù ROE đã có một chút cải thiện so với năm 2012 nhưng việc trong 2 năm liên tiếp công ty sử dụng mức đòn bẩy tài chính cao như vậy lại không đem lại hiệu quả kinh doanh là điều công ty cần đặc biệt chú ý xem xét. Trong các năm tiếp theo công ty nên cân nhắc lại chiến lược sử dụng đòn bẩy tài chính của mình một cách có hiệu quả và hợp lý hơn dựa trên thực tế tình hình kinh doanh trong quá khứ lẫn hiện tại. Thêm vào đó là vấn đề rủi ro tài chính và gánh nặng lãi vay khi sử dụng một lượng vốn vay rất lớn có nguy cơ tiềm tàng cao.

Kết luận lại, thông qua sử dụng mô hình DuPont trong phân tích ROE ta thấy được rằng: đến năm 2013, cả ROE lẫn các thành phần trong mô hình DuPont đều có xu hướng biến động không theo quy luật, tuy nhiên có thể dự báo khả năng tăng trưởng ổn định trong tương lai gần cùng với tình hình kinh doanh của công ty ngày càng ổn định hơn. Các thành phần trong ROE của mô hình DuPont đến năm 2013 nhìn chung đã có những đóng góp tích cực vào ROE tuy chỉ số ROE của công ty vẫn còn ở mức rất thấp. Thông qua kết quả từ việc phân tích mô hình DuPont, ngoài việc cố gắng cải thiện chỉ tiêu ROE của mình lên mức cao hơn nữa, công ty cần đặc biệt quan tâm đến các 2 tiêu chí sau: Tỷ suất lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh và Đòn bẩy tài chính. Hai tiêu chí này thể hiện hai vấn đề tương ứng của công ty đang gặp phải, một là khả năng tạo ra lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh hay hiệu quả kinh doanh của công ty còn rất thấp; hai là chính sách sử dụng đòn bẩy tài chính ở mức cao của công ty cũng đang không mang lại hiệu quả như mong muốn mà nó còn chứa đựng nguy cơ rủi ro tiềm ẩn về mặt an toàn tài chính và gánh nặng lãi vay hiện hữu đối với công ty.

#### ***2.3.2.5. Sức sinh lời của vốn lưu động***

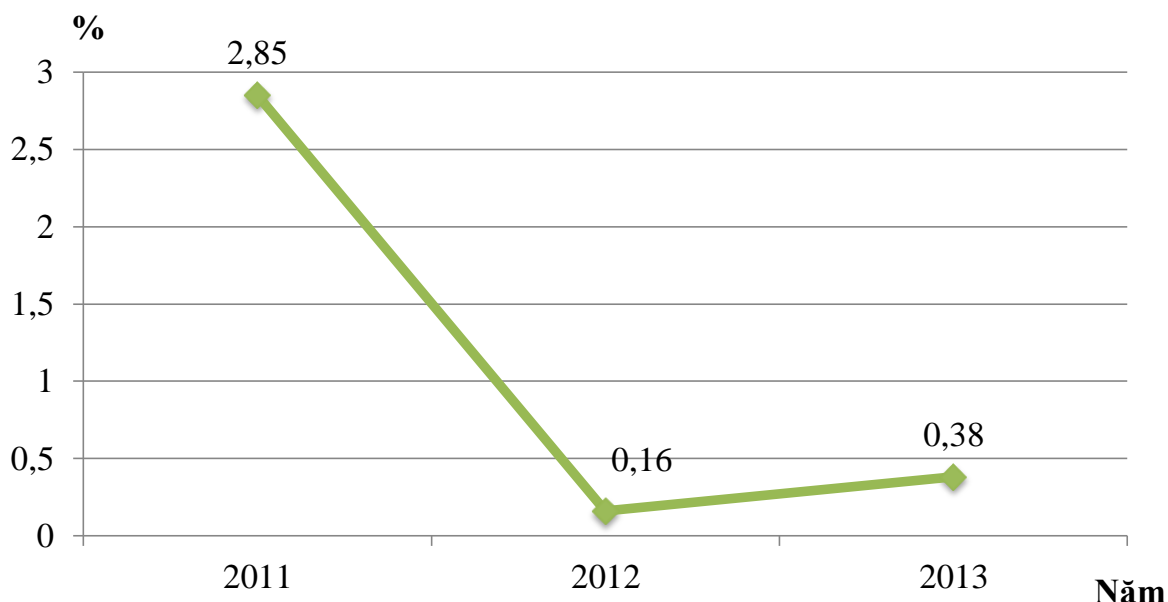
Chỉ tiêu này cho biết một lượng vốn lưu động tham gia vào hoạt động sản xuất kinh doanh đã đem lại bao nhiêu lợi nhuận cho doanh nghiệp. Đối với các công ty thương mại như Cao Trụ thì việc có một chỉ số Sức sinh lời của vốn lưu động cao là mong muốn của mọi doanh nghiệp.

Là một công ty với lĩnh vực kinh doanh chính là thương mại và dịch vụ, lượng vốn lưu động tham gia vào hoạt động kinh doanh của công ty chiếm một tỉ trọng rất lớn, là nguồn vốn đóng vai trò chính tạo ra lợi nhuận kinh doanh. Năm 2011 cứ 100 đồng vốn lưu động tạo ra **2,85** đồng lợi nhuận trong công ty. Con số này đã không được duy trì mà còn bị sụt giảm trong 2 năm tiếp theo. Biến động về cả lợi nhuận sau thuế và lượng vốn lưu động của công ty là nguyên nhân cho sự giảm sút này. Không những lượng vốn lưu động năm 2012 tăng lên con số **15.963,60 triệu đồng** mà lợi nhuận sau thuế còn giảm mạnh xuống chỉ còn **24,86 triệu đồng**, sức sinh lời của vốn lưu động giảm sút nghiêm trọng xuống mức **0,16** đồng. Với biến động tăng của lợi



nhuận sau thuế và biến động giảm của vốn lưu động trong năm 2013, sức sinh lời của vốn lưu động đã được cải thiện hơn phần nào nhưng vẫn còn ở mức rất thấp. Trong năm tới công ty nên đặt mục tiêu cố gắng làm cho sức sinh lời của vốn lưu động đạt trở lại mức chỉ tiêu năm 2011.

*Đồ thị 2.5. Sức sinh lời của vốn lưu động*



*(Nguồn: sinh viên tự tổng hợp)*

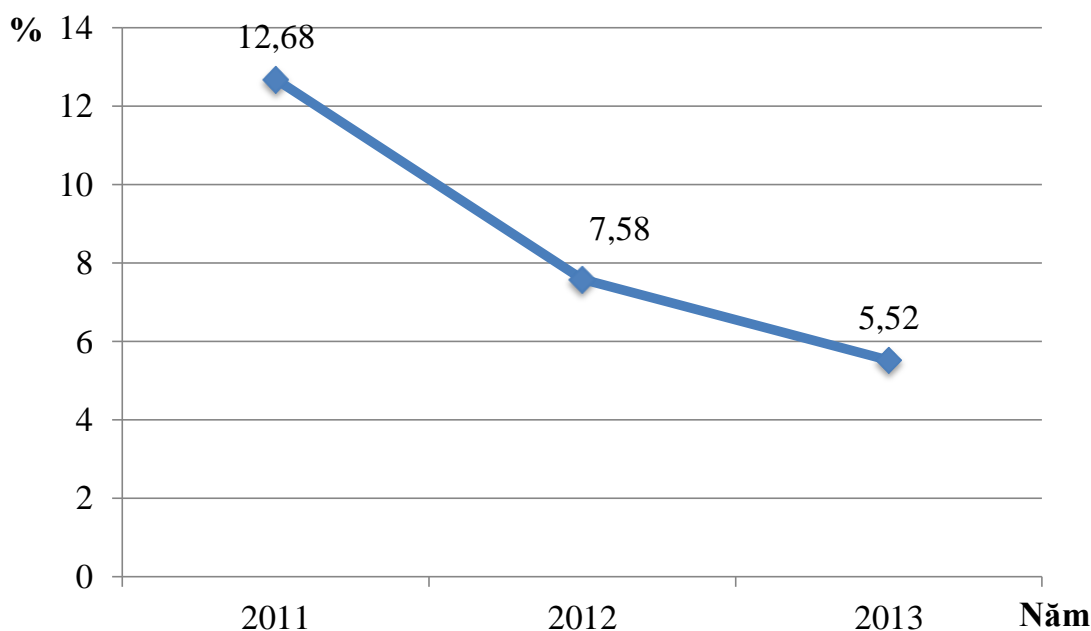
Chỉ tiêu sức sinh lời của vốn lưu động trong cả ba năm thể hiện rằng khả năng sử dụng vốn lưu động để sinh lời hay hiệu quả kinh doanh của công ty không thực sự có hiệu quả. Lượng vốn lưu động sử dụng là rất lớn trong khi lợi nhuận kinh doanh lại quá thấp, công ty cần quan tâm chú ý hơn vào vấn đề này, cải thiện hơn hiệu quả kinh doanh của mình.

#### **2.3.2.6. Tỷ suất lợi nhuận gộp biên (Gross margin ratio)**

Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận gộp hiện khoảng chênh lệch giữa giá bán và giá vốn của sản phẩm, dịch vụ kinh doanh của DN. Chỉ tiêu này thể hiện nhiều đặc thù ngành kinh doanh và cơ cấu mặt hàng kinh doanh của doanh nghiệp hơn là vấn đề về kiểm soát chi phí do mỗi ngành nghề về mặt hàng kinh doanh thường có khoảng chênh lệch giữa giá vốn và giá bán khác nhau.

Chính vì vậy, chỉ tiêu này đặc biệt quan trọng đối với các nhà quản trị doanh nghiệp, nhằm giúp họ điều chỉnh cơ cấu mặt hàng kinh doanh sao cho tối ưu hóa tỉ suất lợi nhuận gộp bình quân, từ đó tối ưu hóa tỉ suất lợi nhuận thuần.

*Đồ thị 2.6. Tỷ suất lợi nhuận gộp biên*



(Nguồn: Sinh viên tự tổng hợp)

Qua số liệu được tính toán trong bảng 2.5, ta thấy rằng tỷ suất lợi nhuận gộp biên đang có xu hướng giảm dần trong giai đoạn năm 2011-2013. Các số liệu tính toán được đã thể hiện khả năng trang trải chi phí, đặc biệt là chi phí cố định để đạt lợi nhuận của công ty là khá tốt. Năm 2011, tỷ suất lợi nhuận gộp biên đạt giá trị **12,68%**, cao nhất trong các năm, do đây cũng là năm có Lợi nhuận gộp cao nhất là **1.559,80 triệu đồng**, công ty đã kinh doanh có hiệu quả trong năm này. Hai năm tiếp theo, tình hình giá vốn hàng bán đầu vào liên tục tăng cao khiến công ty gặp nhiều khó khăn, đặc biệt là năm 2013 khi giá vốn hàng bán có giá trị gần bằng với doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ. Điều này khiến cho lợi nhuận gộp không thể đạt được như năm 2011 và tỷ suất lợi nhuận gộp biên cũng giảm sút theo chỉ còn **7,58%** vào năm 2012 và **5,52%** vào năm 2013. Để cải thiện tình trạng này, trong những năm tiếp theo công ty cần tìm ra giải pháp khắc phục sự tăng giá đầu vào của giá vốn hàng bán.



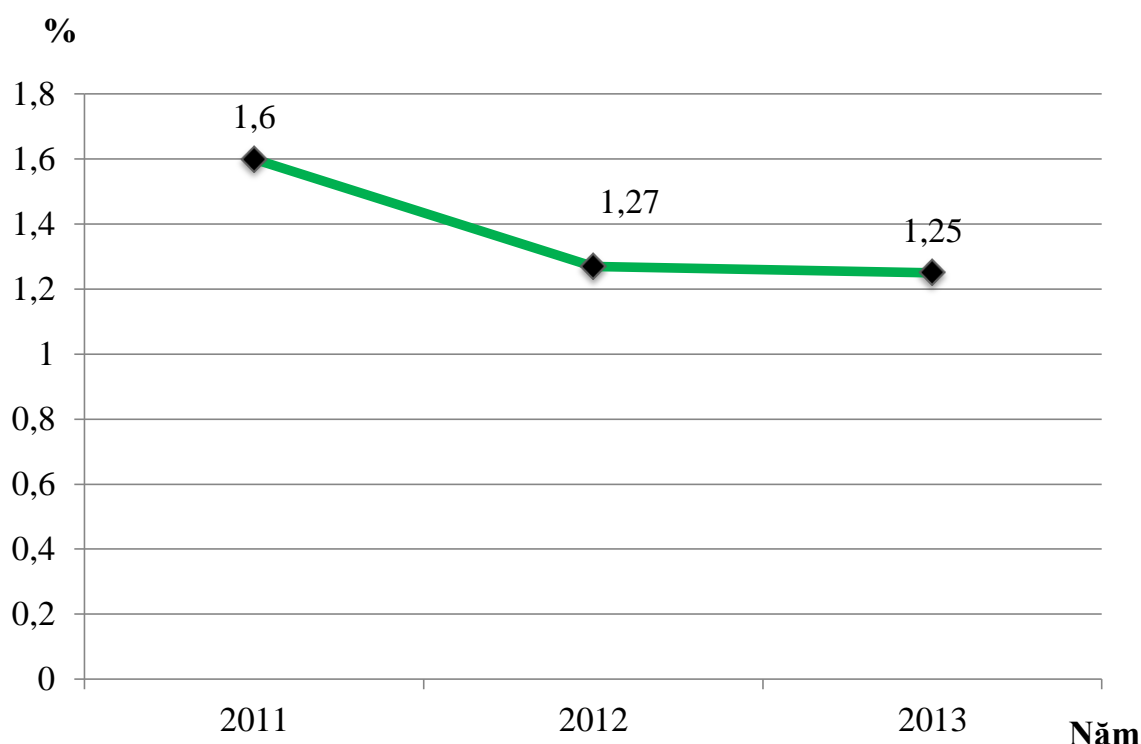
### 2.3.3. Phân tích tình hình thanh toán

Tính toán và phân tích các chỉ tiêu về khả năng thanh toán giúp cho bản thân doanh nghiệp và các nhà đầu tư thấy được tình trạng tài chính của doanh nghiệp trong kinh doanh: các khoản nợ được đảm bảo bằng bao nhiêu đồng tài sản, khả năng sẵn sàng thanh toán của doanh nghiệp đến đâu, ảnh hưởng của hàng tồn kho đến khả năng thanh toán và tình hình thu nợ có ở mức an toàn hay không.

#### 2.3.3.1. Khả năng thanh toán hiện thời (ngắn hạn)

Khả năng thanh toán hiện thời là thước đo khả năng thanh toán, khả năng chi trả các khoản nợ ngắn hạn của công ty. Nó cho biết tại một thời điểm ứng với một đồng nợ ngắn hạn thì công ty có bao nhiêu đồng tài sản có thể chuyển đổi thành tiền để thanh toán các khoản nợ đó.

Đồ thị 2.7. Khả năng thanh toán hiện thời



(Nguồn: Sinh viên tự tổng hợp)

Qua đồ thị 2.6 ta có thể thấy rằng, khả năng thanh toán hiện thời của công ty đang có xu hướng giảm dần nhưng vẫn đều đạt giá trị  $>1$ , trên lý thuyết là một điều tốt đối với công ty khi 1 đồng nợ ngắn hạn được đảm bảo bởi hơn 1 đồng tài sản. Nhưng khả năng thanh toán hiện thời của công ty lớn thực tế do các khoản phải thu và hàng tồn kho vẫn còn lớn:

Bảng 2.3. Tình hình Các khoản phải thu ngắn hạn và Hàng tồn kho

Đơn vị tính: Triệu đồng

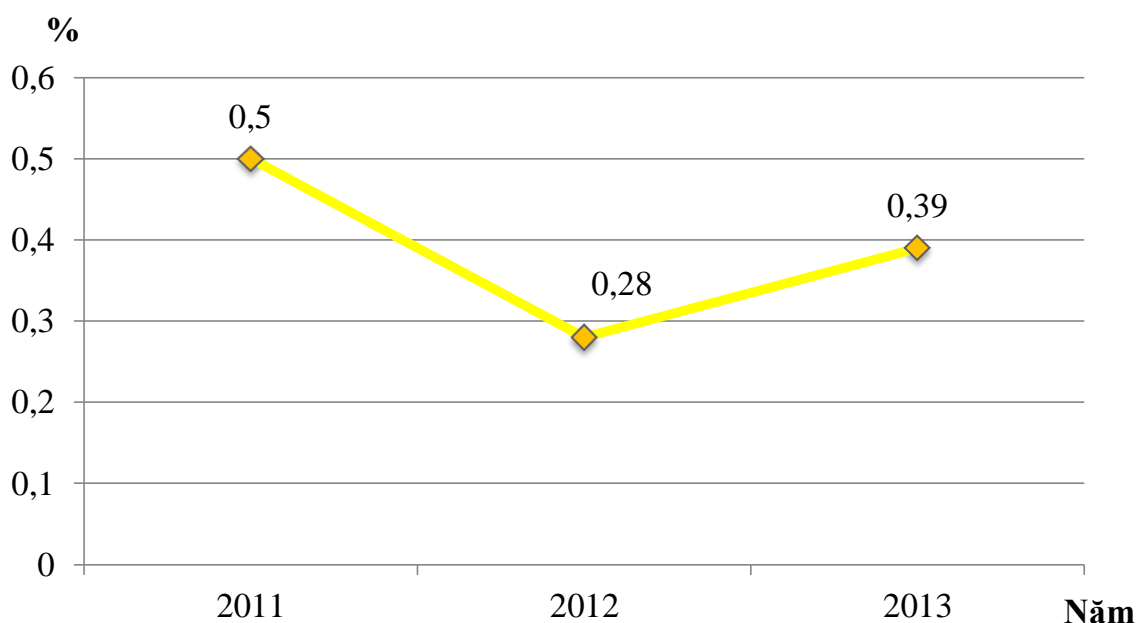
Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013
<b>I. Các khoản phải thu ngắn hạn</b>	2.636,09	3.258,30	3.408,82
<b>II. Hàng tồn kho</b>	6.813,51	12.568,53	11.071,08

(Trích Bảng cân đối kế toán các năm 2011-2012-2013 – Phụ lục)

Tài sản lưu động tồn trữ lớn, phản ánh việc sử dụng tài sản không hiệu quả, vì bộ phận này không vận động không sinh lời. Và khi đó khả năng thanh toán của doanh nghiệp thực tế sẽ là không cao nếu không muốn nói là không có khả năng thanh toán. Đặc trưng của công ty thương mại là có tỷ trọng vốn lưu động trong tổng tài sản lớn nên chỉ số khả năng thanh toán sẽ cao, vì vậy cần nhìn nhận rõ ràng, chi tiết hơn về chỉ tiêu này. Năm 2013 nhờ các khoản phải thu ngắn hạn và hàng tồn kho rất lớn nên công ty vẫn đạt được hệ số về khả năng thanh toán nhanh **1,25** lần, nhưng công ty không nên quá chủ quan về tình hình tài chính hiện tại của mình mà cần xem xét thêm các chỉ tiêu về khả năng thanh toán khác.

#### 2.3.3.2. Khả năng thanh toán nhanh (Tỷ số thanh toán nhanh)

Hệ số này phản ánh khả năng của doanh nghiệp trong việc thanh toán ngay các khoản nợ ngắn hạn. Hệ số này được cho là một thước đo thô thiển và vô đoán bởi vì nó loại trừ giá trị hàng tồn kho nhưng trong nhiều trường hợp doanh nghiệp sẵn sàng bán dưới giá trị sổ sách các khoản hàng tồn kho để biến thành tiền mặt thật nhanh, và bởi vì thường thì doanh nghiệp dùng tiền bán các tài sản lưu động để tái đầu tư.



Đồ thị 2.8. Khả năng thanh toán nhanh

(Nguồn: Sinh viên tự tổng hợp)

So với hệ số khả năng thanh toán hiện thời, hệ số khả năng thanh toán nhanh loại bỏ khoản mục Hàng tồn kho ra khỏi tử số. Với lượng hàng tồn kho rất lớn như đã trình bày ở phần trên, hệ số khả năng thanh toán nhanh có giá trị nhỏ hơn rất nhiều so với khả năng thanh toán hiện thời, trong cả 3 năm đều đạt giá trị  $<1$ . Ngoại trừ năm 2011 hệ số đạt được giá trị **0,5** lần, khả năng thanh toán ngay nợ của công ty ở mức tạm ổn thì năm 2012 và năm 2013 chỉ đạt giá trị lần lượt là **0,28** lần và **0,39** lần, 1 đồng nợ được đảm bảo bởi rất ít, thậm chí chưa đến 1 đồng tài sản.

Qua 3 năm ta thấy khả năng thanh toán nhanh của công ty chưa tốt, công ty không có khả năng thanh toán nhanh toàn bộ các khoản nợ ngắn hạn, điều này cũng cho thấy tài sản lưu động của công ty phụ thuộc quá lớn vào hàng tồn kho. Khả năng thanh toán nhanh thấp cũng dễ xảy ra rủi ro tài chính, hệ số này nếu đạt được bằng 1 sẽ. Công ty cần luôn nhận thức rõ tình trạng các khoản nợ ngắn hạn và nguy cơ trong khả năng thanh toán nợ của mình để tránh xảy ra sự cố tài chính ngoài ý muốn.

### 2.3.3.3. Kỳ thu tiền bình quân (DSO)

Kỳ thu tiền bình quân đo lường tốc độ luân chuyển những khoản nợ cần phải thu. Hệ số này cũng là một thước đo quan trọng để đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh và tình hình tài chính của doanh nghiệp.

Khoản tiền phải thu từ khách hàng là số tiền mà khách hàng hiện tại vẫn còn chiếm dụng của doanh nghiệp. Chỉ đến khi khách hàng thanh toán bằng tiền cho khoản phải thu này thì coi như lượng vốn mà doanh nghiệp bị khách hàng chiếm dụng mới không còn nữa.

*Bảng 2.4. Kỳ thu tiền bình quân qua các năm*

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013
<b>1. Số nợ cần phải thu (triệu đồng)</b>	2.636,08	3.258,30	3.408,82
<b>2. Doanh thu bình quân mỗi ngày (triệu đồng)</b>	33,78	30,28	36,21
<b>3. DSO (ngày)</b>	78	108	94

*(Nguồn: Sinh viên tự tổng hợp)*

Nhìn chung qua bảng 2.9, kỳ thu tiền bình quân của công ty khá cao trong cả ba năm và có biến động không theo quy luật. Năm 2011 công ty có kỳ thu tiền bình quân thấp nhất là **78 ngày**, hay công ty cần trung bình 78 ngày để thu hồi khoản nợ của mình. Hệ số tăng lên mức **108 ngày** vào năm 2012 và có một chút cải thiện vào năm 2013 khi giảm xuống còn **94 ngày**. Nguyên nhân của sự tăng cao trong 2 năm vừa qua do Số nợ phải thu của công ty đã liên tục tăng thêm trong khi Doanh thu bình quân

mỗi ngày lại giảm (năm 2012) hoặc tăng lên nhưng không theo kịp số nợ cần phải thu (năm 2013).

Kỳ thu tiền bình quân càng lớn chứng tỏ tốc độ thu hồi nợ của doanh nghiệp càng chậm, khả năng chuyển đổi các khoản nợ phải thu sang tiền mặt thấp, điều này khiến cho công ty có thể bị thiếu tiền mặt trong thời gian dài, gây ra sự thiếu chủ động trong việc tài trợ nguồn vốn lưu động trong kinh doanh, có thể doanh nghiệp sẽ phải đi vay ngân hàng để tài trợ thêm cho nguồn vốn lưu động này và phải chịu thêm nhiều chi phí lãi vay không đáng có.

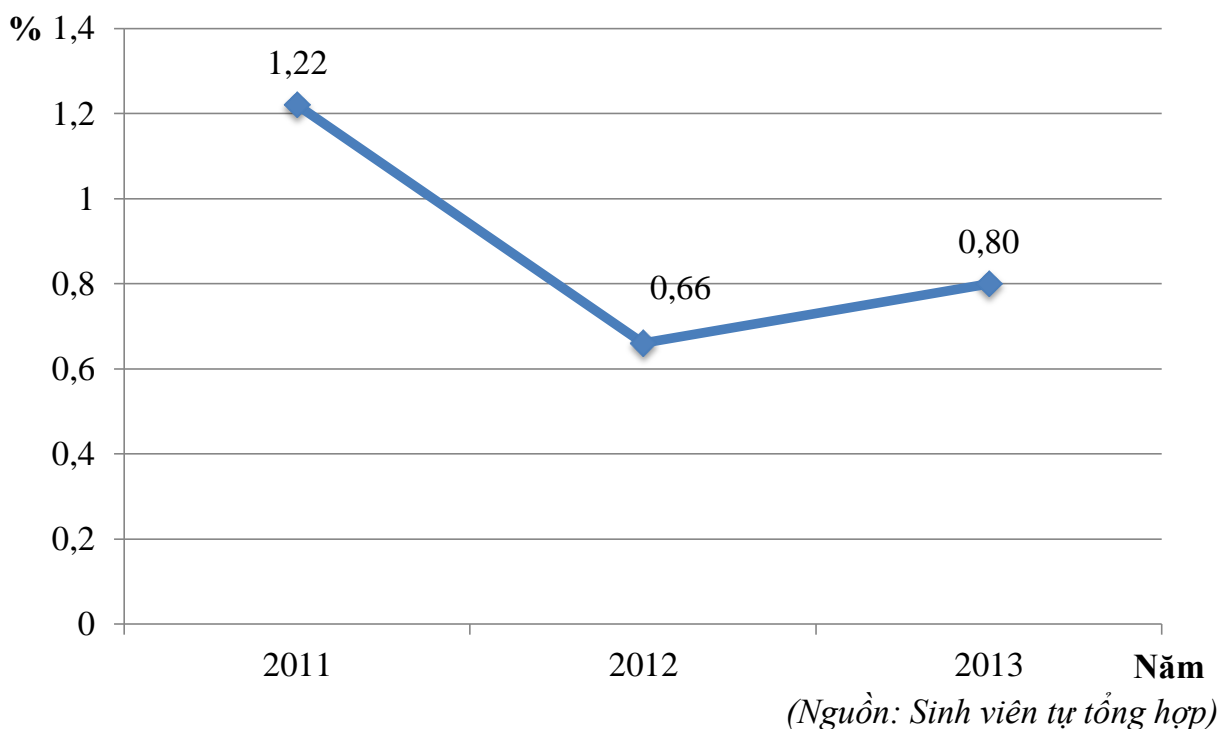
Số nợ phải thu của công ty thường bắt nguồn từ các hợp đồng lắp đặt hệ thống điều hòa không khí cho các doanh nghiệp, cơ quan nhà nước trong và ngoài tỉnh. Để giành được hợp đồng doanh nghiệp thường pháp chấp nhận điều khoản thanh toán hợp đồng trong thời gian khá lâu. Một thực trạng xảy ra trong những năm vừa qua đó là việc thanh toán của các doanh nghiệp thường dễ gặp trục trặc và chậm trễ, một phần do tình hình kinh doanh của doanh nghiệp đó gặp bất ổn, một phần do vài lý do khách quan khác. Tuy nhiên trong tương lai công ty cần thắt chặt chính sách tín dụng và mua bán nợ của mình hơn nữa để tránh rơi vào tình trạng khủng hoảng tài chính và rủi ro không thể thu hồi hết các khoản nợ.

## 2.3.4. Nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng tài sản

### 2.3.4.1. Số vòng quay tổng tài sản

Nhìn chung kết quả về *Số vòng quay tổng tài sản* của công ty biến động tăng giảm liên tục không theo xu hướng qua các năm, phần nào đó thể hiện được tình hình doanh thu của hoạt động kinh doanh tương ứng với từng năm của công ty.

*Đồ thị 2.9. Số vòng quay tổng tài sản*



Trong năm 2011, số vòng quay tổng tài sản của công ty đạt giá trị **1,22 vòng**, số vòng quay này >1 vòng thể hiện rằng công ty đã tạo được lượng doanh thu vượt trên tổng tài sản của mình, thể hiện hiệu quả kinh doanh và hiệu quả sử dụng tài sản cao trong năm 2011, hoạt động kinh doanh diễn ra thuận lợi, hàng hóa được tiêu thụ một cách nhanh chóng và tương đối dễ dàng.

Năm 2012, cùng với tình hình kinh doanh không được tốt thì giá trị của số vòng quay tổng tài sản cũng bị sụt giảm mạnh khi chỉ đạt được **0,66 vòng**, thể hiện khả năng tạo ra doanh thu từ tài sản của công ty rất kém so với năm trước. Giải thích cho sự sụt giảm này, như đã đề cập trong phần 2.2.1 doanh thu của công ty trong năm 2012 đã giảm **10,36%** so với năm 2011 trong khi tổng tài sản lại tăng thêm đến **64,71%**. Chiến lược tăng cường tài sản và mở rộng hoạt động kinh doanh của công ty đã không đạt kết quả như mong muốn khi vấp phải sự khó khăn bất ngờ đến từ thị trường và ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế. Công ty đã đầu tư thêm một lượng tài sản lớn hơn rất nhiều nhưng không những không mang lại hiệu quả, doanh thu thậm chí còn bị sụt giảm không lường trước so với năm trước.

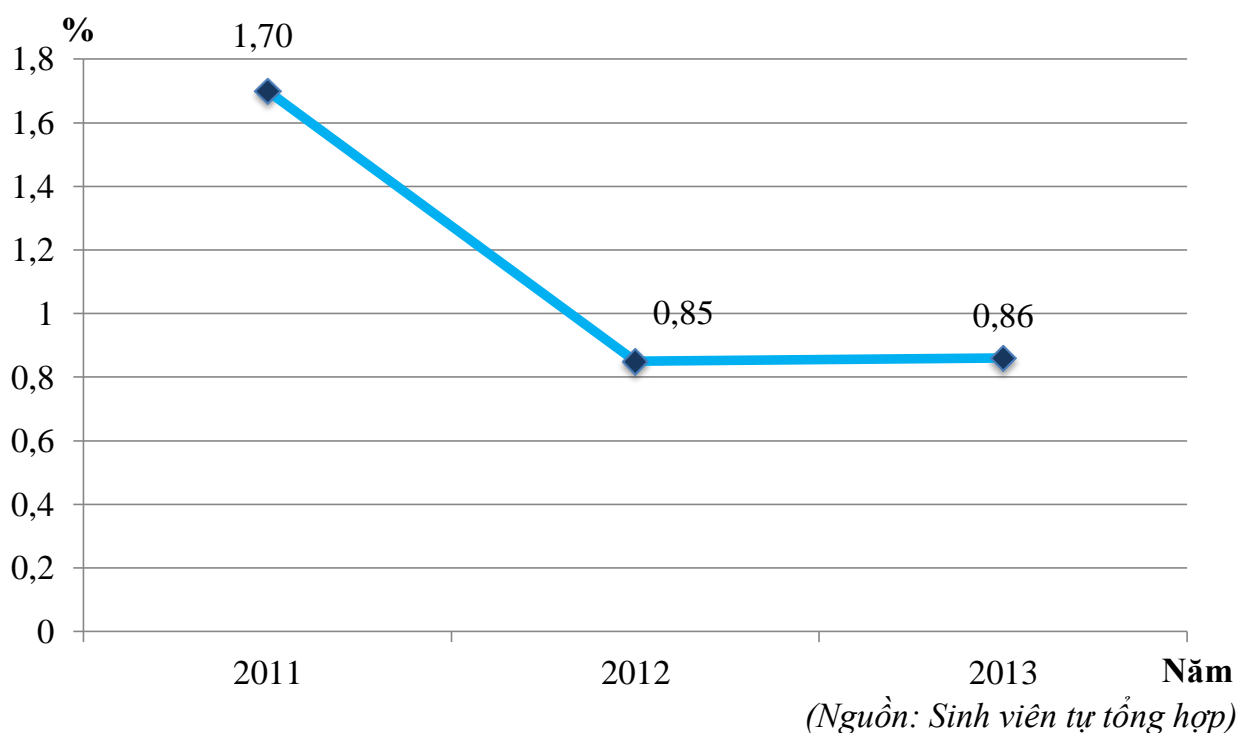
Bước sang năm 2013, vòng quay tổng tài sản đạt được giá trị là **0,8 vòng**, tuy chưa trở lại mức  $>1$  như năm 2011 nhưng như vậy cũng đã ở trạng thái tương đối tốt. Vòng quay tổng tài sản thể hiện tình hình kinh doanh hay hiệu quả kinh doanh của công ty đã trở nên khả quan hơn trong năm 2013. Cùng với lượng doanh thu đạt mức lớn nhất trong các năm, mức tổng tài sản từng tăng mạnh trong năm 2012 không thay đổi nhiều trong năm 2013 đã giúp cho vòng quay tổng tài sản đạt được con số như trên.

Qua phân tích trên ta có thể thấy rằng, số vòng quay tổng tài sản có sự liên quan tương đối lớn với hiệu quả kinh doanh của công ty và mức giá trị của số vòng quay tổng tài sản hợp lý để công ty có được hiệu quả thực sự cao trong kinh doanh là  $>1$  vòng. Vì vậy, trong thời gian tới công ty nên cố gắng đạt được trở lại mức vòng quay trên và tiếp tục duy trì, phát triển chỉ tiêu này của mình hơn nữa để doanh thu đem lại thực sự tương xứng với lượng tài sản lớn mà công ty đang đầu tư.

#### 2.3.4.2. Số vòng quay tài sản lưu động

Tài sản lưu động chiếm một tỷ trọng lớn trong cơ cấu tổng tài sản công ty, do đó việc phân tích tỷ số này cho chúng ta biết hiệu quả sử dụng tài sản lưu động trong việc tạo ra doanh thu của công ty qua đó đánh giá được chất lượng công tác quản lý tài sản cũng như chất lượng kinh doanh của công ty.

*Đồ thị 2.10. Số vòng quay tài sản lưu động*



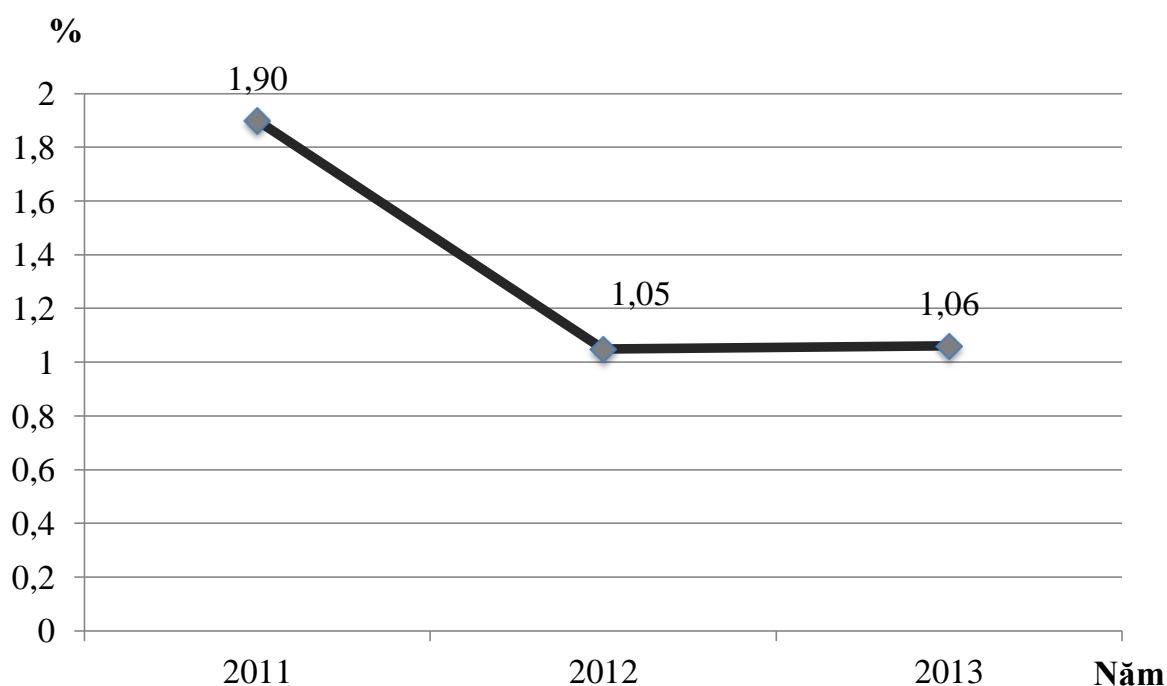
Số vòng quay tài sản lưu động đạt kết quả xuất sắc nhất vào năm 2011 với giá trị bằng 1,7 vòng, xấp xỉ gấp đôi so với giá trị công ty đạt được vào năm 2012 và 2013,

phản ánh tốc độ luân chuyển tài sản lưu động của công ty rất nhanh chóng và tạo ra đến 1,7 đồng doanh thu trên mỗi đồng tài sản. Tuy nhiên công ty đã không giữ được mức hiệu quả này vào các năm tiếp theo khi tổng tài sản nói chung và lượng tài sản lưu động trung bình nói riêng tăng thêm theo chiến lược đầu tư mở rộng kinh doanh mình. Ta có thể thấy trên bảng tính lượng *Doanh thu thuần* của công ty trong cả 2 năm 2012 và 2013 đều có giá trị nhỏ hơn lượng Tài sản lưu động trung bình tương ứng theo năm khiến cho số vòng quay tài sản lưu động có giá trị  $<1$  vòng, phản ánh sự chưa hiệu quả trong tốc độ bán hàng, tốc độ lưu chuyển tài sản lưu động và khả năng tạo doanh thu trên tài sản lưu động. Công ty không nên để xu hướng này tiếp tục trong thời gian tới, cần có chiến lược đối với việc sử dụng vốn lưu động hiệu quả hơn, thận trọng hơn với các khoản phải thu khách hàng để tránh bị chiếm dụng vốn lưu động quá lâu, tránh thu mua và lưu trữ hàng tồn kho quá mức cần thiết có thể dẫn đến bị ứ đọng hàng hóa trong thời gian dài nếu tình hình kinh doanh đột nhiên trở nên khó khăn không lường trước dưới tác động của thị trường, hoặc cũng có thể là sự thay đổi thị hiếu tiêu dùng của khách hàng.

#### 2.3.4.3. Số vòng quay hàng tồn kho

Đây là chỉ tiêu kinh doanh quan trọng bởi sản xuất (thu mua), dự trữ hàng hoá và tiêu thụ nhằm đạt được mục đích doanh số và lợi nhuận mong muốn trên cơ sở đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường. Số vòng quay hàng tồn kho càng lớn thì tốc độ luân chuyển hàng tồn kho càng nhanh, hàng tồn kho tham gia vào luân chuyển được nhiều vòng hơn và ngược lại

Đồ thị 2.11. Số vòng quay hàng tồn kho



(Nguồn: Sinh viên tự tổng hợp)

Là chỉ tiêu phản ánh hàng hóa luân chuyển bao nhiêu vòng trong kỳ. Hàng tồn kho là một chỉ tiêu quan trọng vì xác định được mức tồn kho hợp lý để đạt được mục đích doanh số, chi phí và lợi nhuận là điều hết sức khó khăn, do đó tồn kho thấp hay cao còn tùy thuộc vào loại hình kinh doanh và qui mô của doanh nghiệp. Vòng quay hàng tồn kho của công ty trong những năm qua không tăng giảm theo một chiều hướng nhất định và có giá trị khá thấp. Năm 2011, vòng quay hàng tồn kho là **1,9** vòng, đến năm 2012 giảm xuống chỉ còn **1,05** vòng, sang năm 2013 gần như không có sự thay đổi so với năm 2012 với giá trị **1,06** vòng.

Tốc độ luân chuyển hàng tồn kho của công ty thấp không hẳn đã chứng tỏ công ty quản lý tốt và luân chuyển hàng tồn kho của mình không tốt. Với chiến lược tích trữ hàng tồn kho chuẩn bị cho dịp tiêu thụ lớn vào trước tết âm lịch năm sau, lượng hàng tồn kho vào những cuối năm của công ty lúc nào cũng ở mức cao và sẽ nhanh chóng được tiêu thụ trong một đến 2 tháng tiếp theo trong năm sau. Lượng hàng tồn kho cao nếu bị ứ đọng quá lâu sẽ ảnh hưởng xấu đến tình hình hoạt động của công ty, song nhìn về mặt tích cực nó cũng phần nào thể hiện khả năng cung ứng hàng hóa tức thời của doanh nghiệp.

Hàng tồn kho là một chỉ tiêu quan trọng vì vậy duy trì mức tồn kho hợp lý luôn là chính sách hàng đầu mà công ty hướng tới. So với chỉ tiêu vòng quay hàng tồn kho hiện tại, công ty cần cải thiện chỉ tiêu này hơn nữa vào những năm tiếp theo.

## **2.4. Đánh giá về năng lực hoạt động qua mô hình SWOT**

Đối với doanh nghiệp để có thể phát triển được trong môi trường kinh doanh nhất là trước những biến động của nền kinh tế trong nước và trên thế giới, để có thể tồn tại và vượt qua những biến động của nền kinh tế thì doanh nghiệp đó phải biết xác định những gì mà mình cần làm và tìm ra những mặt yếu tìm biện pháp khắc phục nó để tạo điều kiện thuận lợi phát triển. Bên cạnh đó cũng nhận ra điểm mạnh, điểm yếu của doanh nghiệp để có những cơ hội và thách thức cần nắm.

Một khi doanh nghiệp muốn phát triển, từng bước tạo lập uy tín, thương hiệu cho mình một cách chắc chắn và bền vững thì phân tích SWOT là một khâu không thể thiếu trong quá trình hoạch định chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp. Bên cạnh đó thông qua 4 yếu tố cơ bản của mô hình SWOT là: Điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức, chúng ta cũng thể đánh giá tổng quan, chính xác được năng lực và tiềm năng tương lai của doanh nghiệp đó ra sao. Sau đây sẽ là những đánh giá về công ty TNHH một thành viên thương mại và dịch vụ Cao Trụ thông qua mô hình SWOT:

### **2.4.1. Điểm mạnh (Strength)**

#### *a. Uy tín*



Cao Trụ là một đơn vị hoạt động kinh doanh phân phối trong lĩnh vực điện tử điện lạnh và đồ gia dụng trong suốt 24 năm qua từ khi còn là một cửa hàng bán vật tư và sửa chữa nhỏ. Công ty đã kế thừa và tiếp tục phát huy uy tín và danh tiếng khắp trong và ngoài tỉnh Lào Cai và gặt hái nhiều thành công cho mình.

*b. Có nhiều khách hàng truyền thống*

Cũng nhờ uy tín và chất lượng về bán hàng và cung cấp dịch vụ, đặc biệt là dịch vụ sửa chữa lâu năm của mình, gần như khách hàng đã đến với công ty một lần sẽ tiếp tục đến với công ty những lần tiếp theo với sự an tâm tuyệt đối về giá cả và chất lượng. Đây là phương châm kinh doanh và cũng là niềm tự hào của công ty trong suốt hơn hai chục năm qua. Công ty có rất nhiều bạn hàng lâu năm không chỉ ở trong mà còn ở các tỉnh thành lân cận với Lào Cai.

*c. Sản phẩm và dịch vụ kinh doanh tốt đáp ứng được nhu cầu của khách hàng*

Chất lượng tốt nhất và giá cả hợp lý nhất, cùng với uy tín của mình là lợi thế cạnh tranh lớn nhất của công ty so với các đối thủ trong lĩnh vực kinh doanh điện tử, điện lạnh và đồ gia dụng. Những sản phẩm của công ty bán luôn bắt kịp những nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng. Nhờ vậy công ty luôn có được niềm tin rất lớn của người tiêu dùng đối với sản phẩm và dịch vụ mà công ty cung cấp.

*d. Cơ sở vật chất đầy đủ*

Tuy công ty thuộc loại hình kinh doanh quy mô nhỏ nhưng đã trang bị khá đầy đủ những thiết bị cần thiết cho việc kinh doanh như: văn phòng, nhà kho, máy tính, xe ô tô tải vận chuyển hàng hoá...

*e. Đội ngũ nhân lực trẻ tuổi, năng động, có trình độ cao*

Một phần quan trọng trong sự thành công trong kinh doanh đó là có được một đội ngũ nhân viên xuất sắc và công ty đã có được điều đó. Công ty được dẫn dắt bởi Giám đốc và Phó giám đốc có trình độ học vấn cao, am hiểu thị trường, năng lực quản trị tốt. Đội ngũ nhân viên đoàn kết, có đầy đủ trình độ chuyên môn, năng lực công tác tốt, tay nghề giỏi, kỉ luật và tinh thần trách nhiệm cao đã sát cánh cùng công ty từ khi công ty vẫn còn hoạt động dưới hình thức của hàng kinh doanh quy mô nhỏ từ nhiều năm về trước.

#### **2.4.2. Điểm yếu (Weakness)**

*a. Nguồn vốn chủ sở hữu thấp*

Khi mới thành lập công ty, nguồn vốn CSH đã đáp ứng được nhu cầu kinh doanh nhưng trong những năm tiếp theo, nhu cầu về vốn lưu động tăng cao khiến công ty phải vay nợ ngắn hạn thêm khá nhiều Hạn chế về vốn làm cho công ty phải vay và chịu thêm nhiều chi phí lãi vay, dẫn đến giảm lợi nhuận kinh doanh thu được.

#### *b. Thiếu hụt về nhân lực*

Nhằm giảm thiểu chi phí kinh doanh, số lượng nhân viên luôn duy trì ở mức tối đa là 7 người. Với số lượng nhân viên như vậy chỉ đủ đáp ứng tốt trong thời gian công ty hoạt động kinh doanh bình thường, nhưng vào giai đoạn thực hiện các dự án lớn hay giai đoạn bán hàng trước Tết âm lịch hàng năm toàn bộ nhân viên trong công ty phải làm việc trong thời gian dài hơn và cường độ cao hơn.

### **2.4.3. Cơ hội (Opportunity)**

#### *a. Môi trường kinh doanh chuyển biến thuận lợi*

Thành phố Lào Cai là một thành phố đang ngày càng phát triển mạnh mẽ, không chỉ về du lịch mà còn cả về thương mại, ngoại thương thông qua cửa khẩu Hà Khẩu với Trung Quốc, tạo ra một thị trường rộng mở, năng động và nhu cầu lớn hơn đối với các mặt hàng kinh doanh của công ty, giảm bớt phần nào áp lực cạnh tranh thu hút khách hàng từ các đối thủ kinh doanh khác

#### *b. Nhu cầu thị trường ngày càng tăng*

Cùng với sự phát triển không ngừng của thành phố Lào Cai nói riêng và tỉnh Lào Cai nói chung, thu nhập và mức sống của người dân ngày càng được cải thiện đáng kể. Với sự đi lên ngày một cao và đồng đều về thu nhập của nhân dân thành phố, các hộ gia đình đều có xu hướng nâng cao chất lượng đời sống bằng cách mua sắm các mặt hàng điện tử, điện lạnh dùng trong gia đình như: TV công nghệ cao, tủ lạnh, máy giặt, điều hòa nhiệt độ... Đây cũng chính là những mặt hàng kinh doanh chính của công ty.

#### *c. Điều kiện khí hậu có lợi*

Sự biến đổi khí hậu toàn cầu dẫn đến thời tiết mùa hè ở Việt Nam ngày càng nóng hơn, khiến cho không chỉ các hộ gia đình mà các cơ quan, doanh nghiệp có nhu cầu mua và sử dụng điều hòa nhiệt độ. Điều này đã và đang giúp công ty tiếp cận và giành được nhiều gói thầu cung cấp và lắp đặt điều hòa nhiệt độ lớn. Bên cạnh đó hoạt động bán lẻ ngay tại công ty các thiết bị làm mát như quạt điện, quạt hơi nước, tủ lạnh cho các hộ gia đình cũng trở nên tích cực hơn.

#### *d. Tình hình kinh tế trong nước*

Việt Nam đang dần thích nghi khá tốt với ảnh hưởng của suy thoái kinh tế, giá cả hàng tiêu dùng ngày càng ổn định hơn. Điều này tạo ra kỳ vọng trong năm sau giá hàng hóa đầu vào của doanh nghiệp cũng sẽ có những chuyển biến tích cực hơn.

### **2.4.4. Thách thức (Threat)**

#### *a. Giá vốn hàng bán đầu vào liên tục tăng cao*

Do sự ảnh hưởng chung của suy thoái kinh tế, tỷ lệ lạm phát tăng cao từ năm 2012 đã khiến cho giá cả đầu vào nói chung của các mặt hàng kinh doanh của công ty

liên tục tăng và không có dấu hiệu giảm giá. Đây là một ảnh hưởng có tác động rất tiêu cực đối với tình hình hoạt động kinh doanh của công ty, giá bán cao khiến hàng hóa khó tiêu thụ hơn bình thường và thu được ít lợi nhuận hơn.

*b. Xuất hiện nhiều đối thủ cạnh tranh hơn*

Cùng với việc đẩy mạnh giao thương giữa hai quốc gia Việt – Trung và tạo ra một thị trường rộng lớn, cởi mở hơn thì nhiều đối thủ cạnh tranh mới cùng lĩnh vực với công ty cũng xuất hiện nhiều hơn. Phần lớn trong số đó là các cửa hàng quy mô nhỏ lẻ, họ cung cấp các loại hình sản phẩm tương tự với mặt hàng công ty hiện kinh doanh nhưng chủ yếu có nguồn gốc xuất xứ từ Trung Quốc, tuy chất lượng không được đảm bảo bằng các mặt hàng đã tồn tại và có thương hiệu bảo đảm lâu đời nhưng giá lại rất rẻ, khiến cho việc cạnh tranh về giá và thu hút khách hàng ngày càng trở nên khốc liệt hơn trên thị trường.

*c. Sự biến động khó lường của thị trường*

Tuy nền kinh tế Việt Nam đang ngày càng thích nghi và phục hồi sau suy thoái kinh tế thế giới nhưng thị trường kinh doanh nói chung vẫn có khả năng xảy ra nhiều sự biến động tiềm ẩn và khó lường, đặt ra một thách thức lớn đối với những nhà quản trị của công ty trước sự tồn vong hay phát triển của mình, cần cả tầm nhìn vĩ mô lẫn vi mô thật tinh táo, chính xác trong công tác điều hành và quản lý kinh doanh, đề phòng cẩn thận những biến động đó.

## 2.5. Kết luận chương II

Thông qua những phân tích đã thực hiện trong chương 2 đã cho phép ta đánh giá được một cách khách quan và toàn diện về hiệu quả kinh doanh của công ty TNHH một thành viên thương mại và dịch vụ Cao Trụ. Kết quả phân tích các chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lời cho thấy, công ty Cao Trụ trong hai năm vừa qua chưa thực sự kinh doanh có hiệu quả, mặc dù chưa rơi vào tình trạng lỗ vốn nhưng mức lợi nhuận thu về từ hoạt động kinh doanh hàng năm gần như không tồn tại. Nhìn chung, vấn đề về cải thiện lợi nhuận sẽ là vấn đề trọng tâm, là bài toán khó cần tìm phương hướng giải quyết trong thời gian sắp tới đối với công ty để có thể đạt được hiệu quả cao trong kinh doanh, từ đó cải thiện các chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lời của mình.

Phân tích cũng chỉ ra nhiều yếu điểm và vấn đề tồn tại khác của công ty trong kinh doanh một vài năm vừa qua. Vấn đề đầu tiên nằm chính trong thực trạng kinh doanh của công ty, đó là mối quan hệ giữa doanh thu – giá vốn hàng bán – lợi nhuận. Với một công ty thương mại quy mô nhỏ như Cao Trụ, doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ đạt được có thể đánh giá là tốt, nhưng lợi nhuận thu được từ lượng doanh thu rất lớn đó lại quá thấp. Nguyên nhân chính của việc này như đã phân tích phần lớn do giá vốn hàng bán của công ty khi mua vào liên tục tăng cao trong những năm qua dưới sự ảnh hưởng của suy thoái kinh tế, lạm phát và sự tăng lên trong tỷ giá hối đoái, trong khi bản thân công ty không thể tăng giá bán quá nhiều vì sẽ giảm sức cạnh tranh về giá của mình với các đối thủ kinh doanh cùng lĩnh vực. Tìm ra giải pháp cho vấn đề này sẽ giúp công ty cải thiện rất lớn hiệu quả kinh doanh của mình trong tương lai.

Vấn đề thứ hai nằm trong tình hình cơ cấu tài sản – nguồn vốn của công ty. Bắt đầu từ năm 2012, một lượng tài sản lớn được tăng cường để mở rộng hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, dường như nếu bỏ qua một số ảnh hưởng xấu của thị trường thì việc tăng thêm tài sản phục vụ kinh doanh đã không đem lại hiệu quả như mong muốn, kết quả kinh doanh đã kiểm chứng điều này trong 2 năm gần đây khi đánh giá thông qua việc phân tích các chỉ tiêu sinh lời trên tài sản, lợi nhuận thu về không tương xứng với độ lớn của tài sản. Trong thời gian sắp tới, nếu không thể tìm ra giải pháp phù hợp cải thiện tình hình kinh doanh thì công ty nên cân nhắc việc giảm thiểu phần nào tổng tài sản đang phục vụ kinh doanh của mình.

Từ phân tích ROE qua mô hình Dupont ta đã tìm ra được vấn đề trong chính sách tài trợ và sử dụng nguồn vốn của công ty. Lượng tài sản tăng lên trong 2 năm vừa qua chủ yếu đến từ hàng tồn kho, công ty đang sử dụng đòn bẩy tài chính ở mức cao và nguồn vốn vay này chủ yếu tài trợ cho khoản hàng này. Dù việc dự trữ một lượng lớn hàng tồn kho vào cuối năm là chiến lược kinh doanh của công ty nhưng nếu tình hình thị trường có biến đổi theo chiều hướng xấu đi thì ngoài việc doanh thu bị giảm sút, hiệu quả kinh doanh không đạt được, điều này sẽ khiến doanh nghiệp gặp phải nhiều

vấn đề nghiêm trọng hơn như: khả năng tuần hoàn vốn lưu động bị ứ đọng, phải chịu thêm chi phí lãi vay trong thời gian dài hơn, thiếu hụt tiền mặt, giảm khả năng thanh toán... Như vậy, không những không mang lại hiệu quả tốt như mong muốn mà chính sách đòn bẩy tài tính hiện tại còn chứa đựng nguy cơ rủi ro tiềm ẩn về mặt an toàn tài chính và gánh nặng lãi vay hiện hữu đối với công ty. Vì vậy công ty nên xem xét lại chiến lược kinh doanh và sử dụng tài sản – nguồn vốn của mình, cân nhắc việc tăng cường tài sản có thực sự cần thiết và hợp lý hay không.

Một số vấn đề nhỏ khác khi phân tích tình hình thanh toán của công ty và nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng tài sản, đó là kết quả cho thấy rằng khả năng thanh toán nhanh hiện ở mức hơi thấp và số vòng quay tổng tài sản, số vòng quay tài sản lưu động vẫn chưa đạt trở lại mức hiệu quả. Về khả năng thanh toán nhanh, trên thực tế công ty vẫn có thể chịu tổn thất khi thanh lý lượng hàng tồn kho với giá thấp để thanh toán các khoản nợ nếu cần thiết nên vấn đề này chưa đến mức quá nghiêm trọng, nhưng công ty vẫn nên chú ý hơn đến chỉ tiêu này. Còn về hai chỉ tiêu số vòng quay, tuy không ở mức thấp nguy hiểm công ty nên hướng tới cải thiện hai chỉ tiêu này sao cho đạt được mức hiệu quả đối với tình hình thực tế của công ty là mức  $>1$  vòng.

Những kết quả phân tích thu được từ đề tài nghiên cứu đã chỉ ra các vấn đề đã và đang tồn tại trong hiệu quả kinh doanh của công ty TNHH một thành viên thương mại và dịch vụ Cao Trụ. Những vấn đề này sẽ là nền tảng cơ sở cho các giải pháp đề ra nhằm cải thiện hiệu quả kinh doanh của công ty Cao Trụ ở chương tiếp theo.

### **CHƯƠNG 3. CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ CAO TRỤ**

Trong chương này, ngoài việc đưa ra những giải pháp về nâng cao hiệu quả kinh doanh dựa trên những kết quả phân tích tài chính đã thu được từ chương 2, chúng ta sẽ sử dụng cả kết quả từ phân tích theo mô hình SWOT, một công cụ hữu hiệu đánh giá về hiệu quả năng lực hoạt động và vị thế của công ty Cao Trụ dựa trên các yếu tố bên trong và các tác động của yếu tố bên ngoài đến công ty, từ những đánh giá này sẽ đề xuất cho công ty một số giải pháp khác về mặt chiến lược phù hợp dựa trên ưu thế của mình để tận dụng các cơ hội thị trường và phát triển.

#### **3.1. Các giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh**

Vấn đề nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp là một vấn đề có ý nghĩa hết sức quan trọng mà mọi doanh nghiệp đều phải quan tâm. Theo đó, doanh nghiệp phải thường xuyên theo dõi, phân tích, đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp qua các kỳ kinh doanh để làm căn cứ đưa ra các biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh trong các kỳ tiếp theo. Ngoài ra, muốn đạt hiệu quả kinh doanh, doanh nghiệp không chỉ có những biện pháp sử dụng nguồn lực bên trong mà còn phải thường xuyên phân tích sự biến động của môi trường kinh doanh, qua đó phát hiện và tìm kiếm cơ hội trong kinh doanh của mình. Để giải quyết vấn đề nâng cao hiệu quả kinh doanh của công ty TNHH MTV thương mại và dịch vụ Cao Trụ, qua phân tích em xin đề xuất một số giải pháp như sau:

##### **3.1.1. Giảm thiểu chi phí và nâng cao lợi nhuận**

Trong phương trình doanh thu – chi phí – lợi nhuận, muốn đạt được lợi nhuận cao thì ngoài việc nâng cao doanh thu, công tác phải làm song song là giảm chi phí. Vấn đề cần giải quyết cấp thiết nhất của công ty chính là giảm thiểu chi phí đến từ giá vốn hàng bán luôn chiếm tỷ trọng rất cao trong chi phí, nguyên nhân chính làm giảm lợi nhuận, sau đó là các giải pháp khác để tăng doanh thu và lợi nhuận. Để làm được điều này thì công ty có thể thực hiện đồng thời một số biện pháp sau:

Một là, giảm thiểu sự ảnh hưởng về giá của giá vốn hàng bán bằng cách đa dạng hóa nguồn hàng đầu vào, tìm kiếm những chủ hàng có mức giá tốt và ưu đãi hơn, các mặt hàng thay thế tương đương với mức giá tốt hơn. Một nguồn hàng thay thế tiềm năng ví dụ như nguồn hàng từ Trung quốc – có đặc điểm giá trị sử dụng không quá thấp nhưng giá cả rẻ hơn, hợp lý hơn đối với người tiêu dùng có nhu cầu nhưng hạn hẹp về khả năng chi trả. Thêm nữa có thể tận dụng ưu thế địa lý có cửa khẩu ngay tại thành phố Lào Cai, giảm thiểu chi phí vận chuyển, tăng cường thêm khả năng cạnh tranh về giá hơn.



Hai là, tiết kiệm chi phí trong việc mua hàng, không mua hàng lẻ tẻ với số lượng nhỏ để giảm chi phí vận chuyển cũng như chi phí thu mua. Khi nhập hàng cũng nên tranh thủ các khoản giảm giá khi mua với số lượng lớn và nếu có thể thì thanh toán sớm để được hưởng thêm chiết khấu thanh toán từ người bán. Từ những điều này cũng có thể giảm bớt phần nào chi phí mua hàng.

Ba là, ngoài việc ưu tiên giảm thiểu chi phí thì song song với đó là tiếp tục tăng cường hơn nữa doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ. Mức doanh thu hiện tại của công ty đã khá cao nhưng vẫn cần tiếp tục đẩy mạnh hoạt động bán hàng của mình để có thể cải thiện được lợi nhuận. Những chương trình xúc tiến bán hàng sẽ cần thiết cho công ty để quảng bá thêm về hình ảnh, thương hiệu, uy tín của mình, bên cạnh đó cung cấp, cập nhật các thông tin về sản phẩm và dịch vụ của mình cho khách hàng. Các chương trình giảm giá mùa hè hoặc khuyến mãi tết đặc biệt sẽ đánh đúng tâm lý tiêu dùng của khách hàng, kích cầu đối với hàng hóa dịch vụ của công ty qua đó tăng được thêm doanh thu. Định giá hợp lý cho hàng hóa dịch vụ cũng giúp thu hút thêm khách hàng và tăng doanh thu. Các dự án mà công ty tham gia đấu thầu cũng đem lại nguồn doanh thu lớn cho doanh nghiệp, vì vậy tích cực tìm kiếm và giành được các gói thầu lớn cũng đóng vai trò thiết yếu trong biện pháp tăng doanh thu này.

Bốn là, đối với chi phí quản lý doanh nghiệp, xây dựng định mức sử dụng điện, nước, điện thoại, lập dự toán chi phí ngắn hạn giúp công tác quản lý chi phí cụ thể hơn. Thực hiện công khai chi phí đến từng bộ phận liên quan để đề ra biện pháp cụ thể tiết kiệm chi phí, ví dụ: đối với chi phí văn phòng phẩm, tuy nhiên không khống chế nó ở mức quá thấp vì nó chỉ hỗ trợ cho văn phòng làm việc, hoặc đối với chi phí hội họp, tiếp khách, doanh nghiệp cần lập ra một biên độ dao động thích hợp, đúng mục đích và có hiệu quả. Nâng cao ý thức tiết kiệm trong cán bộ, công nhân viên, xây dựng quy chế thưởng phạt về sử dụng tiết kiệm hoặc lãng phí tài sản của doanh nghiệp.

### **3.1.2. Sử dụng tài sản và nguồn vốn hợp lý hơn**

Hiện tại công ty đã đầu tư thêm một lượng rất lớn tài sản cho mục đích kinh doanh nhưng điều này chưa thực sự đem lại hiệu quả lợi nhuận mong muốn. Vì vậy, ngoài việc cố gắng lợi nhuận của mình công ty còn cần cân nhắc lại lượng tài sản mình nên sử dụng hợp lý là bao nhiêu để đem lại hiệu quả tối ưu mà vừa tiết kiệm chi phí vay vốn hơn. Nhạy bén và linh hoạt hơn đối với cầu thị trường, giảm thiểu đầu tư tài sản không cần thiết và đồng thời tăng thêm được lợi nhuận sẽ đem lại cho công ty một hiệu quả sử dụng tài sản cao hơn, từ đó có thể tăng thêm khả năng thu hút đầu tư và hợp tác kinh doanh từ bên ngoài, đồng thời giảm bớt nhu cầu về vốn vay hiện tại. Như đã phân tích để tài trợ thêm cho tài sản ngắn hạn mà cụ thể là hàng tồn kho thì công ty đã liên tục sử dụng một chính sách đòn bẩy tài chính rất lớn để tài trợ cho lượng hàng này. Giảm bớt lượng tài sản không cần thiết cũng giúp công ty không phải sử dụng

đòn bẩy tài chính quá nhiều nữa, áp lực trả lãi vay cho các khoản vay ngắn hạn cũng sẽ giảm, phần nào giảm chi phí kinh doanh và tăng thêm lợi nhuận, từ đó cũng tránh được cái rủi ro tài chính khi phải vay nợ quá nhiều.

Gần đây Lào Cai đã có những chính sách hỗ trợ đối với các doanh nghiệp đang gặp khó khăn của tỉnh. Đây là một cơ hội tốt cho doanh nghiệp để nhận được những chính sách rất có lợi này, trong đó có cả việc tiếp cận được với nguồn vốn ưu đãi hơn thay thế cho các nguồn vốn vay hiện tại đang có lãi suất cao hơn khá nhiều.

### **3.1.3. Cải thiện khả năng thanh toán**

Khả năng thanh toán của công ty luôn trong trạng thái khá an toàn do được đảm bảo bởi rất nhiều tài sản ngắn hạn, tuy nhiên công ty vẫn cần cải thiện khả năng thanh toán nhanh của mình bằng cách giữ lại tiền và các khoản tương đương tiền và tiền gửi ngân hàng nhiều hơn. Phần lớn lượng tiền mặt cũng nên chuyển đổi sang dạng tiền gửi ngân hàng để nhận thêm lãi suất tiền gửi, vừa có thể tạo thêm khả năng thanh toán tức thời nhanh hơn.

### **3.1.4. Cải thiện số vòng quay tài sản**

Để cải thiện số vòng quay tài sản công ty có thể thực hiện 2 biện pháp sau: một là tiếp tục đẩy mạnh hoạt động kinh doanh để tăng cường thêm nhiều doanh thu hơn nữa; hai là giảm thiểu số lượng tài sản sử dụng trong kinh doanh xuống một mức hợp lý hơn như đã đề cập ở phần trên. Tối ưu nhất là công ty thực hiện được đồng thời hai biện pháp này, không tăng hoặc cắt giảm được tài sản sử dụng nhưng vẫn tạo được ra doanh thu nhiều hơn, như sẽ cải thiện tối đa số vòng quay tài sản và đem lại hiệu quả sử dụng tài sản cao nhất.

## **3.2. Các giải pháp khác về chiến lược kinh doanh từ phân tích SWOT**

Qua những phân tích từ mô hình SWOT, em xin đề xuất các chiến lược sau dành cho công ty:

### **3.2.1. Chiến lược SO (Strengths – Opportunities)**

Là các chiến lược dựa trên ưu thế của công ty để tận dụng các cơ hội thị trường:

*Giữ vững thị trường hiện có, thâm nhập vào thị trường mới:* Công ty cần duy trì các khách hàng truyền thống để đảm bảo có lượng khách hàng ổn định, luôn có đơn đặt hàng để duy trì kinh doanh. Hiện tại công ty luôn đáp ứng tốt được nhu cầu của khách hàng và cần tiếp tục phát huy điều này, có thể đưa ra thêm một số ưu đãi dành cho các khách hàng lâu năm. Với uy tín và những điểm mạnh khác, cùng với những cơ hội mà công ty đang có thì sẽ rất thuận lợi cho việc mở rộng thị trường ra các tỉnh thành lân cận với tỉnh Lào Cai.

*Tiếp tục đa dạng hóa các loại sản phẩm:* đa dạng các mặt hàng sẽ giúp cho công ty có thêm nhiều cơ hội làm tăng doanh thu. Mở rộng kinh doanh các mặt hàng được



người tiêu dùng ưa chuộng. Muốn làm được điều này công ty cần hợp tác chặt chẽ hơn với những nhà sản xuất có sản phẩm được người tiêu dùng ưa chuộng, như vậy có thể giảm phần nào giá vốn, tăng doanh thu cho cả đôi bên.

Để đẩy mạnh sản lượng bán ra có hiệu quả và phù hợp với thị trường thì công ty nên có thêm hoạt động kế toán quản trị để có thể thống kê, dự đoán, ước tính số cầu của từng thị trường là bao nhiêu, sản phẩm ưa chuộng của từng thị trường...

### **3.2.2. Chiến lược WO (Weaknesses – Opportunities)**

Là các chiến lược dựa trên khả năng vượt qua các yếu điểm của công ty để tận dụng cơ hội thị trường:

*Đầu tư thêm vốn chủ sở hữu:* Lượng vốn CSH hiện tại chưa thể thoải mái được nhu cầu sử dụng vốn của công ty, thêm nữa chi phí vay vốn cao đang khiến cho công ty chịu thâm hụt lớn trong lợi nhuận. Vì vậy, công ty nên xem xét chiến lược đầu tư thêm vào nguồn vốn CSH này sẽ vừa tiết kiệm được chi phí hơn, vừa đảm giảm thiểu rủi ro về mặt tài chính.

*Sử dụng lao động thuê ngoài:* Vào những khoảng thời gian lượng công việc của công ty tăng đột biến như đợt bán hàng trước Tết hoặc thực hiện dự án, công ty nên áp dụng chiến lược thuê thêm một số nhân viên theo thời vụ, chỉ làm việc trong thời gian ngắn mà công ty cần thiết. Việc này sẽ giúp giảm gánh nặng và áp lực công việc đối với toàn thể nhân viên công ty hiện tại, mà chi phí dành thêm cho nhân lực cũng không tăng thêm đáng kể, cải thiện được hiệu quả công việc.

### **3.2.3. Chiến lược ST (Strengths – Threats)**

Là các chiến lược dựa trên ưu thế của của công ty để tránh các nguy cơ của thị trường:

Dựa trên các điểm mạnh của mình, các nguy cơ đối với công ty không quá đáng lo ngại. Tuy giá vốn hàng bán liên tục tăng khiến giá bán sản phẩm cũng tăng theo và ngày càng xuất hiện nhiều đối thủ cạnh tranh hơn nhưng khách hàng vẫn tiếp tục mua hàng và trung thành với công ty Cao Tru. Do đó, chiến lược phù hợp của công ty là tiếp tục giữ gìn và phát huy các thế mạnh của mình. Có như vậy dù thị trường có biến động thì công ty vẫn có thể vững vàng phát triển.

### **3.2.4. Chiến lược WT (Weaknesses – Threats)**

Là các chiến lược dựa trên khả năng vượt qua hoặc hạn chế tối đa các yếu điểm của công ty để tránh các nguy cơ của thị trường:

*Chủ động trong nguồn vốn:* Trong trường hợp thị trường vốn biến động khiến chi phí vay vốn ngày càng tăng cao thì việc tự chủ trong nguồn vốn là sẽ điều cần thiết nhất đối với công ty. Ngoài chiến lược tự tăng cường nguồn vốn CSH thì việc tự tìm ra các nguồn vốn vay khác có chi phí thấp hơn hoặc được hưởng ưu đãi nào đó, ví dụ như

nguồn vốn hỗ trợ doanh nghiệp của tỉnh sẽ tránh được những nguy cơ về nhu cầu vốn đến từ thị trường.

Hi vọng với những giải pháp và chiến lược đã đề ra sẽ giúp công ty TNHH một thành viên thương mại và dịch vụ Cao Trụ sẽ nâng cao được hiệu quả hoạt động kinh doanh nhiều hơn nữa so với hiện tại, ngày càng phát triển mạnh mẽ và vững vàng, đạt được nhiều thành công trong tương lai.

## KẾT LUẬN

Trong bối cảnh nền kinh tế thị trường như hiện nay các doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển thì hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp đó phải thực sự có hiệu quả. Để đạt được những hiệu quả ngày càng cao trong sản xuất kinh doanh thì doanh nghiệp phải thường xuyên phân tích hiệu quả hoạt động kinh doanh để có cái nhìn toàn diện, đúng đắn về khả năng sức mạnh cũng như những hạn chế của mình giúp doanh nghiệp xác định đúng mục tiêu cũng như những chiến lược kinh doanh phù hợp nhằm đem lại hiệu quả kinh doanh ngày càng cao.

Tình hình trong nước và thế giới không mấy thuận lợi cho sự tồn tại và phát triển của công ty và đã tạo ra không ít những khó khăn thách thức như: chi phí đầu vào tăng cao, thị trường ngày càng có nhiều đối thủ kinh doanh lớn nhỏ tham gia, tạo nên sự cạnh tranh khốc liệt,... Tập thể công ty luôn nỗ lực và phấn đấu hoàn thành các chỉ tiêu kế hoạch đã đề ra, cố gắng vượt qua các khó khăn, thách thức, tận dụng các cơ hội đưa hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty phát triển bền vững và mạnh mẽ hơn.

Qua phân tích hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty, ta thấy được công ty cần tích cực chủ động tăng cường hiệu quả trong việc duy trì, phát triển mở rộng hoạt động kinh doanh, tích cực tìm kiếm, mở rộng thị trường hơn nữa, giảm bớt các chi phí không cần thiết, nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực, có những giải pháp vượt qua khó khăn, khủng hoảng, đưa doanh thu và lợi nhuận tăng cao qua hàng năm. Các tồn tại, hạn chế về hiệu quả hoạt động kinh doanh mà công ty cần chú ý hơn nữa như chi phí kinh doanh, giá vốn hàng bán quá cao, một số chỉ số tài chính chưa đạt hiệu quả cao như: tỷ suất ROA, ROE, ROS, khả năng thanh toán nhanh, số vòng quay tài sản... Vì vậy trong những năm tới công ty cần khắc phục các hạn chế này đưa hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty tăng cao hơn.

Trong thời gian ngắn thực tập tại Công ty TNHH một thành viên thương mại và dịch vụ Cao Trụ em còn rất nhiều bỡ ngỡ và thiếu sót trong công việc. Tuy nhiên được sự chỉ bảo tận tình của các cô chú, các anh chị em trong công ty cho nên em đã hoàn thành bài khóa luận tốt nghiệp này, tuy còn có nhiều thiếu sót nhưng em đã cố gắng hết sức mình. Vì vậy em mong các thầy (cô) góp ý và giúp đỡ em hoàn thiện bài báo cáo này được tốt hơn nữa.

Em xin chân thành cảm ơn tất cả thành viên trong công ty Cao Trụ và thầy giáo – TS. Trần Đình Toàn đã giúp đỡ em trong thời gian qua!

Hà Nội, ngày 17 tháng 05 năm 2014

Sinh viên thực hiện

**Trần Tuấn Nhật**

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. PGS. TS. Nguyễn Trọng Cơ, TS. Nghiêm Thị Thà, 2009, Phân tích tài chính doanh nghiệp – Lý thuyết và thực hành.
  2. PGS. TS. Phạm Thí Gái, 2004, Phân tích hoạt động kinh doanh, NXB Thống Kê, Hà Nội, trang 5.
  3. Trần Hải Hà, 2012, Phân tích hiệu quả hoạt động kinh doanh tại công ty TNHH được phẩm An Thiên, 2012.
  4. TS. Trịnh Văn Sơn, 2005, Phân tích hoạt động kinh doanh, Đại học Kinh tế Huế, Chương 1 – trang 4.
  5. TS. Trịnh Văn Sơn, Đào Nguyên Phi, 2006, Phân tích hoạt động kinh doanh, Đại học Kinh tế Huế, Chương 1 – trang 8.
  6. Đào Văn Thanh, 2010, Phân tích và giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty Than kho vận Đá Bạc, 2009.
  7. Hoàng Thanh Thúy, 2006, Phân tích hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty Xuất nhập khẩu lâm thủy sản Bến Tre, 2006.
  8. Trường đại học xây dựng miền Trung – Khoa kinh tế, Giáo trình thống kê doanh nghiệp, trang 110.
  9. Golden Star, 2013, Đòn bẩy tài chính, <http://ketoansaovang.com.vn/vn/tin-tuc/149/don-bay-tai-chinh.html>, 18/01/2013.
  10. Ủy ban chứng khoán nhà nước, 2009, Các phương pháp chủ yếu sử dụng trong phân tích Báo cáo tài chính Doanh nghiệp, <http://www.ssc.gov.vn/>, 10/12/2009.
  11. Wikipedia, 2014, [http://vi.wikipedia.org/wiki/Trang\\_Ch%C3%ADnh](http://vi.wikipedia.org/wiki/Trang_Ch%C3%ADnh), 14/5/2014.
- Và một số tài liệu tham khảo, thông tin được thu thập từ internet khác.

## **PHỤ LỤC**

### **Một số thông tin về công ty TNHH MTV thương mại và dịch vụ Cao Trụ**

- Tên công ty: **Công ty TNHH Một Thành Viên Thương Mại Và Dịch Vụ Cao Trụ**
- Tên giao dịch quốc tế: **CAO TRU SERVICE AND TRADING COMPANY LIMITED**
- Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 5300370258, do Sở kế hoạch và đầu tư Tỉnh Lào Cai cấp ngày 02/04/2010
- Trụ sở chính: Số 184 – Phường Nguyễn Huệ – Phố Mới – Lào Cai
- Văn phòng giao dịch: Số 184 –186 – 188 Nguyễn Huệ - Phố Mới – Lào Cai
- Điện thoại: 84–020.3837.768; 84–020.3832.956
- Fax : 84–020.3837086
- Website: [www.dienmaycaotru.com.vn](http://www.dienmaycaotru.com.vn) – [www.caotru.com.vn](http://www.caotru.com.vn)
- Người đại diện theo pháp luật của Công ty: Giám đốc Cao Thành Đạt

### **Tình hình lao động tại công ty TNHH MTV TM & DV Cao Trụ**

Trong mô hình công ty TNHH một thành viên, số lượng nhân viên trong công ty thường khá hạn hẹp, mỗi nhân viên trong công ty kể cả Giám đốc đều phải đảm nhận cùng lúc hoặc xen kẽ nhiều công việc và vai trò khác nhau, công ty Cao Trụ cũng không nằm ngoài ngoại lệ này. Cơ cấu nhân sự của công ty bao gồm 7 nhân viên, trong đó nhân sự chủ chốt là:

- Giám đốc Cao Thành Đạt:
  - + Trình độ: Đại Học
  - + Kỹ sư Công nghệ thông tin
  - + Chứng nhận hành nghề Thiết kế, Chứng nhận Chuyên viên Cơ điện lạnh
  - + Chận hành nghề Quản lý đấu thầu
  - + Năm tốt nghiệp: 2003
- Phó giám đốc Bùi Thị Minh Trang:
  - + Trình độ: Đại Học
  - + Kỹ sư Công nghệ thông tin, Cử nhân kinh tế, Chứng nhận viên kế toán
  - + Chứng chỉ chuyên ngành Giám đốc điều hành
  - + Chứng chỉ Kỹ năng quản lý con người
  - + Chứng nhận hành nghề Quản lý dự án
  - + Chứng nhận hành nghề Đấu thầu
  - + Năm tốt nghiệp: 2002

Ngoài ra, công ty còn có 1 nhân viên kế toán, 1 Trưởng bộ phận Quản lý dự án và 3 nhân viên Kỹ thuật.

*Chế độ lương thưởng:* Ngoài trừ Giám đốc và Phó giám đốc, lương trung bình của các nhân viên còn lại trong công ty khoảng 6 triệu đồng/tháng, được trả bằng tiền mặt vào ngày 28 hàng tháng. Thực lĩnh bằng lương cơ bản trừ đi các khoản giảm trừ (bảo hiểm y tế, bảo hiểm xã hội, thuế thu nhập cá nhân, bảo hiểm thất nghiệp). Tiền thưởng thường được phát vào trước kỳ nghỉ Tết Âm lịch, tùy thuộc vào kết quả kinh doanh và những đóng góp của nhân viên trong năm.

*Chế độ làm việc:* Ngày làm việc 8 giờ và được nghỉ ngày chủ nhật. Công ty thực hiện đóng BHXH, BHYT cho toàn bộ cán bộ nhân viên theo qui định nhà nước.

*Chính sách đãi ngộ:* Quan tâm, thăm hỏi, động viên nhân viên khi họ gặp ốm đau. Hàng tháng công ty vẫn thường xuyên tổ chức cho toàn thể nhân viên một bữa ăn chiều đãi thân mật với mục đích tăng tinh thần làm việc và tình đoàn kết giữa các thành viên trong công ty.

## Bảng Báo cáo kết quả kinh doanh giai đoạn 2011–2013

Đơn vị tính: VNĐ

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	12.329.741.931	11.052.762.435	13.216.055.909
2. Các khoản giảm trừ doanh thu	28.272.727		
3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch	12.301.469.204	11.052.762.435	13.216.055.909
4. Giá vốn hàng bán	10.741.665.447	10.215.150.042	12.486.714.787
5. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	1.559.803.757	837.612.393	729.341.121
6. Doanh thu hoạt động tài chính	987.600	1.688.446	2.222.226
7. Chi phí tài chính	160.711.361	304.744.511	143.903.390
- Trong đó: Chi phí lãi vay	160.711.361	304.744.511	143.903.390
8. Chi phí quản lý kinh doanh	1.045.359.549	522.597.255	538.810.990
9. Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh	354.720.447	11.959.073	48.848.966
10. Thu nhập khác	(52.129.920)	104.346.941	16.232.818
11. Chi phí khác	20.069.091	91.450.024	8.805.259
12. Lợi nhuận khác	(72.199.011)	12.896.917	7.427.559
13. Tổng lợi nhuận kết toán trước thuế	282.521.436	24.855.990	56.276.525
14. Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp			
15. Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp	282.521.436	24.855.990	56.276.525

(Nguồn: Phòng Tài chính – Kế toán)



**Bảng Cân đối kế toán giai đoạn 2011–2013**

Đơn vị tính: VNĐ

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013
<b>TÀI SẢN</b>			
<b>A – TÀI SẢN NGẮN HẠN</b>	9.926.819.276	16.180.916.833	16.011.125.744
<b>I. Tiền và các khoản tương đương tiền</b>	471.518.190	136.769.426	211.575.582
<b>II. Đầu tư tài chính ngắn hạn</b>			
<b>III. Các khoản phải thu ngắn hạn</b>	2.636.078.689	3.258.301.304	3.408.822.488
1. Phải thu của khách hàng	2.411.452.009	2.440.094.010	3.173.291.011
2. Trả trước cho người bán	224.626.680	818.207.294	235.531.477
<b>IV. Hàng tồn kho</b>	6.813.514.287	12.568.533.844	11.071.057.010
1. Hàng tồn kho	6.813.514.287	12.568.533.844	11.071.057.010
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho			
<b>V. Tài sản ngắn hạn khác</b>	5.708.110	217.312.259	1.319.670.664
1. Thuế GTGT được khấu trừ	5.708.110	217.312.259	1.319.670.664
2. Thuế và các khoản khác phải thu Nhà nước			
3. Tài sản ngắn hạn khác			
<b>B – TÀI SẢN DÀI HẠN</b>	199.620.196	497.843.416	431.057.118
<b>I. Tài sản cố định</b>	114.544.842	441.029.854	364.510.222
1. Nguyên giá	143.272.727	465.041.727	477.041.727
2. Giá trị hao mòn lũy kế	(28.727.885)	(24.011.873)	(112.531.505)
3. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang			
<b>II. Bất động sản đầu tư</b>			
<b>III. Các khoản đầu tư tài chính dài hạn</b>			

<b>IV. Tài sản dài hạn khác</b>	85.075.354	56.813.562	66.546.896
1. Phải thu dài hạn	85.075.354		
2. Tài sản dài hạn khác		56.813.562	66.546.896
3. Dự phòng phải thu dài hạn khó đòi			
<b>TỔNG TÀI SẢN</b>	10.126.439.472	16.678.760.249	16.442.182.862
<b>NGUỒN VỐN</b>			
<b>A – NỢ PHẢI TRẢ (300 = 310 + 320)</b>	6.204.646.804	12.732.111.591	12.803.057.679
<b>I. Nợ ngắn hạn</b>	6.204.646.804	12.732.111.591	12.803.057.679
1. Vay ngắn hạn	5.796.000.000	8.441.000.000	8.801.000.000
2. Phải trả cho người bán	408.646.804	282.746.591	544.491.687
3. Người mua trả tiền trước		4.008.365.000	2.135.960.000
4. Thuế và các khoản phải nộp nhà nước			1.321.605.992
<b>II. Nợ dài hạn</b>			
<b>B – VỐN CHỦ SỞ HỮU</b>	3.921.792.668	3.946.648.658	4.002.925.184
<b>I. Vốn chủ sở hữu</b>	3.921.792.668	3.946.648.658	4.002.925.184
1. Vốn đầu tư của chủ sở hữu	3.600.000.000	3.600.000.000	3.600.000.000
2. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	321.792.668	346.648.658	402.925.184
<b>II. Quỹ khen thưởng, phúc lợi</b>			
<b>TỔNG NGUỒN VỐN</b>	10.126.439.472	16.678.760.249	16.805.982.863

(Nguồn: Phòng Tài chính – Kế toán)