

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

TRƯỜNG ĐẠI HỌC GIAO THÔNG VẬN TẢI TP. HỒ CHÍ MINH

KHOA KINH TẾ VẬN TẢI

LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP

Đề tài:

PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG SẢN
XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH
GIAO NHẬN NĂM SAO VÀNG
(FGS LOGISTICS CO., LTD) NĂM 2010

161

TRƯỜNG ĐẠI HỌC GTVT TP. HCM
THƯ VIỆN

~~KT HC CT 2011~~

SVTH : PHẠM VŨ Y NHI

Khóa lớp : KT07HC

GVHD : THS ĐẠO THỊ THANH VÂN

TP. Hồ Chí Minh, tháng 03/2011

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc Lập - Tự Do - Hạnh Phúc

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO - BỘ GIAO THÔNG VẬN TẢI
ĐẠI HỌC GIAO THÔNG VẬN TẢI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH



Khoa : KINH TẾ VẬN TẢI

Bộ môn : KINH TẾ - TÀI CHÍNH

NHIỆM VỤ THIẾT KẾ TỐT NGHIỆP

Họ và tên sinh viên : **PHẠM VŨ Y NHÌ**

Lớp : KT07HC

Khóa :

Tên đề tài : **PHÂN TÍCH KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA
CÔNG TY TNHH GIAO NHẬN NẠM SAO VÀNG NĂM 2010**

(FGS LOGISTICS CO.,LTD)

Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ thiết kế tốt nghiệp (Về lý luận, thực tiễn, tiến trình cần tính toán và các bản vẽ)

- + Cơ sở lý luận
- + Giới thiệu về công ty
- + Phân tích kết quả sản xuất kinh doanh của công ty THHH giao nhận năm sao vàng năm 2010
- Đánh giá chung
- Phân tích tình hình thực hiện sản lượng
- Phân tích doanh thu
- Phân tích tình hình thực hiện chi phí
- Phân tích tình hình thực hiện lợi nhuận và tỷ suất lợi nhuận
- + Giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh

Các số liệu cần thiết để thiết kế :
Các tài liệu có liên quan

CÁC CÁN BỘ HƯỚNG DẪN THIẾT KẾ TỐT NGHIỆP

Người hướng dẫn thứ nhất : Đào Thị Thanh Vân

Nội dung hướng dẫn : Toàn bộ

Người hướng dẫn thứ hai :

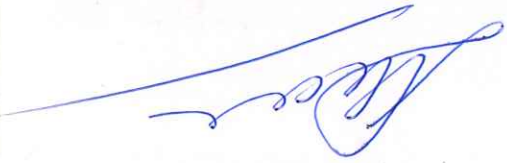
Nội dung hướng dẫn :

Địa điểm thực tập tốt nghiệp : Công ty TNHH giao nhận năm Sao Vàng

Nhiệm vụ thiết kế tốt nghiệp được giao ngày :tháng :năm
và đã hoàn thành xong trước ngày : 27 tháng : 3.năm : 2011

Đã nhận nhiệm vụ TKTN
Sinh viên

Cán bộ hướng dẫn TKTN



Đào Thị Thanh Vân

Thành phố hồ chí minh, ngàytháng : 3.....năm 2011
TS. Nguyễn Văn Bhu



PHÓ HIỆU TRƯỞNG
TS. Nguyễn Văn Bhu

PHÂN NHẬN XÉT TỌM TẤT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

1. Tinh thần thái độ, sự cố gắng trong quá trình làm việc kế tốt nghiệp của sinh viên :

- Tích cực, chịu khó trong quá trình học tập
- Học hành đúng tiến độ

2. Đánh giá về chất lượng của công trình TKTN (so với nội dung yêu cầu đã đề ra trong nhiệm vụ TKTN trên các mặt : lý luận, thực tiễn, tính toán giá trị sử dụng, chất lượng bản vẽ,...)

Đuân văn đã giải quyết được các nội dung yêu cầu; Thu thập tài liệu phong phú.
Trình bày rõ ràng.

3. Cho điểm của cán bộ hướng dẫn :

(Điểm ghi bằng số và bằng chữ)

Đuân văn kiến tạo

Ngày 22 tháng 3 năm 2011
Cán bộ hướng dẫn chính
(Họ tên và chữ ký)

Th.S. Đào Thị Thanh Vân

NHẬN XÉT ĐÁNH GIÁ CỦA CÁN BỘ CHẤM PHẢN BIỆN **CÔNG TRÌNH THIẾT KẾ TỐT NGHIỆP**

1. Đánh giá chất lượng của công trình thiết kế tốt nghiệp về các mặt thu thập và phân tích số liệu ban đầu, cơ sở lý luận chọn phương án tối ưu, cách tính toán, chất lượng thuyết minh và bản vẽ, giá trị lý luận và thực tiễn của công trình.

Sinh viên đã biết vận dụng lý thuyết phân tích về giá trị quyết các yêu cầu các nhiệm vụ thiết kế. Tuy nhiên kết quả thiết kế phân tích: sai lệch, sai lý thuyết, chưa chính xác, chưa đúng quy định.

2. Cho điểm của cán bộ chấm phản biện :

Điểm là :

Ngày : ... tháng : ... năm 2011
 Học vị, chức vụ, họ tên và chữ ký của cán bộ chấm đồ án


 TS. Phạm Thị Nga

LỜI MỞ ĐẦU



Kinh tế xã hội ngày càng phát triển, các hoạt động kinh doanh ngày càng đa dạng và phong phú hơn. Do đó việc xem xét lại và đánh giá quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp là một vấn đề cần thiết hiện nay. Thông qua việc đánh giá không chỉ giúp cho doanh nghiệp nắm bắt được tình hình hoạt động của công ty mà còn dùng để đánh giá dự án đầu tư, tính toán mức độ thành công trước khi bắt đầu một kế hoạch kinh doanh hay đầu tư mới.

Ngoài ra, việc xem xét, đánh giá tình hình hoạt động kinh doanh không chỉ được quan tâm bởi các nhà quản trị mà còn nhiều đối tượng kinh tế khác liên quan đến doanh nghiệp. Dựa trên những chỉ tiêu kế hoạch, doanh nghiệp có thể định tính trước khả năng sinh lời của hoạt động, từ đó phân tích và dự đoán trước mức độ thành công của kết quả kinh doanh. Qua đó, hoạt động kinh doanh không chỉ là việc đánh giá kết quả mà còn là việc kiểm tra, xem xét trước khi bắt đầu quá trình kinh doanh nhằm hoạch định chiến lược tối ưu.

Để đạt được kết quả cao nhất trong kinh doanh, các doanh nghiệp cần phải xác định phương hướng, mục tiêu trong đầu tư, biện pháp sử dụng các điều kiện vốn có về các nguồn nhân tài, vật lực. Muốn vậy, các doanh nghiệp cần nắm được các nhân tố ảnh hưởng, mức độ và xu hướng tác động của từng nhân tố đến kết quả kinh doanh.

Trong quá trình thực hiện đề tài, cùng với sự hướng dẫn của ThS. Đào Thanh Vân, tôi đã có thời gian học tập, thu thập tài liệu để tôi có thể hoàn thành đề tài: “Phân tích tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của Công Ty TNHH Giao Nhân Sao Vàng (FGS Logistics Co., Ltd) năm 2010”.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH.

1.1. Những vấn đề cơ bản của việc phân tích hoạt động kinh

doanh.

1.1.1 Khái niệm

“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”.

“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 DN”.

Phân tích hoạt động kinh doanh gắn liền với mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của con người. Ban đầu, trong điều kiện sản xuất kinh doanh chưa phát triển, yêu cầu thông tin cho quản lý doanh nghiệp chưa nhiều, chưa phức tạp, công việc phân tích cũng được tiến hành chỉ là những phép tính cộng trừ đơn giản. Khi nền kinh tế càng phát triển, những đòi hỏi về quản lý kinh tế không ngừng tăng lên. Để đáp ứng nhu cầu quản lý kinh doanh ngày càng cao và phức tạp, phân tích hoạt động kinh doanh được hình thành và ngày càng được hoàn thiện với hệ thống lý luận độc lập.

Phân tích như là một hoạt động thực tiễn, vì nó luôn đi trước quyết định và là cơ sở cho việc ra quyết định. Phân tích kinh doanh như là một ngành khoa học, nó nghiên cứu một cách có hệ thống toàn bộ hoạt động sản xuất, kinh doanh để từ đó đề xuất những giải pháp hữu hiệu cho mỗi doanh nghiệp.

Như vậy, Phân tích kinh doanh là quá trình nhận biết bản chất và sự tác động của các mặt của hoạt động kinh doanh, là quá trình nhận thức và cải tạo hoạt động kinh doanh một cách tự giác và có ý thức, phù hợp với điều kiện cụ thể của từng doanh nghiệp và phù hợp với yêu cầu của các quy luật kinh tế khách quan nhằm mang lại hiệu quả kinh doanh cao.

1.1.2. Mục đích.

Phân tích hoạt động kinh doanh nhằm nghiên cứu, phân tích, đánh giá tình hình kinh tế và nguyên nhân ảnh hưởng đến kết quả của tình hình đó. Kết quả phân tích là cơ sở dự báo, hoạch định chính sách và ra quyết định hoạt động kinh doanh của tất cả các loại hình doanh nghiệp trong nền kinh tế.

Phân tích hoạt động kinh doanh nhằm đánh giá kết quả và năng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh. Hiệu quả trên góc độ nền kinh tế mà người ta nhận thấy được là năng lực sản xuất, tiềm lực kinh tế, khả năng phát triển kinh tế nhanh hay chậm, khả năng nâng cao mức sống của nhân dân đất nước trên cơ sở khai thác hết các nguồn nhân tài và vật lực cũng như nguồn lực phát triển kinh tế của đất nước.

Phân tích hoạt động kinh doanh là môn học nghiên cứu, phân tích, đánh giá tình hình kinh tế và nguyên nhân ảnh hưởng đến kết quả của tình hình đó. Kết quả phân tích là cơ sở dự báo, hoạch định chính sách và ra quyết định hoạt động kinh doanh của tất cả các loại hình doanh nghiệp trong nền kinh tế.

Sau khi phân tích kết quả của hoạt động kinh doanh, việc gắn liền hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp với toàn xã hội giúp điều chỉnh mối quan hệ cung ứng – nhu cầu để có nhận biết cải tạo chất lượng sản phẩm, dịch vụ và quy mô hoạt động tốt nhất.

1.1.3 Vai trò

Phân tích hoạt động kinh doanh không chỉ là công cụ để phát hiện những tiềm năng trong kinh doanh, mà còn là công cụ cải tiến quy chất quản lý trong công ty.

Bất kỳ hoạt động kinh doanh trong các điều kiện khác nhau như thể nào đi nữa, cũng còn nhiều tiềm ẩn, khả năng tiềm tàng chưa được phát hiện. Chỉ có thể 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 thấy rõ nguyên nhân cùng nguồn gốc của 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 hạn chế trong doanh nghiệp của mình. Chính trên cơ sở này, doanh nghiệp sẽ xác định mục tiêu cùng các chiến lược kinh doanh đúng đắn.

Phân tích hoạt động kinh doanh là cơ sở quan trọng để ra các quyết định kinh doanh.

Phân tích hoạt động kinh doanh là công cụ quan trọng trong những chức năng quản trị có hiệu quả của doanh nghiệp.

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

Phân tích hoạt động kinh doanh là biện pháp quan trọng trong việc phòng ngừa rủi ro.

1.1.4. Ý nghĩa.

Phân tích hoạt động kinh doanh là công cụ quan trọng để phát hiện khả năng tiềm tàng trong hoạt động kinh doanh.

Thông qua phân tích hoạt động kinh doanh chúng ta mới thấy rõ được các nguyên nhân, nhân tố cũng như nguồn gốc phát sinh của các nguyên nhân và nhân tố ảnh hưởng, từ đó để có các giải pháp cụ thể và kịp thời trong công tác tổ chức và quản lý sản xuất. Do đó nó là công cụ cải tiến cơ chế quản lý trong kinh doanh.

Phân tích kinh doanh giúp 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 và chiến lược kinh doanh có hiệu quả.

Phân tích kinh doanh là công cụ quan trọng trong chức năng quản trị, là cơ sở để đề ra các quyết định đúng đắn trong chức năng quản lý, nhất là trong các chức năng kiểm tra, đánh giá và điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh trong doanh nghiệp.

Phân tích hoạt động kinh doanh là biện pháp quan trọng để phòng ngừa và ngăn chặn những rủi ro có thể xảy ra.

Tại liệu phân tích kinh doanh còn rất cần thiết cho các đối tượng bên ngoài, khi họ có các mối quan hệ về kinh doanh, 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...đối với doanh nghiệp nữa hay không?

1.2. Căn cứ phân tích:

Kết quả sản xuất kinh doanh được thể hiện thông qua các chỉ tiêu:

- Sản lượng hàng hóa .
- Doanh thu

So sánh là một phương pháp được sử dụng rất rộng rãi trong phân tích kinh doanh. Sử dụng phương pháp so sánh trong phân tích là đối chiếu các chỉ tiêu, các hiện tượng kinh tế đã được lượng hoá có cùng một nội dung, một tính chất tương tự để xác định xu hướng và mức độ biến động của các chỉ tiêu đó. Nó cho phép chúng ta tổng hợp được những nét chung, tách ra được những nét riêng của các hiện tượng kinh tế đưa ra so sánh, trên cơ sở đó đánh giá được các mặt phát triển hay các mặt kém phát triển, hiệu quả

1.4.1. Phương pháp so sánh.

1.4. Các phương pháp kỹ thuật phân tích.

mục đích phân tích.

- Phải sử dụng các phương pháp phân tích thích hợp để thử hiện các
- Phân tích trong sự vận động của hiện tượng kinh tế.
- Phân tích phải đảm bảo tính toàn diện, khách quan, triệt để.

hiện tượng kinh tế.

- Phân tích phải thực hiện trong mối quan hệ qua lại chặt chẽ giữa các

phân tích chi tiết từng khía cạnh của hiện tượng kinh tế.

- Phân tích bao giờ cũng xuất phát từ việc đánh giá chung, sau đó mới

những nguyên tắc sau:

Phân tích hoạt động kinh tế dù ở phạm vi nào cũng phải tuân theo

1.3. Nguyên tắc phân tích:

những số liệu thống kê này.

Kết quả này được phản ánh bằng những số liệu thống kê cụ thể vào cuối mỗi năm. Để có những hiểu biết, nhận định chung về kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty, cần phải đánh giá tổng quát dựa trên

- Lợi nhuận

- Chi phí

hay kèm hiệu quả để tìm các giải pháp nhằm quản lý tốt ưu trong mỗi trường hợp cụ thể. Vì vậy, để tiến hành so sánh cần phải thực hiện những vấn đề cơ bản sau đây:

*** Lựa chọn tiêu chuẩn để so sánh:**

Tiêu chuẩn so sánh là chỉ tiêu được lựa chọn để làm căn cứ so sánh, được gọi là kỳ gốc so sánh. Tuy theo mục đích nghiên cứu mà lựa chọn kỳ gốc so sánh cho thích hợp. Các gốc so sánh có thể là:

- Tài liệu của năm trước (kỳ trước hay kế hoạch) nhằm đánh giá xu hướng phát triển của các chỉ tiêu.
- Các mục tiêu đã dự kiến (kế hoạch, dự đoán, định mức) nhằm đánh giá tình hình thực hiện so với kế hoạch, dự đoán và định mức.

- Các chỉ tiêu trung bình của ngành, của khu vực kinh doanh; nhu cầu hoặc đơn đặt hàng của khách hàng... nhằm khẳng định vị trí của các doanh nghiệp và khả năng đáp ứng nhu cầu.

Các chỉ tiêu của kỳ được chọn để so sánh với kỳ gốc được gọi là chỉ tiêu kỳ thực hiện và là kết quả kinh doanh đã đạt được.

*** Điều kiện so sánh:**

Để thực hiện phương pháp này có ý nghĩa thì điều kiện tiên quyết là các chỉ tiêu được sử dụng trong so sánh phải đồng nhất. Trong thực tế, chúng ta cần quan tâm cả về thời gian và không gian của các chỉ tiêu và điều kiện có thể so sánh được giữa các chỉ tiêu kinh tế.

Về thời gian: là các chỉ tiêu được tính trong cùng một khoảng thời gian hạch toán và phải thống nhất trên 3 mặt sau:

- Phải phản ánh cùng nội dung kinh tế.
- Các chỉ tiêu phải cùng sử dụng một phương pháp tính toán.
- Phải cùng một đơn vị đo lường.

Khi so sánh về mặt không gian: yêu cầu các chỉ tiêu đưa ra phân tích cần phải được quy đổi về cùng quy mô và điều kiện kinh doanh tương tự như nhau.

* Kỹ thuật so sánh:

Để đáp ứng các mục tiêu nghiên cứu, người ta thường sử dụng các kỹ thuật so sánh sau:

So sánh bằng số tuyệt đối:

○ Số tuyệt đối là số biểu hiện qui mô, khối lượng của một chỉ tiêu kinh tế nào đó, ta thường gọi là trị số của chỉ tiêu kinh tế. Nó là cơ sở để tính toán các loại số hiệu khác.

○ So sánh bằng số tuyệt đối là so sánh giữa trị số của chỉ tiêu kinh tế kỳ phân tích so với kỳ gốc. Kết quả so sánh biểu hiện biến động khối lượng, quy mô của các hiện tượng kinh tế.

So sánh mức biến động tương đối điều chỉnh theo hướng quy mô chung là kết quả so sánh của phép trừ giữa trị số của kỳ phân tích với trị số kỳ gốc đã được điều chỉnh theo hệ số của chỉ tiêu phân tích có liên quan theo hướng quyết định quy mô chung.

✓ Công thức: **Mức biến động tương đối = chỉ tiêu kỳ phân tích - chỉ tiêu kỳ gốc * hệ số điều chỉnh.**

So sánh bằng số tương đối: Có nhiều loại số tương đối, tùy theo yêu cầu phân tích mà sử dụng cho phù hợp.

○ Số tương đối hoàn thành kế hoạch tính theo tỉ lệ: là kết quả của phép chia giữa trị số của kỳ phân tích so với kỳ gốc của các chỉ tiêu kinh tế. Nó phản ánh tỉ lệ hoàn thành kế hoạch của chỉ tiêu kinh tế.

✓ Công thức: **Số tương đối hoàn thành kế hoạch = chỉ tiêu kỳ phân tích / chỉ tiêu kỳ gốc * 100%**

ky gốc).

được trừ đi kết quả lần thay thế trước nó ta xác định được mức độ ảnh hưởng tế, cứ mỗi lần thay thế tính ra giá trị của lần thay thế đó; lấy kết quả tính thay thế thì giữ nguyên ky gốc; nhân tố đã được thay thế thì lấy giá trị thực nhân tố chất; nhân tố được thay thế thì lấy giá trị thực tế, nhân tố chưa được

○ Lần lượt thay thế, nhân tố lượng được thay thế trước rồi đến

nhân tố chủ yếu xếp trước đến nhân tố thứ yếu.

tổ chất lượng; trong trường hợp có nhiều nhân tố số lượng hay chất lượng thì chỉ tiêu phân tích theo một trình tự nhất định, từ nhân tố số lượng đến nhân

○ Thiết lập mối quan hệ toán học của các nhân tố ảnh hưởng với

phương pháp này cần quán triệt các nguyên tắc:

nhân tố để xác định trị số của chỉ tiêu khi nhân tố đó thay đổi. Khi thực hiện ảnh hưởng của các nhân tố thông qua việc thay thế lần lượt và liên tiếp các

Với phương pháp “thay thế liên hoàn”, chúng ta có thể xác định được

1.4.2. Phương pháp thay thế liên hoàn.

hoàn phần ảnh sự phát triển của chỉ tiêu kinh tế qua 2 thời kỳ kế tiếp nhau.

sự phát triển của chỉ tiêu kinh tế trong khoảng thời gian dài, nếu kỳ gốc liên hoặc liên hoàn, tùy theo mục đích phân tích. Nếu kỳ gốc cố định sẽ phân ảnh sánh chỉ tiêu kỳ phân tích với chỉ tiêu kỳ gốc. Chỉ tiêu kỳ gốc có thể cố định tiêu kinh tế qua một khoảng thời gian nào đó. Nó được tính bằng cách so

○ Số bình quân động thái: Biểu hiện sự biến động về tỷ lệ của chỉ

chỉ tiêu.

tích với kỳ gốc của chỉ tiêu phân tích. Nó phản ánh biến động bên trong của chênh lệch về tỷ trọng của từng bộ phận chiếm trong tổng số giữa kỳ phân

○ Số tương đối kết cấu: So sánh số tương đối kết cấu thể hiện

○ Tổng đại số mức ảnh hưởng của các nhân tố phải bằng đối

tượng phân tích (là số chênh lệch giữa ký phân tích và ký gốc).

Có thể cụ thể các nguyên tắc trên thành các bước:

○ **Bước 1:** Xác định đối tượng phân tích: là mức chênh lệch giữa

chỉ tiêu ký phân tích so với chỉ tiêu ký gốc.

Nếu Gọi $A1$ là chỉ tiêu ký phân tích và $A0$ là chỉ tiêu ký gốc thì

đối tượng phân tích được xác định là: $A1 - A0 = \Delta A$

○ **Bước 2:** Thiết lập mối quan của các nhân tố ảnh hưởng với chỉ

tiêu phân tích.

Giả sử có 3 nhân tố ảnh hưởng là: a, b, c đều có quan hệ tích số với chỉ

tiêu phân tích A và nhân tố a phản ảnh lượng tuần tự đến c phản ảnh về chất theo nguyên tắc đã trình bày ta thiết lập được mối quan hệ như sau: $A =$

$a.b.c$

Ký phân tích: $A1 = a1.b1.c1$ và Ký gốc là: $A0 = a0.b0.c0$

○ **Bước 3:** Lần lượt thay thế các nhân tố ký phân tích vào ký gốc

theo trình tự sắp xếp ở bước 2.

✓ Thế lần 1: $A_a = a1.b0.c0$

✓ Thế lần 2: $A_b = a1.b1.c0$

✓ Thế lần 3: $A_c = a1.b1.c1$

✓ Thế lần cuối cùng chính là các nhân tố ở phân tích được thay

thế toàn bộ nhân tố ở ký gốc. Như vậy có bao nhiêu nhân tố ảnh hưởng thì

có bấy nhiêu lần thay thế.

○ **Bước 4:** Xác định mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến đối

tượng phân tích bằng cách lấy kết quả thay thế lần sau trừ đi kết quả lần

thế trước nó ta xác định được mức độ ảnh hưởng của nhân tố đó (kết quả lần

thay thế trước của lần thay thế đầu tiên là so với ký gốc) cụ thể:

✓ Ảnh hưởng của nhân tố a :

* Ảnh hưởng tuyệt đối:

$$\Delta A_a = A_a - A_0 = a1.b0.c0 - a0.b0.c0$$

* Ảnh hưởng tương đối:

$$\Delta A_a$$

$$\delta A_a = \frac{\quad}{\quad} \times 100\%$$

$$A_0$$

✓ Ảnh hưởng của nhân tố b:

* Ảnh hưởng tuyệt đối:

$$\Delta A_b = A_b - A_a = a1.b1.c0 - a0.b0.c0$$

* Ảnh hưởng tương đối:

$$\Delta A_b$$

$$\delta A_b = \frac{\quad}{\quad} \times 100\%$$

$$A_0$$

✓ Ảnh hưởng của nhân tố c:

* Ảnh hưởng tuyệt đối:

$$\Delta A_c = A_c - A_b = a1.b1.c1 - a1.b1.c0$$

* Ảnh hưởng tương đối:

$$\Delta A_c$$

$$\delta A_c = \frac{\quad}{\quad} \times 100\%$$

$$A_0$$

Tổng mức độ ảnh hưởng

• Ảnh hưởng tuyệt đối:

$$\Delta A = \Delta A_a + \Delta A_b + \Delta A_c$$

• Ảnh hưởng tương đối:

$$\delta A = \delta A_a + \delta A_b + \delta A_c$$

1.4.3. Phương pháp số chênh lệch.

Phương pháp số chênh lệch là trường hợp đặc biệt của phương pháp thay thế liên hoàn, nó tồn tại trong đầy đủ các bước tiến hành như phương pháp thay thế liên hoàn. Nó khác ở chỗ sử dụng chênh lệch giữa kỳ phân tích với kỳ gốc của từng nhân tố để xác định ảnh hưởng tuyệt đối của nhân tố đó đến chỉ tiêu phân tích:

✓ Ảnh hưởng tuyệt đối của nhân tố a: :

$$\Delta A_a = A_a - A_0 = (a_1 - a_0) \cdot b_0 \cdot c_0$$

✓ Ảnh hưởng tuyệt đối của nhân tố b: :

$$\Delta A_b = A_b - A_a = a_1 \cdot (b_1 - b_0) \cdot c_0$$

✓ Ảnh hưởng tuyệt đối của nhân tố a: :

$$\Delta A_c = A_c - A_b = a_1 \cdot b_1 \cdot (c_1 - c_0)$$

1.4.4. Phương pháp cân đối.

Dùng để tính mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến chỉ tiêu nghiên cứu khi các nhân tố có quan hệ với chỉ tiêu nghiên cứu là tổng đại số. Mức độ ảnh hưởng tuyệt đối của mỗi nhân tố đến chỉ tiêu nghiên cứu chính bằng chênh lệch giữa trị số kỳ nghiên cứu và trị số kỳ gốc của nhân tố đó.

Phương trình kinh tế: $A = a + b + c$

- Trị số các nhân tố kỳ gốc: a_0, b_0, c_0

- Trị số nhân tố kỳ nghiên cứu: a_1, b_1, c_1

Chênh lệch chỉ tiêu giữa hai kỳ:

$$\Delta A = A_1 - A_0 = (a_1 + b_1 + c_1) - (a_0 + b_0 + c_0)$$

+ Mức độ ảnh hưởng của nhân tố thứ 1:

• Ảnh hưởng tuyệt đối:

$$\Delta A_a = a_1 - a_0$$

- Ảnh hưởng tương đối:

$$\Delta A_a = \frac{\Delta A_a}{A_0} \times 100\%$$

+ Mức độ ảnh hưởng của nhân tố thứ 2:

- Ảnh hưởng tuyệt đối:

$$\Delta A_b = b_1 - b_0$$

- Ảnh hưởng tương đối:

$$\Delta A_b = \frac{\Delta A_b}{A_0} \times 100\%$$

+ Mức độ ảnh hưởng của nhân tố thứ 3:

- Ảnh hưởng tuyệt đối:

$$\Delta A_c = c_1 - c_0$$

- Ảnh hưởng tương đối:

$$\Delta A_c = \frac{\Delta A_c}{A_0} \times 100\%$$

Tổng mức độ ảnh hưởng của các nhân tố:

- Ảnh hưởng tuyệt đối:

$$\Delta A = \Delta A_a + \Delta A_b + \Delta A_c$$

- Ảnh hưởng tương đối:

$$\delta A = \delta A_a + \delta A_b + \delta A_c$$

CHƯƠNG 2: GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY TNHH GIAO NHẬN NĂM SAO VÀNG (FGS LOGISTICS CO., LTD)

2.1 Quá trình hình thành và phát triển

Việt Nam đang trong thời kỳ chuyển đổi nền kinh tế từ quan liêu bao cấp sang nền kinh tế thị trường, và kể từ khi đất nước mở cửa, quan hệ buôn bán, trao đổi hàng hóa giữa các nước trong khu vực và trên thế giới ngày càng phát triển. Nhiều quốc gia đầu tư vào Việt Nam cũng ngày càng gia tăng trên tất cả các lĩnh vực: kinh tế, văn hóa, xã hội, giáo dục, ... trong đó hoạt động giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu - một lĩnh vực quan trọng của ngành kinh tế đối ngoại được quan tâm và chú ý nhiều nhất.

Quá trình toàn cầu hóa nền kinh tế thế giới cũng với sự phát triển của đội tàu buôn và quá trình container hóa trong chuyên chở đã tạo điều kiện thúc đẩy hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu hàng hóa bằng đường biển phát triển và tham gia cạnh tranh trên thị trường đối với các ngành vận tải khác tương ứng.

Cùng với sự phát triển của vận tải container, giao nhận và kho vận Việt Nam đã có những thay đổi kịp thời để thỏa mãn nhu cầu chuyên chở hàng hóa, góp phần thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Và đó là lý do ra đời của Công Ty TNHH Giao Nhận Năm Sao Vàng.

Công Ty TNHH Giao Nhận Năm Sao Vàng được thành lập vào ngày 29/3/2005 theo giấy phép đăng ký kinh doanh số: 4102028849 do Sở Kế Hoạch và Đầu Tư Phát Triển TP. HCM cấp.

Tên chính thức : Công Ty TNHH Giao Nhận Năm Sao Vàng.

Với đội ngũ nhân viên lành nghề, được đào tạo tạo cơ bản và có hệ thống, có tính thần trách nhiệm cao, luôn được khuyến khích phù hợp bởi hệ thống quản trị tiên bộ của công ty, cùng với mạng lưới đại lý toàn cầu, công ty đáp ứng mọi yêu cầu vận chuyển của khách hàng bao gồm :

- Dịch vụ giao nhận hàng hoá trong và ngoài nước
- Dịch vụ cho thuê kho bãi
- Đại lý tàu biển

2.2.1 Chức năng, nhiệm vụ

2.2 Chức năng, nhiệm vụ, mục tiêu hoạt động của công ty

Công ty FGS được thành lập vào tháng 3 năm 2005, đứng đầu là chủ tịch hội đồng thành viên kiêm giám đốc công ty bà Trần Thị Minh Anh. Mặc dù mới thành lập được năm năm, lại phải kinh doanh trong môi trường giao nhận cạnh tranh hết sức quyết liệt nhưng cho đến nay FGS Logistics Co., Ltd đã tự khẳng định được vị trí của mình trên thị trường như là một nhà giao nhận chuyên nghiệp, nhận được sự tin nhiệm cao của khách hàng và được đánh giá là phát triển nhanh và khá thành công. Hiện nay, FGS Logistics có hơn 30 nhân viên và có rất nhiều khách hàng, đại lý trong và ngoài nước.

Tên giao dịch	: FGS Logistics Co., Ltd.
Vốn điều lệ	: 6 377 530 301 đồng .
Trụ sở chính	: Lầu 2, 119 Điện Biên Phủ, Phường Đa Kao, Quận 01, TP. HCM
Điện thoại	: 848 3 910 6300
	Fax: 848 3 910 6301
Email	: info@fgslogistics.com
Website	: www.fgslogistics.com

Mục tiêu trên thể hiện và phát triển dựa trên mục tiêu cơ bản của công ty là: “Cung cấp cho khách hàng trong nước những dịch vụ có tính toàn cầu theo tiêu chuẩn quốc tế phù hợp với môi trường kinh doanh tập quán. Được khách hàng biết đến và công nhận như là một nhà cung cấp dịch vụ giao nhân hàng đầu nhờ vào những dịch vụ chuyên nghiệp đáng tin cậy”

Trong hoạt động kinh doanh xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay vẫn còn tồn tại quan điểm “Mua CIF bán FOB”. Điều này mang lại nhiều thiệt hại cho phía Việt Nam như: thất thu ngoại tệ, không tạo điều kiện phát triển cho các công ty trong nước về giao nhận, bảo hiểm... Vì vậy, mục tiêu của công ty là trở thành một trong những công ty đầu tiên của Việt Nam đi đầu trong việc phục vụ cho các doanh nghiệp Việt Nam mua xuất khẩu theo giá CIF và nhập khẩu theo giá FOB.

2.2.2 Mục tiêu hoạt động

Không chỉ tập trung trong phạm vi giao nhận và vận chuyển hàng hoá xuất khẩu, loại hình dịch vụ thuận tụy từ cảng đến cảng, công ty còn quan tâm khai thác và đẩy mạnh hàng nhập khẩu, cung cấp các dịch vụ Door-to-Door (nhận hàng tại nơi người gửi và giao tận nơi người nhận) không phụ thuộc vào đại lý Châu Âu, Châu Mỹ, Châu Á. Công ty có mối quan hệ với rất nhiều khách hàng, forwarder, đại lý trong và ngoài nước và mạng lưới này ngày càng được hoàn thiện và phát triển không ngừng.

- Kinh doanh vận tải hàng bằng ô tô, bằng đường thủy nội địa.
- Môi giới hàng hải
- Môi giới thương mại
- Đại lý ký gửi hàng hoá
- Đóng gói bao bì

Để đạt được các mục tiêu của mình, FGS Logistics Co.,Ltd đã sử dụng tiêu chí “tăng cường tập trung, phát triển thị trường và sản phẩm”

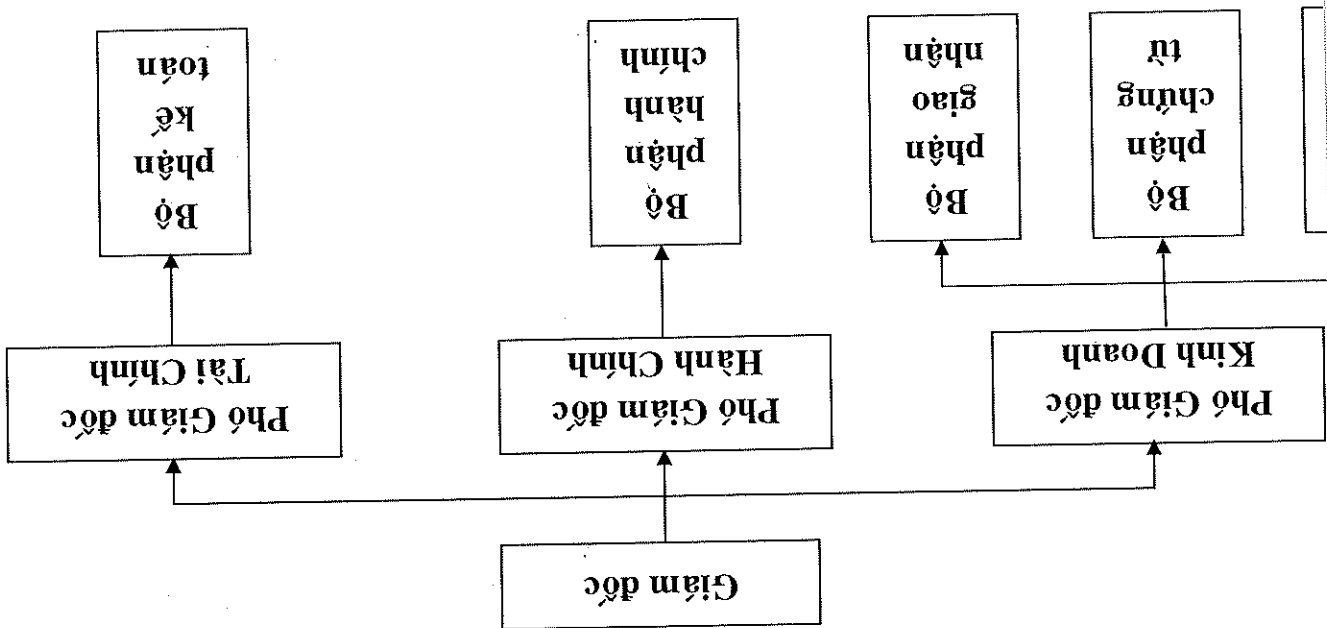
Với tiêu chí này thì công ty đã và sẽ mở rộng thị trường với những dịch vụ sản phẩm của mình. Bên cạnh đó không ngừng sáng tạo, đổi mới, phát triển các dịch vụ mới nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng và ngày càng tăng về vận chuyển ngoài thương của khách hàng. Việc mở rộng thị trường và phát triển của công ty thể hiện các mặt sau:

- Không chỉ quan tâm vận chuyển thuần túy từ cảng mà công ty còn quan tâm khai thác hàng không, cung cấp vận chuyển hàng từ cảng đến cảng, gom hàng, lưu kho và phân phối không phụ thuộc vào vị trí địa lý. Hệ thống mạng lưới đại lý của công ty luôn được lựa chọn để nâng cao chất lượng dịch vụ, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng trong cũng như ngoài nước.
- FGS Logistics Co.,Ltd còn đưa ra những dịch vụ đặc biệt như:
 - **Thỏa mãn các yêu cầu của khách hàng** trong phạm vi khả năng hoạt động của mình về thủ tục thông qua hàng hoá, thông tin chi tiết về hàng hoá trong quá trình bốc dỡ, vận chuyển, kiểm tra giám sát, bảo dưỡng.
 - **Cung cấp thêm các dịch vụ tiện ích** (bốc dỡ hàng hoá không tính vào cước phí, giảm giá đối với khối lượng lớn, hỗ trợ về tài chính đối với các khách hàng khó khăn. Giảm giá hay miễn chi phí lòng hàng đối với khách hàng làm ăn lâu năm.
- **Cùng chia sẻ rủi ro** với khách hàng nếu sự việc xảy ra ngoài tầm kiểm soát (hoà hoãn, thiên tai, dân biển, chiến tranh, dịch bệnh, hàng hoá hư hỏng nặng khó khắc phục được ...).

Sắp tới FGS Logistics Co., Ltd có kế hoạch đào tạo nhằm nâng cao trình độ cho nhân viên về thủ tục cảng, thuế quan, pháp lý. Ngoài ra công ty đang tập trung và từng bước phát triển yếu tố thương mại như bảo giá, nhân viên cầu vận chuyển của khách hàng qua mạng Internet, thiết lập mạng thông tin, mạng dữ liệu chung với khách hàng của mình.

2.3 Cơ cấu tổ chức và chức năng của các bộ phận

Sơ đồ 2.3: Cơ cấu tổ chức của FGS Logistics Co., Ltd



Nguồn: "Phòng hành chính nhân sự"

Công ty bao gồm: một giám đốc, ba phó giám đốc và nhiều phòng ban, bộ phận khác. Cách tổ chức cơ bản và đơn giản là một ưu thế giúp công ty tồn tại và thành công.

✦ **Ban giám đốc:** Dứng đầu bộ máy tổ chức của công ty, đảm nhận các trọng trách sau:

- Tổ chức bộ máy nhân sự cho công ty.
- Bồi dưỡng, đào tạo nhân viên.

- Giải quyết các chính sách về chế độ, lao động, tiền lương.
- Chịu trách nhiệm về hành chính quản trị.
- Theo dõi hoạt động kinh doanh của các phòng nghiệp vụ
- Quản lý việc kí kết và thực hiện các hợp đồng kinh doanh.
- Xây dựng kế hoạch kinh doanh cho công ty.
- Tham mưu về mặt pháp lý

*** Phó giám đốc kinh doanh** quản lý ba bộ phận: bộ phận kinh doanh, bộ phận chứng từ và bộ phận giao nhận.

a) Bộ phận kinh doanh bao gồm các nhân viên kinh doanh, có nhiệm vụ:

- Liên hệ các khách hàng có nhu cầu xuất nhập khẩu hàng hóa.
- Chào giá cước cho khách hàng.
- Tiếp nhận booking từ khách hàng.
- Chuyển giao thông tin khách hàng cho bộ phận chứng từ.
- Tạo mối quan hệ tốt với khách hàng nhằm giữ vững được lượng hàng hóa ổn định.

- Đây là bộ phận chính đem về lợi nhuận cho công ty. Các nhân viên phòng kinh doanh được quản lý bởi trưởng phòng kinh doanh.

b) Bộ phận chứng từ được chia ra thành chứng từ hàng xuất và chứng từ hàng nhập.

b1) Chứng từ hàng xuất có nhiệm vụ:

- Cấp phát vận đơn cho khách hàng sau khi hàng đã lên tàu.
- Gửi chứng từ của lô hàng liên quan cho hãng tàu và đại lý nước ngoài
- Quản lý các chứng từ hàng xuất khẩu từ các bộ phận khác chuyên giao như vận đơn, giấy chứng nhận nguồn gốc xuất xứ, chứng thu khu

trung, packing list, invoice...

- Giải quyết những vấn đề, rắc rối có liên quan đến những lô hàng xuất.
- Tính toán lợi nhuận cho mỗi lô hàng đã đi.

b2) Chứng từ hàng nhập có nhiệm vụ:

- Tiếp nhận chứng từ liên quan đến các lô hàng nhập nhận từ đại lý nước ngoài

- Cập nhật thông tin như ngày tàu đến, hàng được dỡ vào kho khi nào
- (đối với hàng consol)

- Gửi thông báo hàng đến cho khách hàng.
- Di lý lệnh giao hàng từ các hãng tàu và các forwarding khác.
- Phát lệnh giao hàng cho khách hàng sau khi họ đã thanh toán mọi chi phí cho lô hàng liên quan.
- Tính toán lợi nhuận cho mỗi lô hàng.

c) Bộ phận giao nhận:

- Chuyên trách về giao, nhận hàng hóa xuất khẩu bằng đường không và đường biển, đóng kiện, đóng hàng vào container, hoàn thành các thủ tục hải quan về xuất và nhập.
- Khai thuế hải quan, xin giấy phép hải quan, kiểm hóa, đóng thuế XNK, chỉnh sửa Cargo Manifest (Hàng nhập) và các công việc khác liên quan tới hải quan.
- Thay mặt chủ hàng mua bảo hiểm cho hàng hoá hoặc yêu cầu công ty, đại lý bảo hiểm đến giám định hàng hoá nhập khẩu bị mất hoặc hư hỏng cho đến khi giải quyết xong vụ việc.
- Thuê mướn các phương tiện vận tải (xe tải, máy bay, tàu, xe lửa), các phương tiện xếp dỡ (xe cầu, xe nâng, bốc xếp) để vận chuyển hàng theo yêu cầu khách hàng.

- Thay mặt chủ hàng làm các dịch vụ như: kiểm tra văn hóa phẩm, kiểm dịch, hun trùng, giám định hàng, xin giấy phép Bộ thương mại và các loại hình dịch vụ khác...

* **Phó giám đốc hành chính** quản lý bộ phận hành chính- nhân sự.

Bộ phận hành chính- nhân sự có nhiệm vụ:

- Tổ chức và quản lý thực hiện các mặt về công tác tổ chức nhân sự, lao động tiền lương, bảo hiểm xã hội, công tác đào tạo, thi đua, khen thưởng,...
- Nghiên cứu, bố trí, sắp xếp sử dụng nhân viên sao cho thích hợp và có hiệu quả nhất, quản lý hồ sơ nhân sự, thúc đẩy việc ký kết HĐLĐ với Sở Lao Động và TBXH.

- Theo dõi sự có mặt, vắng mặt của nhân viên trong văn phòng. Nhân viên trong văn phòng khi đi ra ngoài hay đi công tác phải báo cho bộ phận Admin và trưởng bộ phận của mình.
- Thực hiện việc lắp đặt các trang thiết bị thông tin, mua sắm trang thiết bị và văn phòng phẩm, lập hồ sơ quản lý tài sản của công ty để tránh thất thoát.

* **Phó giám đốc tài chính** quản lý bộ phận kế toán.

Bộ phận kế toán có kế toán tổng hợp, kế toán công nợ, kế toán tiền mặt và kế toán ngân hàng có nhiệm vụ:

- Tiếp nhận bảng công nợ từ phòng chứng từ để xuất hóa đơn cho khách hàng.
- Quản lý theo dõi công nợ giữa công ty với các đối tác liên quan như khách hàng, hãng tàu, các forwarding khác, đại lý nước ngoài.

- Trực tiếp thu và chi các khoản tiền của công ty và báo cáo trực tiếp các khoản thu/ chi này cho ban giám đốc.
- Phát lương cho nhân viên.

CHƯƠNG 3: PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY NĂM 2010

3.1 Đánh giá chung kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh

3.1.1 Mục đích

- Thông qua các số liệu thống kê, nhân định khái quát tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh mỗi kỳ thực hiện, xu hướng phát triển kinh doanh của công ty.
- Dựa ra những nhân định trực quan về hiệu quả của hoạt động sản xuất kinh doanh thông qua việc thực hiện một số chỉ tiêu chính như: sản lượng, chi phí, doanh thu, lợi nhuận.

- Tìm ra những nguyên nhân cơ bản ảnh hưởng tốt hay xấu đến kết quả sản xuất góp phần làm tăng hay hạn chế hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty.

3.1.2 Ý nghĩa

- Thông qua đánh giá hoạt động doanh nghiệp chúng ta mới thấy rõ được các nguyên nhân, nhân tố cũng như nguồn gốc phát sinh của các nguyên nhân và nhân tố ảnh hưởng, từ đó để có các giải pháp cụ thể và kịp thời trong công tác tổ chức và quản lý sản xuất. Do đó nó là công cụ cải tiến cơ chế quản lý trong kinh doanh.
- Phân tích kết quả kinh doanh giúp 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 và chiến lược kinh doanh có hiệu quả.

3.1.3 Đánh giá chung kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty

Bảng 3.1.3: Đánh giá chung kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh

DVT : VND

STT	CHỈ TIÊU	NĂM 2009	NĂM 2010	SỐ SÁNH (%)	CHÉNH LỆCH (+) (-)
1	DOANH THU BÁN HÀNG VÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ	51,697,395,819	62,716,724,273.64	121.32	11,019,328,454.88
2	CÁC KHOẢN GIẢM TRỪ	-	-		-
3	DOANH THU THUẦN VỀ BÁN HÀNG VÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ	51,697,395,819	62,716,724,273.64	121.32	11,019,328,454.88
4	GIÁ VỐN HÀNG BÁN	28,075,420,008	37,872,665,161.90	134.90	9,797,245,153.90
5	LỢI NHUẬN GỘP VỀ BÁN HÀNG VÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ	23,621,975,811	24,844,059,111.74	105.17	1,222,083,300.98
6	DOANH THU HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH	890,408,455	1,071,750,941.13	120.37	181,342,486.13
7	CHI PHÍ TÀI CHÍNH	630,720,184	618,753,712.61	98.10	(11,966,471.39)
	TRONG ĐÓ: LÃI VAY PHẢI TRẢ	282,750,467	301,523,187.00	106.64	18,772,720.00
8	CHI PHÍ BÁN HÀNG	-	-		-
9	CHI PHÍ QUẢN LÝ DOANH NGHIỆP	14,842,043,152	18,447,916,172.96	124.29	3,605,873,020.96
10	LỢI NHUẬN THUẦN TỪ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH	9,039,620,930	6,849,140,167.30	75.77	(2,190,480,762.46)
11	THU NHẬP KHÁC	-	-		-
12	CHI PHÍ KHÁC	-	-		-
13	LỢI NHUẬN KHÁC	-	-		-
14	TỔNG LỢI NHUẬN KẾ TOÁN TRƯỚC THUẾ	9,039,620,930	6,849,140,167.30	75.77	(2,190,480,762.46)
15	THUẾ THU NHẬP DOANH NGHIỆP HIỆN HÀNH	2,090,412,340	1,712,285,041.83	81.91	(378,127,298.18)
16	LỢI NHUẬN SAU THUẾ THU NHẬP DOANH NGHIỆP	6,949,208,590	5,136,855,125.48	73.92	(1,812,353,464.28)

Nguồn : "Phòng tài chính- kế toán"

Thông qua bảng đánh giá chung kết quả kinh doanh năm 2010, dựa vào tình hình thực hiện doanh thu, chi phí và lợi nhuận, ta có thể thấy được kết quả thực hiện các chỉ tiêu sản xuất kinh doanh nói chung của công ty năm 2010 tốt hơn so với năm 2009 như sau:

Doanh thu bán hàng năm 2010 là 62,716,724,273.64 đồng, đạt 121.32% so với năm 2009, tăng so với năm 2009 là 11,019,328,454.88 đồng. Sản lượng hàng hóa năm 2010 tăng so với năm 2009, tỷ lệ thuận với việc gia tăng doanh thu bán hàng so với năm 2009. Tuy có sự cạnh tranh gay gắt của các công ty cùng ngành về giá bán hàng hóa, và khách hàng ngày càng am hiểu nhiều về giá cả nhưng điều này cũng không gây ảnh hưởng lớn đến doanh thu nhất về của công ty.

Giá vốn hàng bán năm 2010 là 37,872,665,161.90 đồng, tăng 9,767,245,153.90 đồng so với năm 2009, đạt 134.90%. Chỉ số tăng giá vốn cao hơn chỉ số tăng doanh thu cho thấy được giá vốn ngày càng leo thang, ảnh hưởng từ tình hình biến động của thị trường đồ la mý, vàng,... Và một nguyên nhân khác nữa là do sản lượng hàng hóa năm 2010 tăng cao hơn năm 2009 đã dẫn đến chi phí gia vốn về cuộc vận chuyển tăng theo.

Từ việc tăng doanh thu và chi phí, trong đó chỉ số tăng doanh thu là 121.32% và chỉ số tăng chi phí là 134.90%, có thể thấy được lợi nhuận gộp từ bán hàng và cung cấp dịch vụ cũng tăng so với năm 2009. Cụ thể lợi nhuận gộp năm 2010 là 24,844,059,111.714 đồng, đạt 105.17% so với năm 2009, tăng về số tuyệt đối là 1,222,083,300.98 đồng.

Doanh thu hoạt động tài chính năm 2010 là 1,071,750,941.13 đồng, năm 2009 là 890,408,455 đồng. Tỷ trọng về doanh thu hoạt động tài chính năm 2010 tăng 181,342,486.13 đồng, đạt 120.37% so với năm 2009. Có hai nguyên nhân dẫn đến sự gia tăng này là: thứ nhất có sự biến động về tỷ giá hối đoái nên phần thu chênh lệch tỷ giá tăng theo, thứ hai là lãi suất tiền gửi

ngân hàng trong năm 2010 cao hơn năm 2009 nên doanh thu từ khoản này cũng được tăng.

Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh năm 2010 là 6,849,140,167.31 đồng, năm 2009 là 9,039,620,930 đồng. So với năm 2009 thì lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh năm 2010 giảm 2,190,480,762.46 đồng, chỉ đạt 75.77%. Chúng ta có thể biết là tình hình làm phát ở nước ta ngày càng gia tăng, mức sống người dân ngày càng leo thang dẫn đến doanh nghiệp cũng phải tốn khá nhiều cho chi phí quản lý như giá thuê văn phòng, chi phí vật dụng văn phòng phẩm, chi phí điện thoại, internet, chi phí tiếp khách.... đều tăng và đặc biệt là năm 2010 công ty đã phát triển phòng kinh doanh bằng cách tuyển thêm nhiều nhân viên sale có kinh nghiệm nên chi phí lương tăng đáng kể. Chi phí quản lý doanh nghiệp năm 2010 đạt đến 124.29% so với năm 2010. Vì thế đây là nguyên nhân chính đã làm cho lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh năm 2010 giảm 24.23%.

Lợi nhuận trước thuế năm 2010 cũng chỉ đạt 75.77% và giảm 2,190,480,762.46 đồng so với năm 2009, nguyên do là công ty không có phát sinh về lợi nhuận khác.

Lợi nhuận sau thuế năm 2010 là 5,136,855,125.48 đồng, giảm 1,812,353,464.28 đồng và chỉ đạt 73.92% so với năm 2009. Chính vì có sự chênh lệch giảm của lợi nhuận trước thuế nên có sự chênh lệch giảm của lợi nhuận sau thuế.

3.2 Phân tích tình hình thực hiện sản lượng

3.2.1 Mục đích

Sản lượng là chỉ tiêu biểu hiện kết quả sản xuất của doanh nghiệp. Mỗi ngành kinh tế có một quá trình sản xuất xác định, kết quả sản xuất của mỗi ngành biểu hiện cụ thể ở số lượng và chất lượng sản phẩm riêng biệt.

Phân tích chỉ tiêu sản lượng nhằm mục đích đánh giá mức độ thực hiện sản lượng, thể hiện bằng mức độ thực hiện kế hoạch sản lượng hoặc mức tăng trưởng về chỉ tiêu sản lượng thực hiện.

Nghiên cứu năng lực của doanh nghiệp, xác định mức độ lợi dụng khả năng, phát hiện những tiềm năng chưa được khai thác đồng thời đề xuất những biện pháp về tổ chức, kỹ thuật để khai thác những tiềm năng của doanh nghiệp, tăng sản lượng, nâng cao chất lượng phục vụ... Từ đó xác định con đường phát triển của doanh nghiệp trong tương lai.

Việc phân tích chỉ tiêu sản lượng rất cần thiết và quan trọng. Kết quả việc phân tích chỉ tiêu sản lượng là cơ sở để phân tích các chỉ tiêu khác. Tạo điều kiện cho người quản lý doanh nghiệp thấy được tình hình thực tế cũng như những tiềm năng của doanh nghiệp. Từ đó có những quyết định đúng đắn cho sự phát triển của doanh nghiệp.

3.2.2 Ý nghĩa

Kế hoạch sản lượng là cơ sở để lập các kế hoạch của doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp không hoàn thành kế hoạch sản lượng sẽ không hoàn thành kế hoạch sản xuất kinh doanh. Nếu việc phân tích đạt yêu cầu, đầy đủ khách quan, tiết kiệm sẽ tạo điều kiện xác định được nguyên nhân gây ra tình hình thực hiện chỉ tiêu lợi nhuận – kết quả cuối cùng của quá trình sản xuất kinh doanh. Tạo điều kiện để người quản lý thấy được

tình hình thực tế cũng như tiềm năng của doanh nghiệp. Từ đó có những quyết định đúng đắn cho sự phát triển của doanh nghiệp.

Nếu phân tích không đạt yêu cầu sẽ không thấy được tình trạng

thực tế của doanh nghiệp, nên không thể có những quyết định có căn cứ

khoa học vì vậy khó có thể đạt được hiệu quả kinh doanh cao trong tương

lai.

Kế hoạch kinh doanh của doanh nghiệp vận tải là một bộ phận hữu

cơ nằm trong hệ thống kế hoạch vận tải của nền kinh tế quốc dân. Do đặc

thù của ngành vừa mang tính kinh doanh, vừa mang tính phục vụ do đó

hoạt động của mỗi doanh nghiệp ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động sản

xuất của các doanh nghiệp khác cũng như ảnh hưởng đến nhu cầu đi lại

của người dân.

3.2.3 Phân tích tình hình thực hiện sản lượng theo tuyến

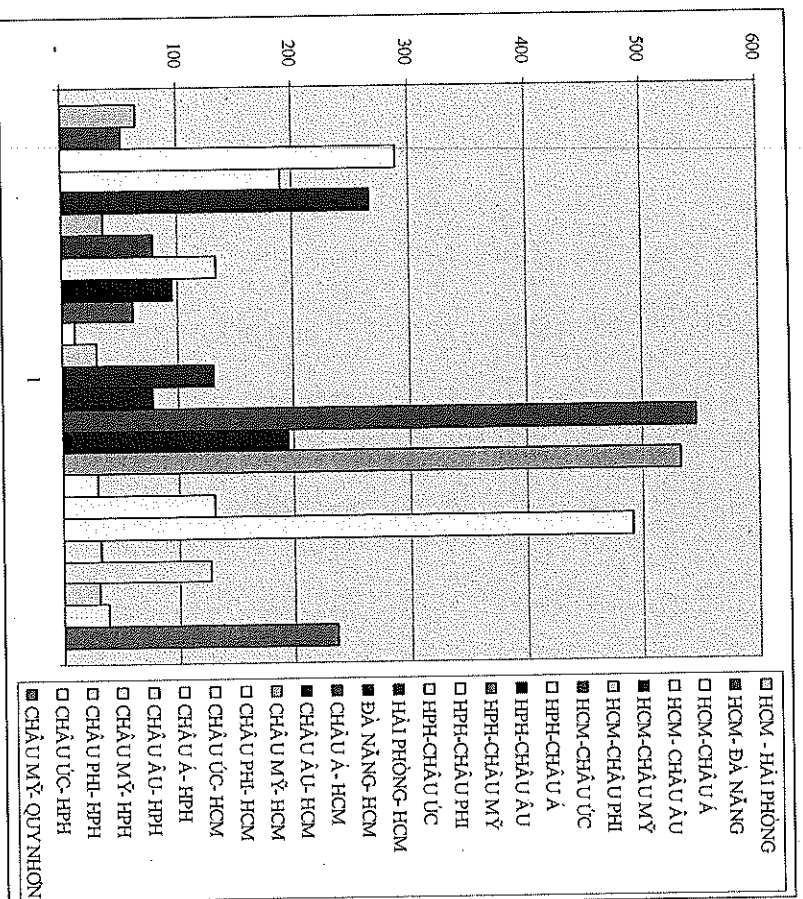
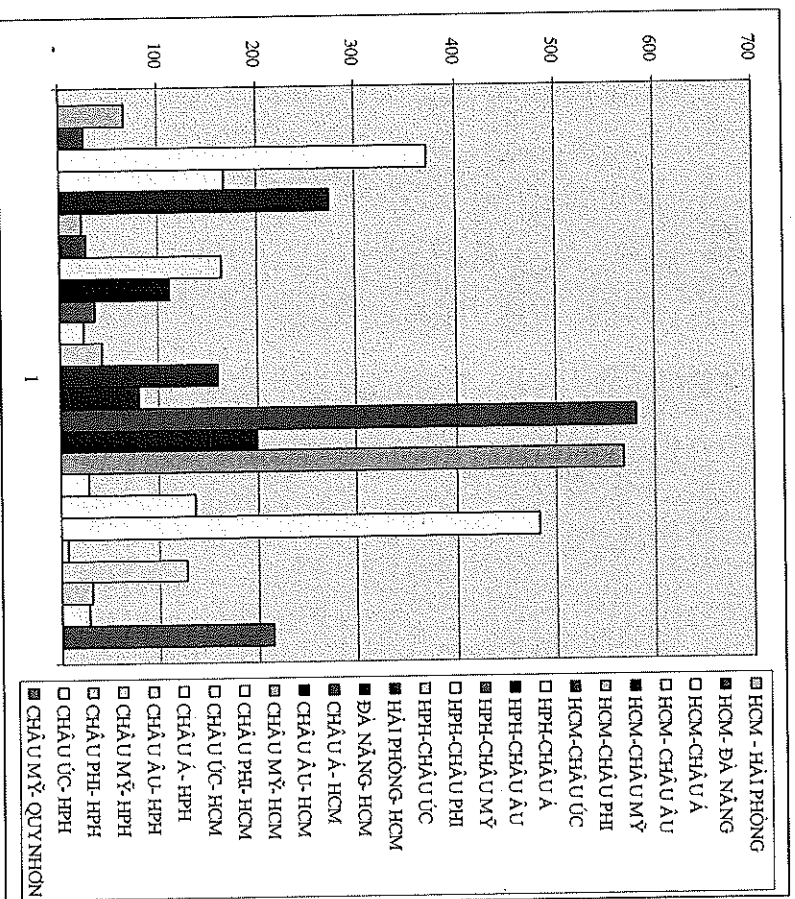
Bảng 3.2.3 Bảng tình hình thực hiện sản lượng theo tuyến

DVT : TEU

STT	CHỈ TIÊU	NĂM 2009		NĂM 2010		SO SÁNH (%)	CHÉNH LỆCH (TEU)	MĐAH (%)
		SẢN LƯỢNG (TEU)	TỶ TRỌNG (%)	SẢN LƯỢNG (TEU)	TỶ TRỌNG (%)			
1	HÀNG XUẤT	1,310	33.52	1,336	33.56	101.98	26	0.67
	HỒ CHÍ MINH- HẢI PHÒNG	66	5.04	64	4.79	96.97	(2)	(0.15)
	HỒ CHÍ MINH- ĐÀ NẴNG	52	3.97	29	2.17	55.77	(23)	(1.76)
	HỒ CHÍ MINH- CHÂU Á	288	21.98	372	27.84	129.17	84	6.41
	HỒ CHÍ MINH- CHÂU ÂU	190	14.50	167	12.50	87.89	(23)	(1.76)
	HỒ CHÍ MINH- CHÂU MỸ	267	20.38	274	20.51	102.62	7	0.53
	HỒ CHÍ MINH- CHÂU PHI	36	2.75	24	1.80	66.67	(12)	(0.92)
	HỒ CHÍ MINH- CHÂU ÚC	79	6.03	27	2.02	34.18	(52)	(3.97)
	HẢI PHÒNG- CHÂU Á	134	10.23	163	12.20	121.64	29	2.21
	HẢI PHÒNG- CHÂU ÂU	95	7.25	111	8.31	116.84	16	1.22
	HẢI PHÒNG- CHÂU MỸ	61	4.66	36	2.69	59.02	(25)	(1.91)
	HẢI PHÒNG- CHÂU PHI	12	0.92	25	1.87	208.33	13	0.99
	HẢI PHÒNG- CHÂU ÚC	30	2.29	44	3.29	146.67	14	1.07
2	HÀNG NHẬP	2,598	66.48	2,645	66.44	101.81	47	1.20
	HẢI PHÒNG- HỒ CHÍ MINH	130	5.00	158	5.97	121.54	28	1.08
	ĐÀ NẴNG- HỒ CHÍ MINH	78	3.00	79	2.99	101.28	1	0.04
	CHÂU Á- HỒ CHÍ MINH	546	21.02	582	22.00	106.59	36	1.39
	CHÂU ÂU- HỒ CHÍ MINH	195	7.51	198	7.49	101.54	3	0.12

CHÂU MỸ- HỒ CHÍ MINH	533	20.52	569	21.51	106.75	36	1.39
CHÂU PHI- HỒ CHÍ MINH	30	1.15	25	0.95	83.33	(5)	(0.19)
CHÂUỨC- HỒ CHÍ MINH	130	5.00	136	5.14	104.62	6	0.23
CHÂU Á- HẢI PHÒNG	491	18.90	483	18.26	98.37	(8)	(0.31)
CHÂU ÂU- HẢI PHÒNG	32	1.23	12	0.45	37.50	(20)	(0.77)
CHÂU MỸ- HẢI PHÒNG	127	4.89	117	4.42	92.13	(10)	(0.38)
CHÂU PHI- HẢI PHÒNG	31	1.19	32	1.21	103.23	1	0.04
CHÂUỨC- HẢI PHÒNG	39	1.50	30	1.13	76.92	(9)	(0.35)
CHÂU MỸ- QUY NHƠN	236	9.08	224	8.47	94.92	(12)	(0.46)
TỔNG CỘNG	3,908	100.00	3,981	100.00	101.87	73	

Nguồn : “Phòng chứng từ”



Năm 2009

Năm 2010

Biểu đồ 3.2.3: Biểu đồ tình hình thực hiện sản lượng theo tuyến

Từ bảng trên, ta có thể thấy được tổng sản lượng hàng hóa của công ty trong năm 2010 là 3,981 teu, tăng 73 teu và đạt 101.87% so với năm 2009. Trong đó sản lượng hàng nhập chiếm tỷ trọng cao hơn và gần gấp đôi sản lượng hàng xuất. Tốc độ tăng của hai năm nay không cao, nguyên nhân xuất phát từ việc dư âm của khủng hoảng kinh tế toàn cầu, biến động tỷ giá hối đoái, vàng và nhất là sự cạnh tranh quá khốc liệt giữa các công ty vận tải với nhau.

Để thấy rõ hơn, chúng ta sẽ lần lượt phân tích sản lượng của chiểu hàng xuất và hàng nhập.

• Chiều hàng xuất:

Riêng với hàng xuất nội địa thì tuyến Hồ Chí Minh- Hải Phòng chiếm sản lượng cao hơn tuyến Hồ Chí Minh- Đà Nẵng bởi vì công ty có một lượng khách hàng ổn định ứng với một lượng hàng hóa ổn định để khai thác tuyến này và công ty có mối quan hệ tốt với một vài hãng tàu chuyên khai thác tuyến này như GEMADEPT, VINALINES,... nên FGS có được giá cước cạnh tranh để thu hút khách hàng. Năm 2010 sản lượng của tuyến Hải Phòng là 64 teu, có giảm 3.03% so với năm 2009. Năm 2010 sản lượng của tuyến Đà Nẵng là 29 teu, chỉ đạt được 55.77 teu và giảm 23 teu. Lý do để dẫn đến sự giảm sút sản lượng ở hai tuyến này là vì năm 2010 là một năm rất biến động về vận chuyển hàng nội địa, hầu hết các hãng tàu đều trong tình trạng quá tải nên họ không thể cung cấp đủ chỗ cho lượng hàng của công ty. Vì thế rất nhiều yêu cầu booking hàng đã bị hủy bỏ.

Riêng đối với hàng vận chuyển quốc tế thì công ty có nhiều tuyến khá đa dạng. Tuyến chủ lực của công ty là Hồ Chí Minh- Châu A, chiếm tỷ trọng khá cao. Năm 2009, sản lượng của tuyến này là 288 teu, năm 2010 là 372 teu, tăng 84 teu và đạt 129.17%. Như vậy có thể thấy được rằng thị trường chủ yếu của công ty là thị trường Châu A. Nguyên nhân dẫn đến sự gia tăng

này chính là được giá cước cạnh tranh dựa vào mối quan hệ thân thiết giữa FGS và hãng tàu như RCL, GERMATRANS, NYK, KMTC, SITC, TS LINES,... cộng thêm mạng lưới đại lý của công ty ở vùng Châu Á khá mạnh nên được hưởng một sản lượng khá lớn từ đây.

Tuyến Hồ Chí Minh- Châu Âu không phải là tuyến mạnh của công ty bởi vì chúng ta chưa có được một nguồn giá thật sự cạnh tranh để khai thác tuyến này. Chính vì điều này đã dẫn đến sản lượng năm 2010 chỉ có 167 teu, giảm 23 teu về số tuyệt đối và đạt 87.89%, giảm 12.11% về số tương đối.

Tương tự Châu Á thì Châu Mỹ là một thị trường khá thân quen với FGS, đã đem lại cho FGS một sản lượng khá cao. Nhờ vào một số khách hàng thân quen lâu năm chuyên xuất khẩu mặt hàng may mặc, trang trí nội thất... sang thị trường USA và nhờ vào nguồn giá cước vô cùng cạnh tranh có được từ các hợp đồng giá cước được ký kết giữa FGS với các hãng tàu uy tín như HANJIN, HYUNDAI, MOL, OOCL,... đã giúp cho sản lượng của tuyến Hồ Chí Minh- Châu Mỹ đạt 102.62%, cụ thể năm 2010 sản lượng là 274 teu, tăng 7 teu so với năm 2009.

Sản lượng hàng hóa tuyến Hồ Chí Minh- Châu Phi năm 2009 là 36 teu, năm 2010 là 24 teu. Như thế năm 2010 đã giảm 12 teu và chỉ đạt 66.67% so với năm 2009. Con số này cho thấy thị trường hàng hóa trên tuyến này chiếm tỷ trọng khá nhỏ. Nguyên nhân là công ty vẫn còn dè dặt khi khai thác lượng hàng trên tuyến này do sự làm việc thiếu chuyên nghiệp từ các đại lý ở Châu Phi và giá cước khi bán ra thị trường khá cao nên không đủ sức thuyết phục khách hàng sử dụng dịch vụ của FGS.

Giống như sản lượng trên tuyến Hồ Chí Minh- Châu Phi thì tuyến Hồ Chí Minh- Châu Úc là một tuyến chiếm tỷ trọng thấp trong tổng sản lượng thực hiện theo chiều hàng xuất. Năm 2009 đạt 79 teu, năm 2010 đạt có 27 teu, giảm hơn phân nửa so với năm 2009. Cụ thể là năm 2010 chỉ đạt được

34.18% về số tương đối và giảm 52 teu về số tuyệt đối. Điều này làm giảm 3.97% trong tổng sản lượng hàng hóa thực hiện.

Không giống như tuyến Hồ Chí Minh- Châu A, tuyến Hải Phòng- Châu A không phải là tuyến chủ lực của công ty. Bởi vì văn phòng của FGS tại Hải Phòng không phát triển mạnh như văn phòng Hồ Chí Minh, nguồn nhân lực của phòng kinh doanh tại chi nhánh Hải Phòng không hùng hậu nên đã không thể mang lại một con số khá tốt về sản lượng. Tuy nhiên, tình hình có vẻ khả quan khi sản lượng năm 2010 là 163 teu, đạt 121.64% và tăng 29 teu so với năm 2009.

Tương tự như tuyến Hải Phòng- Châu A thì sản lượng mang về từ tuyến Hải Phòng- Châu Âu chiếm tỷ trọng không cao so với tổng sản lượng thực hiện. Nhưng dựa vào bảng thông kê số liệu thì ta có thể thấy rằng sản lượng năm 2009 chỉ đạt 95 teu, sản lượng năm 2010 đạt 111 teu, tức là năm 2010 đã tăng lên 16 về số tuyệt đối, đạt được 116.84% và tăng 16.84% về số tương đối. Nguyên nhân góp phần vào sự gia tăng này là năm 2010 công ty đã có được hỗ trợ một lượng hàng dồi dào từ phía đại lý Châu Âu ứng hộ, cụ thể là xuất khẩu sang cảng Hamburg- Đức, Munich- Đức, Rotterdam- Hà Lan, Southampton- Anh, Oslo- Na Uy và Aarhus- Đan Mạch.

Như trên đã nói, công ty có ký kết hợp đồng giá cước vận chuyển với một số hãng tàu lớn và uy tín để khai thác tốt thị trường hàng hóa tại Châu Mỹ. Nhưng sản lượng mang về từ tuyến Hải Phòng- Châu Mỹ không khả quan như tuyến Hồ Chí Minh- Châu Mỹ. Cũng bởi vì sự non nớt về kinh nghiệm của nhân viên kinh doanh tại chi nhánh Hải Phòng và lượng hàng từ các khách hàng thân thuộc ủng hộ FGS cho tuyến Hồ Chí Minh- Châu Mỹ chỉ tập trung xuất khẩu hàng từ Hồ Chí Minh đã đem lại kết quả không mấy tốt đẹp cho công ty trong năm 2010. Cụ thể là năm 2010 công ty có được 36

teu, giảm đi 25 teu và chi đạt được 59.02%, giảm gần phân nửa so với năm 2009.

Với nguyên do công ty còn khá dè dặt khi làm việc với các đại lý ở Châu Phi nên sản lượng mang về từ thị trường Châu Phi còn rất thấp so với tổng sản lượng. Tuy nhiên, năm 2010 công ty đã có một cú lội ngược dòng khi bắt ngờ đạt được một kết quả khá mỹ mãn từ tuyến Hải Phòng- Châu Phi. Chi tiết là năm 2009, sản lượng đạt 12 teu, năm 2010 là 25 teu, tức là sản lượng năm 2010 đạt được 208.33%, tăng hơn gấp đôi so với năm 2009. Nguyên nhân khiến cho FGS có được con số khá thành công này là vì trong năm 2010 có một vài nhân viên kinh doanh đã khai thác triệt để được tuyến này và công ty có được giá cước quả cạnh tranh từ hàng tàu MOL, MSC, PIL. Theo bảng thống kê thì đây là tuyến tăng cao nhất trong năm 2010.

Tuyến tăng cao thứ hai trong bảng thông kê là Hải Phòng- Châu Úc. Năm 2009 sản lượng là 30 teu, năm 2010 là 44 teu, đạt 146.67%, tăng 14 teu về số tuyệt đối và về số tương đối là tăng 46.67% so với năm 2009. Tuy là sản lượng của tuyến này chiếm tỷ trọng còn thấp so với tổng sản lượng nhưng xét về mức độ gia tăng thì con số khá là khả quan. Điều này mang đến một hơi thở mới, một làn gió tốt khi công ty biết tập trung cùng cố và phát triển thêm cho chi nhánh tại Hải Phòng.

• Chiều hướng nhập:

Lượng hàng vận chuyển nội địa theo tuyến Hải Phòng- Hồ Chí Minh trong năm 2010 có gia tăng so với năm 2009. Biểu hình là năm 2009 có sản lượng 130 teu, năm 2010 là 158 teu, tăng 28 teu và đạt 121.54% so với năm 2009.

Bên cạnh đó thì tuyến Đà Nẵng- Hồ Chí Minh cũng có chiều hướng tăng, cụ thể là năm 2010 cao hơn năm 2009 là 1 teu, đạt được 101.28% với sản lượng năm 2010 là 79 teu. Công ty đang có chiều hướng khai thác vận

chuyên tuyến nội địa bởi vì nhờ vào lượng hàng ổn định này mà FGS có những mối quan hệ căn bản với hãng tàu, từ đó FGS sẽ có được những giá cước thật cạnh tranh cho các tuyến đi quốc tế.

Chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng sản lượng hàng nhập là tuyến Châu Á- Hồ Chí Minh. Sản lượng khai thác tuyến này trong năm 2009 là 546 teu, năm 2010 là 582 teu, đã tăng 36 teu và đạt 106.59% so với năm 2009. Nguyên nhân là do FGS có giá cước cạnh tranh từ các hãng tàu, cộng thêm phần mối quan hệ giữa FGS với các đại lý ở Châu Á khá thân thiết nên họ đã cung cấp giá cước hàng nhập thật tốt và ủng hộ hàng về Việt Nam cho FGS khá nhiều.

Tuyến Châu Âu- Hồ Chí Minh không phải là thế mạnh của FGS. Sản lượng hàng của tuyến này chỉ xuất hiện rải rác trong mỗi tháng của năm, chủ yếu dựa vào hàng của đại lý Châu Âu ủng hộ FGS bởi vì hiện nay FGS chưa có hệ thống giá cước cạnh tranh cho hàng nhập theo tuyến này và chưa tìm ra được lượng khách hàng tiềm năng chuyên nhập khẩu từ Châu Âu về Hồ Chí Minh. Vì thế sản lượng năm 2010 là 198 teu, chỉ tăng 3 teu và chỉ đạt 101.54% so với năm 2009.

Tranh đua với tuyến Châu Á- Hồ Chí Minh thì tuyến Châu Mỹ- Hồ Chí Minh cũng không kém phần quan trọng khi đóng góp vào doanh thu cho công ty. Năm 2009 sản lượng là 533 teu, năm 2010 là 569 teu, đạt được 106.75%, tăng 36 teu về số tuyệt đối và về số tương đối thì tăng 6.75%. Đây là tỷ lệ tăng cao nhất trong tất cả các tuyến hàng nhập. Các hợp đồng giá cước được ký kết giữa FGS và các hãng tàu uy tín như HANJIN, OOCL, MAERSK, MOL,... vừa áp dụng cho hàng xuất lẫn hàng nhập và đây là bước đệm cơ bản đã giúp công ty khai thác cực tốt sản lượng hàng hóa và thuyết phục được khách hàng sử dụng dịch vụ của FGS theo tuyến này.

Thị trường Châu Phi không đem lại một sản lượng hàng hóa lớn cho công ty mà nó còn chiếm tỷ trọng rất thấp trong tổng sản lượng hàng hóa nhập khẩu. Lượng hàng nhập về từ Châu Phi- Hồ Chí Minh chỉ dựa vào một vài khách hàng thân quen của công ty nhưng tốc độ nhập khẩu không cao. Điều này đã mang lại một kết quả không đẹp lắm khi năm 2010 chỉ đạt 25 teu, giảm 5 teu tương ứng giảm 16.67% so với năm 2009.

Năm 2010, công ty may mắn vì tìm được một lượng khách hàng tiềm năng chuyên nhập khẩu hàng từ Châu Úc về Hồ Chí Minh với mặt hàng là hương liệu, máy móc thiết bị và thực phẩm. Vì thế sản lượng năm 2010 là 136 teu, tăng 4.62% và đạt 104.62% so với năm 2009.

Trong các tuyến hàng nhập về Hải Phòng thì tuyến Châu Á- Hải Phòng cũng chiếm ưu thế tương tự như hàng nhập từ Châu Á về Hồ Chí Minh. Sản lượng chủ yếu nhập từ cảng Port Klang- Malaysia, cảng HongKong- Hongkong, cảng Singapore- Singapore, Jakarta- Indonesia, cảng Shanghai- Trung Quốc, cảng Manila- Philippines, ... Theo bảng thống kê thì năm 2009 có 491 teu, chiếm tỷ trọng 18.9% trong tổng sản lượng và năm 2010 có 483 teu, chiếm tỷ trọng 18.26% trong tổng sản lượng. Nhưng năm 2010 sản lượng bị giảm 8 teu và đạt 98.37%. Nguyên nhân của việc giảm phong độ này là vì các công ty vận tải bắt đầu vào cuộc cạnh tranh gay gắt, bán giá cực thấp để lấy được hàng nên FGS đã bỏ lỡ một vài cơ hội.

Có lẽ không có tuyến nào vừa chiếm tỷ trọng thấp nhất trong tổng sản lượng vừa giảm sản lượng nhiều như tuyến Châu Âu- Hải Phòng. Nhược điểm của tuyến này tương tự như tuyến Châu Âu- Hồ Chí Minh là FGS chưa có được bằng giá cạnh tranh để có đủ sức thuyết phục khách hàng ủng hộ mình. Vì thế sản lượng năm 2010 chỉ có 12 teu, đạt 37.50%, về số tương đối thì giảm 62.5% và về số tuyệt đối thì giảm 20 teu so với năm 2009.

Ngược lại với tuyến Châu Mỹ- Hồ Chí Minh là tuyến Châu Mỹ- Hải Phòng. Năm 2010 sản lượng của tuyến Châu Mỹ- Hải Phòng là 117 teu, chỉ đạt 92.13% so với năm 2009 và giảm 10 teu. Bởi vì nhân viên kinh doanh tại chi nhánh Hải Phòng chưa nhiều kinh nghiệm nên chưa khai thác được sản lượng tiềm năng nhập từ Châu Mỹ về Hải Phòng đã dẫn đến sản lượng thực hiện không cao và thậm chí là giảm trong năm 2010.

Phần trên có đề cập đến là công ty còn dè dặt khi làm việc với thị trường Châu Phi vì cách làm việc của hầu hết các đại lý Châu Phi không tốt và tình hình chính trị không ổn định nên không tạo được niềm tin cho công ty để khai thác hàng hóa trên thị trường này. Chính vì điều này mà sản lượng hàng nhập từ Châu Phi- Hải Phòng chiếm tỷ trọng rất thấp trong tổng sản lượng. Tuy nhiên năm 2010 sản lượng trên tuyến này đạt được 103.23%, tăng được 1 teu so với năm 2009 là chỉ 31 teu.

Tình hình sản lượng hàng hóa của tuyến Châu Úc- Hải Phòng cũng khá ảm đạm, chưa có thay đổi vượt bậc khi năm 2010 sản lượng là 30 teu, đạt 76.92%, giảm 23.08% về số tương đối và giảm 9 teu về số tuyệt đối so với năm 2009.

Điều đặc biệt là công ty đã khai thác rất tốt một lượng khách hàng tiềm năng chuyên nhập khẩu gỗ từ Châu Mỹ về Quy Nhơn, cụ thể là từ cảng Rio Grande- Brazil, Rio De Janeiro- Brazil, Port Elizabeth- Nam Mỹ, Montevideo- Uruguay, Buenos Aires- Argentina,... Nguyên nhân chính mà công ty có được điều này là công ty đã nỗ lực rất nhiều trong mối quan hệ với các hãng tàu chuyên tuyến như MOL, MAERSK, NYK, SAFMARINE, EVERGREEN,... để có được giá cước kỳ cạnh tranh mà thuyết phục khách hàng. Tuy nhiên năm 2010 đã bắt đầu có sự cạnh tranh từ các công ty vận tải liên tục giảm giá bán đã khiến công ty tồn thất một ít sản lượng. Cụ thể là

năm 2009 công ty đạt 236 teu, năm 2010 công ty đạt 224 teu, đã giảm 12 teu và chỉ đạt 94.92% so với năm 2009.

3.2.4 Phân tích tình hình thực hiện sản lượng theo thời gian

Bảng 3.2.4 Bảng tình hình thực hiện sản lượng theo thời gian

DVT: TEU

STT	CHỈ TIÊU	NĂM 2009		NĂM 2010		SO SÁNH (%)	CHÊNH LỆCH (+) (-)	MDAH (%)
		SẢN LƯỢNG (TEU)	TỶ TRỌNG (%)	SẢN LƯỢNG (TEU)	TỶ TRỌNG (%)			
1	QUÝ I	976	24.97	835	20.97	85.55	(141)	(3.61)
2	QUÝ II	954	24.41	922	23.16	96.65	(32)	(0.82)
3	QUÝ III	807	20.65	899	22.58	111.40	92	2.35
4	QUÝ IV	1171	29.96	1325	33.28	113.15	154	3.94
	TỔNG CỘNG	3908	100.00	3981	100.00	101.87	73	

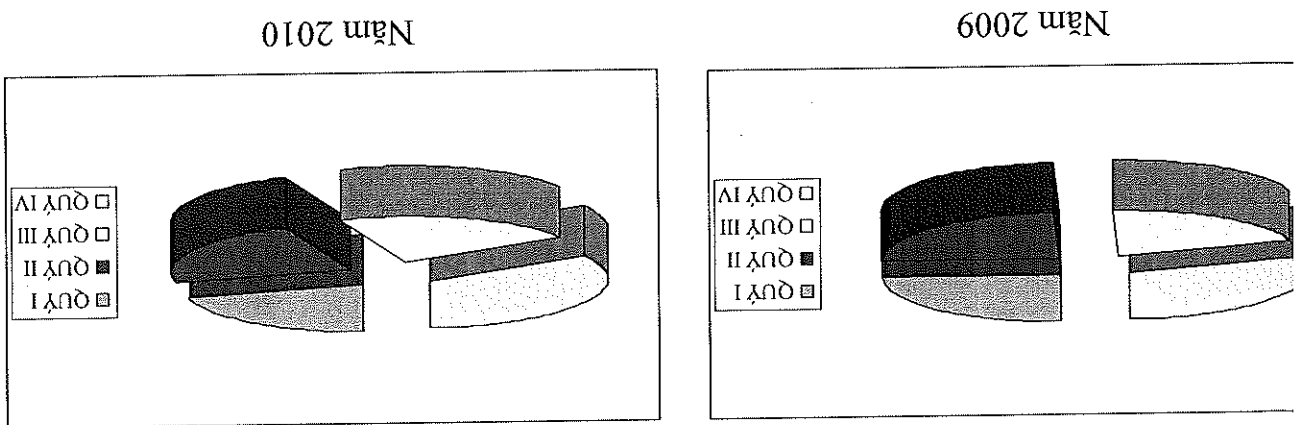
Nguồn: "Phòng chứng từ"

thực hiện sản lượng theo thời gian.

Từ bảng phân tích, nhìn chung ta có thể thấy được sản lượng của công ty tăng vào 6 tháng cuối năm 2010. Tổng sản lượng năm 2009 là 3908 teu, năm 2010 là 3981 teu, tức tăng 73 teu về số tuyệt đối, đạt 101.87% và tăng 1.87% về số tương đối so với năm 2009. Để tìm hiểu nguyên nhân tăng và giảm sản lượng theo thời gian trong năm 2010, ta bắt đầu phân tích tình hình sản lượng sản phẩm theo thời gian.

Quý I năm 2010 sản lượng đạt 835 teu, tỷ trọng là 20.97%, so với 976 teu của năm 2009 thì đạt 85.55%, giảm 141 teu về số tuyệt đối và giảm 14.45% về số tương đối so với năm 2009. Sản lượng trong quý I năm 2010 đã làm giảm ảnh hưởng đến tổng sản lượng của công ty là 3.61%. Nguyên nhân sản lượng bị giảm này là do đầu năm 2010 tình hình thị trường vẫn còn khá ảm đạm, ảnh hưởng trực tiếp từ việc biến động tỷ giá hối đoái, nhất là đồng USD đã kim hãm công việc xuất nhập khẩu của hầu hết các doanh nghiệp. Một nguyên nhân nữa làm cho lượng hàng hóa bị giảm trong quý I là vì quý I là thời điểm Tết Nguyên Đán mà thị trường chủ yếu của công ty Châu A, nên trong thời điểm này các nước trong khu vực Châu Á đều có thời gian nghỉ an Tết, hoạt động kinh doanh tạm ngưng nên ảnh hưởng đến sản lượng hàng hóa.

Biểu đồ 3.2.4: Biểu đồ tình hình thực hiện sản lượng theo thời gian



Sản lượng hàng hóa quý II năm 2010 so với 954 teu của năm 2009 là 96.65% và đạt 922 teu, chiếm tỷ trọng 23.16% trong tổng sản lượng cả năm. Giám về số tuyệt đối là 32 teu, điều này làm giảm ảnh hưởng đến tổng sản lượng 0.82% so với năm 2009. Tuy nhiên tình hình được cải thiện hơn quý I khi tốc độ giảm của quý II thấp hơn quý I. Kết thúc quý I thì tất cả các doanh nghiệp đều bắt tay vào làm việc, vào sản xuất nên sản lượng bắt đầu có chiều hướng tốt hơn nhưng các doanh nghiệp lại tiếp tục chịu ảnh hưởng của lạm phát, chi phí tăng cao, tình trạng thiếu nhân công lại xảy ra sau khi Tết Nguyên Đán kết thúc đã dẫn đến sản lượng vẫn còn thấp và đây là nguyên nhân làm cho sản lượng quý II của năm 2010 giảm 3.35% so với quý II năm 2009.

Sản lượng hàng hóa quý III năm 2010 đạt 899 teu, chiếm tỷ trọng 22.58% của cả năm 2010. Sản lượng hàng hóa quý III năm 2009 đạt 807 teu, chiếm tỷ trọng 20.65% của cả năm 2009. Tức là sản lượng thực hiện của quý III năm 2010 tăng 92 teu, đạt 111.40% so với quý III năm 2009. Mùa cao điểm bắt đầu từ đây, các doanh nghiệp khẩn trương gia tăng sản xuất kinh doanh, thị trường hàng hóa sôi động hơn nên cầu vận chuyển cũng tăng theo. Chính vì điều này đã giúp cho việc cải thiện sản lượng của quý III năm 2010.

Tốc độ tăng sản lượng hàng hóa quý IV năm 2010 còn cao hơn quý III năm 2010, đạt được 1325 teu, chiếm tỷ trọng 33.28% của sản lượng cả năm, đã tăng được 154 teu, đạt 113.15% so với 1171 teu của năm 2009. Lý giải cho con số tăng này là vì quý IV là thời gian nhả cảm nhất trong năm, hầu hết các doanh nghiệp đều lao vào công cuộc chạy đua với sản phẩm, với doanh thu cuối năm và tất cả đều chạy nước rút để xuất hết các hàng tồn kho hay nhập một lượng hàng khổng lồ nhằm phục vụ cho nhu cầu người dân trong dịp Tết Nguyên Đán sắp tới. Cuộc chạy đua này đã giúp công ty mang

về một sản lượng lớn và quý IV đã chiếm tỷ trọng cao nhất trong 4 quý năm

2010.

Tóm lại tổng sản lượng hàng hóa năm 2010 tăng không đáng kể so với tổng sản lượng hàng hóa năm 2009. Cụ thể là năm 2009 có sản lượng 3908 teu, năm 2010 có 3981 teu, chỉ tăng thêm 73 teu và đạt 101.87%. Tuy tốc độ tăng không đáng kể (chỉ tăng 1.87%) nhưng điều này cũng là quá tốt trong thời buổi kinh tế khó khăn như hiện nay. Tỷ giá đồng USD liên tục tăng cao đã gây không ít khó khăn cho các doanh nghiệp chuyên xuất nhập khẩu hàng hóa mà các doanh nghiệp này giảm sản lượng thì các doanh nghiệp vận tải cũng sẽ giảm theo nhưng FGS thì không, cụ thể là đã tăng được 1.87% so với năm 2009. Để con số này được cao hơn, công ty nên củng cố và tổ chức tốt công việc tạo dựng mối quan hệ với khách hàng và với hàng tàu. Với khách hàng là để họ tiếp tục và sẽ sử dụng dịch vụ do FGS cung cấp, còn với hàng tàu là để FGS có được những giá cước thật ưu đãi, thật cạnh tranh phục vụ cho việc “danh đầu tư”.

3.3 Phân tích tình hình thực hiện chi phí

3.3.1 Mục đích

Việc phân tích chi tiết nhằm mục đích là tìm hiểu về tỷ trọng các loại chi phí trong giá vốn hàng bán để biết được các chi phí chủ yếu, tìm nguyên nhân gây biến động các nhân tố, dẫn đến biến động giá vốn hàng bán. Từ đó tìm cách khắc phục giảm bớt các chi phí chi không hợp lý, tránh trường hợp tăng chi phí không cần thiết nhằm giảm tổng chi phí của công ty xuống, tạo điều kiện tăng cao kết quả hoạt động kinh doanh của công ty, tăng cao lợi nhuận cũng chính là tăng cao đời sống xã hội, tăng cao đời sống tinh thần của nhân viên.

3.3.2 Ý nghĩa

Tổng chi phí là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ hao phí về lao động sống và lao động vật hóa cho sản xuất kinh doanh trong một kỳ nhất định là một tháng, một quý, nửa năm, chín tháng hay một năm.

Tổng chi phí là chỉ tiêu chất lượng tổng hợp quan trọng, là một trong những yếu tố cơ bản ảnh hưởng đến lợi nhuận của doanh nghiệp. Lợi nhuận cao là mong muốn của mọi nhà kinh doanh. Nhưng lợi nhuận cao nhờ việc tăng giá cước vận chuyển là một điều khó thực hiện vì hiện nay có rất nhiều công ty hoạt động trong ngành Logistics, tính cạnh tranh rất gay gắt. Do đó chỉ có một cách để tăng lợi nhuận là giảm chi phí hoạt động kinh doanh của công ty

Chi phí hoạt động kinh doanh biểu hiện trình độ về việc quản lý sử dụng vốn các loại, trình độ tổ chức sản xuất quản lý lao động và trình độ kinh doanh của doanh nghiệp. Giảm chi phí hoạt động kinh doanh tạo điều kiện tăng lợi nhuận, có điều kiện cạnh tranh trên thị trường, góp phần nâng cao mức sống cho xã hội. Nhưng giảm chi phí không đơn thuần là giảm mọi chi phí, mà phải biết tăng, giảm các loại chi phí một cách phù hợp Muốn vậy, cần biết những khả năng có thể giảm chi phí, từ đó có phương hướng, biện pháp thực hiện. Đó là lý do ta phải phân tích tình hình thực hiện chi phí. Việc phân tích tình hình thực hiện chi phí dưới các góc độ khác nhau có thể kiểm tra tình hình sử dụng lao động, tài sản, phát hiện những bất hợp lý trong chi phí (chi phí quá nhiều, quá ít, chi không cần thiết, chi không có căn cứ...). Từ đó tìm biện pháp khắc phục.

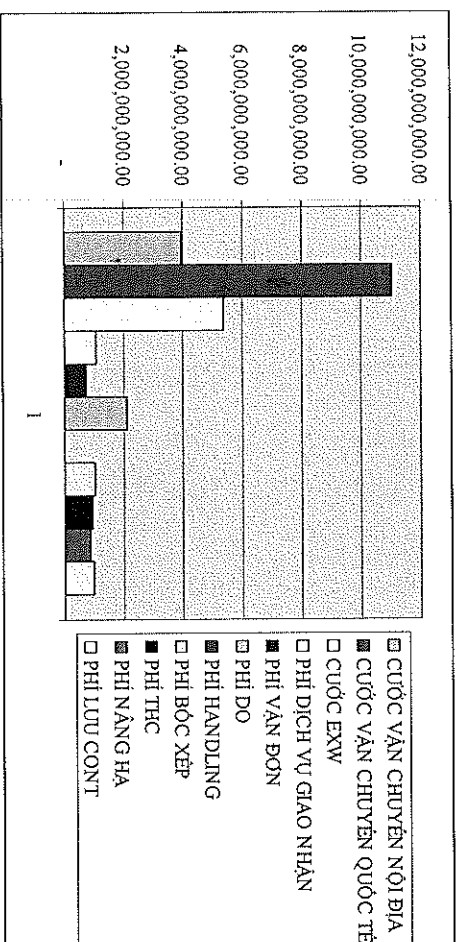
3.3.3 Phân tích tình hình thực hiện giá vốn hàng bán (Idt= 1.213)

Bảng 3.3.3 Bảng tình hình thực hiện giá vốn hàng bán

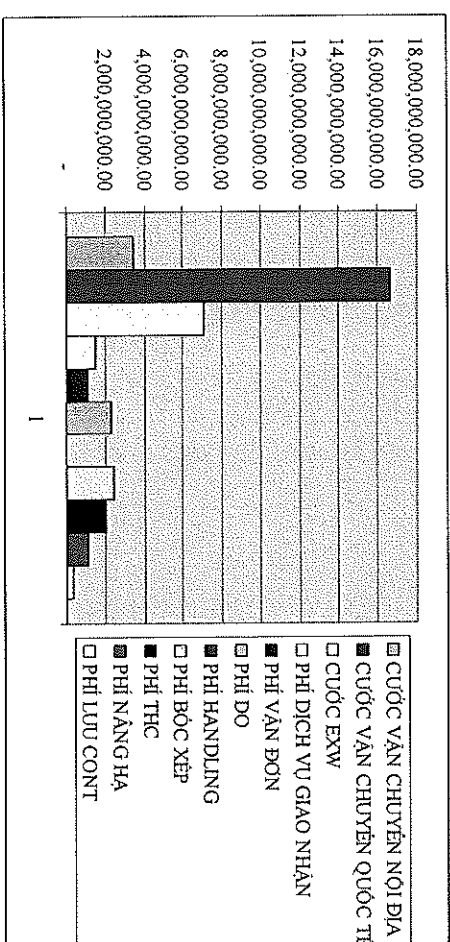
Idt= 1.213

STT	CHI TIẾT	NĂM 2009		NĂM 2010		BỘI CHI (+) TIẾT KIỆM (-)				MDAH (%)
		GIÁ TRỊ (VNĐ)	TỶ TRỌNG (%)	GIÁ TRỊ (VNĐ)	TỶ TRỌNG (%)	SO SÁNH (%)	TUYỆT ĐỐI	TƯƠNG ĐỐI		
1	CƯỚC VẬN CHUYỂN NỘI ĐỊA	3,956,551,384.27	14.09	3,417,250,577.56	9.02	86.37	(539,300,806.71)	(1,382,046,251.56)	(1.92)	
2	CƯỚC VẬN CHUYỂN QUỐC TẾ	11,026,278,829.52	39.27	16,646,551,245.26	43.95	150.97	5,620,272,415.74	3,271,675,025.05	20.02	
3	CƯỚC EXW	5,378,686,400.43	19.16	7,110,592,884.15	18.78	132.20	1,731,906,483.72	586,246,280.43	6.17	
4	PHÍ DỊCH VỤ GIAO NHẬN	1,075,475,185.41	3.83	1,505,438,440.19	3.98	139.98	429,963,254.77	200,887,040.28	1.53	
5	PHÍ VẬN ĐƠN	739,876,978.06	2.64	1,088,460,396.75	2.87	147.11	348,583,418.69	190,989,622.36	1.24	
6	PHÍ ĐÓ	2,105,039,067.38	7.50	2,267,815,189.89	5.99	107.73	162,776,122.52	(285,597,198.83)	0.58	
7	PHÍ BỐC XẾP	1,033,862,852.43	3.68	2,417,790,943.94	6.38	233.86	1,383,928,091.51	1,163,715,303.94	4.93	
8	PHÍ THC	925,294,299.40	3.30	1,987,936,194.35	5.25	214.84	1,062,641,894.95	865,554,209.18	3.78	
9	PHÍ NÂNG HẠ	857,217,905.04	3.05	1,111,183,995.85	2.93	129.63	253,966,090.81	71,378,677.03	0.90	
10	PHÍ LƯU CONT	977,137,106.05	3.48	319,645,293.97	0.84	32.71	(657,491,812.08)	(865,622,015.67)	(2.34)	
	GIÁ VỐN HÀNG BÁN	28,075,420,008.00	100.00	37,872,665,161.90	100.00	134.90	9,797,245,153.90	3,817,180,692.20		

Nguồn: "Phòng kế toán-tài chính"



Năm 2009



Năm 2010

Biểu đồ 3.3.3 Biểu đồ tình hình thực hiện giá vốn hàng bán

Tổng giá vốn hàng bán năm 2009 là 28,075,420,008 đồng, năm 2010 là 37,872,665,161,90 đồng. Như vậy năm 2010 đạt 134.90% tức là bội chi cả về số tuyệt đối 9,797,245,153.90 đồng và số tương đối 3,817,180,692.20 đồng. Do đó dễ biết được lý do bội chi này, ta phải phân tích tình hình thực hiện chi tiết giá vốn hàng bán của công ty.

Cước vận chuyển nội địa của năm 2010 là 3,417,250,577.56 đồng, tức là chỉ đạt 86.37% so với năm năm 2009, giảm 539,300,806.71 đồng về mặt tuyệt đối và giảm 1,382,046,251.56 đồng về mặt tương đối. Điều này đã làm ảnh hưởng tới mức độ giảm của giá vốn hàng bán là 1.92%.

Cước vận chuyển quốc tế năm 2010 là 16,646,551,245.26 đồng đã tăng vượt 5,620,272,415.74 về tuyệt đối và 3,271,675,025.05 đồng về tương đối, đạt 150.97% so với năm 2010. Sản lượng năm 2010 tăng 1.87% so với năm 2009 giá cước vận chuyển quốc tế tăng đến 50.97%, điều này cho ta thấy tốc độ tăng của giá cước cao hơn tốc độ tăng của sản lượng tức là việc sản lượng tăng chỉ là một nguyên nhân làm giá cước vận chuyển tăng thôi, mà nguyên nhân thứ hai là các hãng tàu đồng loạt tăng giá, áp dụng nhiều loại phụ phí vào giá cước. Việc cước vận chuyển quốc tế bội chi quá cao đã làm ảnh hưởng tới mức độ tăng của giá vốn hàng bán 20.02%.

Cước EXW là một phần tỷ trọng giá cao trong giá vốn hàng bán. Năm 2009 là 5,378,686,400.43 đồng, chiếm 19.16% tổng giá vốn hàng bán, năm 2010 là 7,110,592,884.15 đồng, chiếm 18.78% tổng giá vốn hàng bán. Điều này cho thấy năm 2010 bội chi 1,731,906,483.72 đồng về tuyệt đối và bội chi 586,246,280.43 đồng về tương đối, đã làm ảnh hưởng tới mức độ giảm của giá vốn hàng bán là 6.17%. Cước EXW bao gồm các loại cước nhỏ như là cước vận tải đường bộ, chi phí khai hải quan, lệ phí hải quan, kiểm hóa, phí vận đơn,... Nhưng giá xăng dầu năm 2010 đã tăng so với năm 2009 đã làm tăng cước vận tải đường bộ tăng theo, chi phí khai hải quan

cũng tăng theo làm phát, phí vận đơn cũng tăng, lãi xuất hiện thêm phí điện giao hàng thu từ các hãng tàu,.... Tất cả những điều này đã làm tăng cước EXW và đạt 132.20% so với năm 2009.

Phí dịch vụ giao nhận năm 2010 cũng bởi chi 429,963,254.77 đồng về tuyệt đối và 200,887,040.28 đồng về tương đối so với con số 1,075,475,185.41 đồng của năm 2009. Chúng ta cũng biết tình hình làm phát ở nước ta ngày càng gia tăng và nó cũng đã làm ảnh hưởng tăng đến moi thứ và dịch vụ giao nhận cũng không ngoại lệ. Chính vì thế việc bởi chi của phí dịch vụ giao nhận cũng đã làm ảnh hưởng đến mức độ tăng của giá vốn hàng bán là 1.53%.

Phí vận đơn năm 2010 là 1,088,460,396.75 đồng, đạt 147.11% so với năm 2009, bởi chi cả về tuyệt đối 348,583,418.69 đồng và tương đối 190,989,622.36 đồng. Sở dĩ xảy ra việc bởi chi này là vì các hãng tàu thông báo tăng phí vận đơn và sản lượng năm 2010 tăng cũng đã làm cho phí này tăng theo.

Phí DO (còn gọi là phí phát lệnh giao hàng- danh cho hàng nhập) năm 2010 là 2,267,815,189.89, đã tăng 162,776,122.52 đồng về số tuyệt đối nhưng lại tiết kiệm 285,597,198.83 đồng về số tương đối và nó đã làm ảnh hưởng đến mức độ tăng của giá vốn hàng bán 0.58%/

Phí bốc xếp năm 2010 đã tăng vọt so với năm 2009. Con số chi tiết là năm 2010 đạt 2,417,790,943.94 đồng, năm 2009 đạt 1,033,862,852.43 đồng, tức là năm 2010 tăng 1,383,928,091.51 đồng về số tuyệt đối, tăng 1,163,715,303.94 đồng về số tương đối và đạt 233.86% so với năm 2009.

Tỷ lệ thuận cùng với phí bốc xếp là phí THC. Phí này trong năm 2010 là 1,987,936,194.35 đồng, đạt 214.84% so với năm 2009, bởi chi 1,062,641,894.95 đồng về số tuyệt đối, bởi chi 865,554,209.18 đồng về số tương đối và làm ảnh hưởng đến mức độ tăng của giá vốn hàng bán là

3.78%. Lý giải cho việc bội chi phí THC là vì năm 2010 tất cả hãng tàu đồng loạt thông báo thu THC tăng và sản lượng hàng hóa năm 2010 cũng tăng nên chi phí bỏ ra cho phí này cũng tăng.

Phí nâng hạ năm 2009 là 857,217,905.04 đồng, chiếm 3.05 trong tổng giá vốn hàng bán. Phí nâng hạ năm 2010 là 1,111,183,995.85 đồng, chiếm 2.93%. Thông thường phí này sẽ thu chi hộ dùm khách hàng và vì sản lượng tăng nên phí nâng hạ cũng tăng chung. Năm 2010 phí này đạt 129.63%, tăng 253,966,090.81 đồng về số tuyệt đối, tăng 71,378,677.03 đồng về số tương đối và làm ảnh hưởng đến mức độ tăng của giá vốn hàng bán là 0.90%.

Phí lưu cont năm 2010 là 319,645,293.97 đồng, đã tiết kiệm được 657,491,812.08 đồng về số tuyệt đối và tiết kiệm 865,622,015.67 đồng về số tương đối. Điều này nói lên tốc độ làm việc và mức độ phục vụ khách hàng của công ty ngày càng được nâng cao, bộ phận giao nhận đã làm và giao hàng cho khách hàng đúng hẹn, không làm phát sinh phí lưu cont.

Như vậy, từ bảng phân tích các nhân tố ảnh hưởng tới giá vốn hàng bán ta có thể thấy được chi phí cước vận chuyển quốc tế chiếm tỷ trọng chủ yếu trong giá vốn hàng bán, vì vậy chi phí cước vận chuyển quốc tế năm 2010 tăng lên làm cho giá vốn hàng bán năm 2010 tăng lên so với năm 2009.

3.3.4 Phân tích tình hình hiện chi phí hoạt động tài chính

Chi phí hoạt động tài chính bao gồm các khoản chi phí hoặc các khoản lỗ liên quan đến các hoạt động đầu tư tài chính như chênh lệch tỷ giá và trả lãi tiền vay.

Xử lý chênh lệch tỷ giá hối đoái đánh giá lại số dư ngoại tệ cuối năm tài chính của các khoản mục tiền tệ có gốc ngoại tệ của hoạt động kinh

doanh, kế toán kết chuyển toàn bộ khoản chênh lệch tỷ giá hối đoái đánh giá lại cuối năm tài chính của hoạt động kinh doanh vào chi phí tài chính.

Lãi tiền vay của công ty chỉ là lãi vay các đối tượng khác dưới hình thức huy động vốn.

Bảng 3.3.4 Bảng tình hình thực hiện chi phí hoạt động tài chính

STT	CHỈ TIÊU	NĂM 2009		NĂM 2010		SO SÁNH (%)	BỘI CHI (+) TIẾT KIỆM (-)	MĐAH (%)
		GIÁ TRỊ (VNĐ)	TỶ TRỌNG (%)	GIÁ TRỊ (VNĐ)	TỶ TRỌNG (%)			
1	CHI PHÍ HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH DO CHÊNH LỆCH TỶ GIÁ	297,796,503	47.22	417,752,807	67.52	140.28	119,956,303.85	19.02
2	CHI PHÍ LÃI TIỀN VAY DÙNG TRONG SẢN XUẤT, KINH DOANH	332,923,681	52.78	201,000,906	32.48	60.37	(131,922,774.97)	(20.92)
	CHI PHÍ HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH	630,720,184	100.00	618,753,712.61	100.00	98.10	(11,966,471.12)	

Nguồn: "Phòng kế toán- tài chính"

Chi phí hoạt động tài chính năm 2009 là 630,720,184 đồng, chi phí hoạt động tài chính năm 2010 là 618,753,712.61 đồng, đạt 98.10% và tiết kiệm 11,966,471.12 đồng so với năm 2009.

Nguyên nhân làm cho chi phí hoạt động tài chính năm 2010 tiết kiệm được kiện 11,966,471.12 đồng là vì tốc độ giảm của chi phí lãi tiền vay dùng trong sản xuất kinh doanh của năm 2010 cao hơn tốc độ tăng của chi phí hoạt động tài chính do chênh lệch tỷ giá.

Chi phí hoạt động tài chính do chênh lệch tỷ giá trong năm 2010 là 417,752,807 đồng, đạt 140.28% và bội chi 119,956,303.85 đồng. Nguyên nhân dẫn đến việc bội chi này là vì tỷ giá hối đoái nói chung và tỷ giá đồng USD, EUR nói riêng trong năm 2010 tăng cao hơn năm 2009. Bên cạnh đó chính sách của công ty nhằm thu hút khách hàng trong thời kỳ khó khăn là phải cho họ nợ cước, thanh toán trả chậm, trong khi đó công ty phải chi trước để thanh toán tiền cước cho các hãng tàu, buộc phải chi trả nhanh để kịp có vận đơn hoặc lệnh giao hàng từ hãng tàu để giải phóng hàng cho khách hàng trong thời gian sớm nhất. Đồng thời khi làm việc với các đại lý nước ngoài, đặc biệt là Châu Âu thì ngoài tệ chính khi giao dịch với họ là EUR. Khi kết thúc một lô hàng thì đại lý sẽ gửi công nợ cho FGS theo đồng EUR nhưng vì mức độ dự trữ EUR của công ty không nhiều mà chủ yếu là mua ngoài để thanh toán. Điều này rất dễ dẫn đến sự chênh lệch tỷ giá khi thanh toán. Vì thế công ty đã phải chịu rất nhiều chênh lệch khi tỷ giá tại thời điểm thanh toán lại cao hơn tỷ giá tại thời điểm thu vào. Đây là nguyên nhân đã dẫn đến chi phí hoạt động tài chính do chênh lệch tỷ giá của năm 2010 tăng 40.28% so với năm 2009.

Khả năng xoay vốn của công ty trong năm 2010 khá tốt, đã giảm được lượng tiền vay từ ngân hàng nên chi phí lãi tiền vay dùng trong sản xuất kinh doanh năm 2010 là 201,000,906 đồng, đạt 60.37%, tiết kiệm được

131,922,774.97 đồng so với năm 2009 và làm ảnh hưởng đến mức độ giảm của chi phí hoạt động tài chính là 20.92%.

3.3.5 Phân tích tình hình thực hiện chi phí quản lý doanh nghiệp (Id= 1.213)

Bảng 3.3.5 Bảng tình hình thực hiện chi phí quản lý doanh nghiệp

STT	CHI TIẾT	NĂM 2009		NĂM 2010		SO SÁNH (%)	BỘI CHI (+) TIẾT KIỆM (-)		MĐAH (%)
		GIÁ TRỊ (VNĐ)	TỶ TRỌNG (%)	GIÁ TRỊ (VNĐ)	TỶ TRỌNG (%)		TUYẾT ĐỐI (VNĐ)	TUONG ĐỐI (VNĐ)	
1	LƯƠNG QUẢN LÝ	5,665,595,546	39.12	9,147,030,276	50.54	161.45	3,481,434,730	2,274,662,879	24.04
2	BHXH, BHYT, BHTN, KPCĐ	887,609,969	6.13	1,664,759,510.24	9.20	187.56	777,149,541	588,088,618	5.37
3	CHI PHÍ DỊCH VỤ MUA NGỎAI	984,172,272	6.80	433,341,551	2.39	44.03	(550,830,721)	(760,459,415)	(3.80)
4	CHI PHÍ TIẾP KHÁCH	570,248,149	3.94	893,986,018	4.94	156.77	323,737,869	202,275,013	2.24
5	CHI PHÍ VẬT DÙNG, VĂN PHÒNG PHẨM	437,798,512	3.02	658,406,128	3.64	150.39	220,607,616	127,356,533	1.52
6	CÔNG TÁC PHÍ	679,828,318	4.69	253,289,889	1.40	37.26	(426,538,429)	(571,341,860)	(2.95)
7	ĐIỆN THOẠI, INTERNET	689,104,354	4.76	1,095,252,783	6.05	158.94	406,148,429	259,369,201	2.80
8	CHI PHÍ XE	98,754,579	0.68	207,539,057	1.15	210.16	108,784,478	87,749,753	0.75
9	PHÍ THUÊ VĂN PHÒNG	1,731,550,693	11.96	2,232,334,372	12.33	128.92	500,783,679	131,963,381	3.46
10	HÓA ĐƠN	362,981,955	2.51	539,601,548	2.98	148.66	176,619,593	99,304,437	1.22
11	THUẾ, PHÍ VÀ LỆ PHÍ	589,104,354	4.07	229,123,119	1.27	38.89	(359,981,235)	(485,460,463)	(2.49)
12	CHI PHÍ KHÁC	1,786,473,401	12.33	745,664,772	4.12	41.74	(1,040,808,629)	(1,421,327,463)	(7.19)
	TỔNG CỘNG	14,483,222,101	100.00	18,100,329,022.48	100.00	124.97	3,617,106,921	532,180,614	

Nguồn: "Phòng kế toán-tài chính"

Tổng chi phí quản lý năm 2010 của công ty là 18,100,329,022.48 đồng, đạt 124.97% so với con số 14,483,222,101 đồng của năm 2009, về số tuyệt đối là tăng 3,617,106,921.48 đồng và tăng 532,180,613.97 đồng về số tương đối so với năm 2009. Nguyên nhân chủ yếu tăng chi phí quản lý của công ty là sự gia tăng đột biến về chi phí lương cho nhân viên. Tuy nhiên, để tìm hiểu ảnh hưởng của việc tăng chi phí lương cho nhân viên và các chi phí khác đã làm tăng chi phí quản lý của doanh nghiệp năm 2010 như thế nào thì chúng ta bắt đầu phân tích tình hình thực hiện chi phí quản lý của công ty năm 2010.

Chi phí lương quản lý năm 2009 là 5,665,595,546 đồng, năm 2010 là 9,147,030,276 đồng tức đã tăng 3,481,434,730 đồng về số tuyệt đối, tăng 2,274,662,879 đồng về số tương đối và đạt 161.45% so với năm 2009. Năm 2010 công ty chủ yếu củng cố và phát triển phòng kinh doanh, tuyển thêm nhiều nhân viên mới và có một đợt tăng lương cho toàn thể nhân viên của công ty vào tháng 1 năm 2010. Bên cạnh đó, tình hình sản lượng cũng tăng trong năm 2010 nên ngoài tiền lương ra thì nhân viên kinh doanh còn được hưởng thêm tiền hoa hồng sau khi đạt được chỉ tiêu của công ty đề ra. Do

chính là nguyên nhân làm gia tăng 61.45% chi phí lương quản lý.

Sau thời gian thử việc thì nhân viên nào được ký kết hợp đồng lao động với công ty thì đều được hưởng các chế độ cơ bản như BHXH, BHYT, KPCĐ và BHYT. Năm 2009 công ty đã chi 887,609,969 đồng và năm 2010 đã chi 1,664,759,510.24 đồng cho bốn loại phí này, tức là đạt 187.56%, tăng 777,149,541 đồng về số tuyệt đối, tăng 588,088,618 đồng về số tương đối và làm tăng đến mức độ ảnh hưởng của chi phí quản lý doanh nghiệp là 5.37%. Chi phí dịch vụ mua ngoài của công ty năm 2009 là 984,172,272 đồng, năm 2010 là 433,341,551 đồng, tiết kiệm được 550,830,721 đồng về số tuyệt đối, tiết kiệm được 760,459,415 đồng về số tương đối và giảm được

55.97% so với năm 2009. Lý giải cho việc tiết kiệm được chi phí dịch vụ mua ngoài của năm 2010 là vào năm 2009 công ty gặp nhiều sự cố, rủi ro trong kinh doanh mặc dù đây không phải lỗi chủ quan của công ty mà là do khách quan nhưng công ty vẫn phải chịu chi cho các rủi ro này nhằm mục đích tạo mối quan hệ thân thiết, thể hiện tinh thần hữu nghị với khách hàng. Sang năm 2010 thì tình hình này được cải thiện rõ rệt, vẫn còn xuất hiện rủi ro nhưng có chiều hướng giảm nhiều và điều này giúp cho chi phí dịch vụ mua ngoài giảm đáng kể và chỉ còn 44.03% so với năm 2009.

Chi phí tiếp khách năm 2010 là 893,986,018 đồng, đạt 156.77% so với 570,248,149 đồng của năm 2009, tức là tăng 323,737,869 đồng về tuyệt đối, tăng 202,275,013 đồng về tương đối. Bởi vì số lượng nhân viên tăng lên nên chi phí tiếp khách cũng phải tăng nhằm mục đích khuyến khích nhân viên chăm sóc và làm việc trực tiếp với khách hàng, đồng thời công ty cũng có tiệc tùng chiêu đãi các khách hàng thân thiết với mình nhằm giữ vững mối quan hệ bền lâu. Đây là lý do đã làm cho chi phí tiếp khách trong năm 2010 tăng 56.77% so với năm 2009.

Chi phí vật dụng, văn phòng phẩm cũng ngày càng leo thang, nhu cầu sử dụng của công ty cũng ngày càng tăng và năm 2010 công ty đã sắm thêm một số máy móc thiết bị như máy vi tính, điện thoại cho nhân viên mới, tăng cường thêm một máy in nên đã làm bội chi 220,607,616 đồng về số tuyệt đối, bội chi 127,356,533 đồng về số tương đối. Cụ thể năm 2009 chi phí là 437,798,512 đồng, năm 2010 là 658,46,128 đồng, đạt 150.39%.

Công tác phí năm 2010 là 253,289,889 đồng, tiết kiệm 426,538,429 đồng về tuyệt đối, tiết kiệm 571,341,860 đồng về tương đối và chỉ đạt 37.26% so với năm 2009. Điều này cho thấy công tác phí năm 2010 giảm đáng kể, mặc dù sản lượng tăng nhưng đa phần tăng là do hàng xuất đi từ Hồ Chí Minh hoặc nhập về Hồ Chí Minh nên nhân viên công ty không cần thiết

phải đi các tỉnh để gặp gỡ khách hàng thường xuyên. Và đây là nguyên nhân đã làm công tác phí giảm nhiều.

Nhân viên nói chung và nhân viên kinh doanh nói riêng tăng thì đương nhiên chi phí cho điện thoại, internet cũng tăng theo bởi vì đây là công cụ cần thiết và quan trọng giúp công ty liên lạc với khách hàng, đối tác và đại lý. Và điều này đã lý giải vì sao chi phí điện thoại, internet năm 2010 là 1,095,252,783 đồng, bởi chi 406,148,429 đồng về số tuyệt đối, bởi chi 259,369,201 đồng về số tương đối và đạt 158.94% so với năm 2009.

Chi phí gửi xe cho nhân viên tăng theo tỷ lệ thuận của việc tăng số lượng nhân viên, và năm 2010 công ty đã tốn thêm một khoản tiền gửi xe ở tô vì đã sắm thêm một chiếc ô tô nhằm khuyến khích và tạo điều kiện cho nhân viên thường xuyên gặp mặt khách hàng ở gần cũng như xa công với việc tòa nhà thông báo tăng giá gửi xe nên đã làm cho chi phí xe năm 2010 tăng cao. Cụ thể là năm 2010 chi phí xe tốn 207,539,057 đồng, tăng 108,784,478 đồng về tuyệt đối, tăng 87,749,753 đồng về tương đối và đạt 210.16% so với năm 2009.

Năm 2010 tòa nhà cũng thông báo tăng chi phí thuê văn phòng và công ty chính thức thuê thêm diện tích của tòa nhà để mở rộng văn phòng vào tháng 4 năm 2010 nên đã làm chi phí thuê văn phòng năm 2010 là 2,232,334,372 đồng, tăng 500,783,679 đồng về số tuyệt đối, tăng 131,963,381 đồng về số tương đối và đạt 128.92% so với năm 2009.

Hóa đơn phải chi trả trong chi phí quản lý doanh nghiệp năm 2009 là 362,981,955 đồng, năm 2010 là 539,601,548 đồng tức là tăng 176,619,593 đồng, đạt 148.66%. Tăng chi phí hóa đơn cũng làm tăng chi phí quản lý công ty năm 2010 là 1.22% so với năm 2009. Do năm 2010 sản lượng tăng nên số lượng hóa đơn cũng sử dụng nhiều hơn, thêm nữa là công ty đã đặt in hóa đơn theo mẫu riêng nên chi phí hóa đơn năm 2010 cao hơn năm 2009.

Từ đó tìm cách nâng cao doanh thu của công ty một cách hợp lý mà không phải phụ thuộc vào việc tăng giá bán quá nhiều nhằm nâng cao hơn nữa hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty.

Doanh thu bán hàng là phần doanh thu chủ yếu các công ty kinh doanh trong lĩnh vực kinh doanh vận tải. Với chi phí ổn định, tăng cao doanh thu bán hàng chính là tăng thêm lợi nhuận cho công ty do đó phần tích các chi tiết trong doanh thu bán hàng của công ty giúp đánh về tỷ trọng các loại chi phí trong giá vốn hàng bán để biết được các nguồn thu chủ yếu, tìm nguyên nhân gây giảm các doanh thu.

3.4.1 Mục đích

3.4 Phân tích tình hình thực hiện doanh thu

chi phí gửi xe cũng như chi phí hóa đơn.

dùng và văn phòng phẩm, phí thuê văn phòng, chi phí điện thoại, internet, lương quản lý, BHVH, BHYT, KPCB, BHTN, chi phí tiếp khách, chi phí vật tư, tương đối so với năm 2009 do có sự gia tăng của một số chi phí như chi phí Tôm lại, chi phí quản lý doanh nghiệp năm 2010 tăng 24.97% về số đa các chi phí phát sinh không đáng có.

2009, điều này chứng tỏ rằng công ty có xu hướng cải thiện tốt, làm giảm tới đồng. Đây là tỷ lệ giảm đáng kể mặc dù sản lượng năm 2010 nhiều hơn năm đồng về số tương đối và chỉ đạt 41.74% so với năm 2009 là 1,786,473,401 tiết kiệm được 1,040,808,629 đồng về số tuyệt đối, tiết kiệm 1,421,327,463 Chi phí khác bằng tiền của công ty năm 2010 là 745,664,772 đồng, đã giảm 2.49% về tổng chi phí quản lý của công ty so với năm 2009.

Thuế, phí và lệ phí năm 2010 là 229,123,119 đồng, giảm 359,981,235 đồng và chỉ đạt 38.89% so với năm 2009 là 589,104,354 đồng, điều này làm

Doanh thu còn dùng để tham gia góp vốn hay tham gia hoạt động kinh doanh khác. Nếu doanh thu của doanh nghiệp không đủ trả cho các khoản chi phí bỏ ra thì tình hình tài chính của doanh nghiệp sẽ gặp khó khăn. Nếu tình trạng kéo dài sẽ làm cho doanh nghiệp không đủ sức cạnh tranh trên thị trường và tất yếu sẽ phá sản. Do tầm quan trọng của doanh thu, nhất thiết cần phải phân tích tình hình thực hiện doanh thu và chỉ qua quá trình phân tích các kỳ hoạt động sản xuất kinh doanh ta mới xác định được những nhân tố khách quan, chủ quan ảnh hưởng tới doanh thu. Từ đó tìm ra biện pháp khắc phục những mặt yếu kém đồng thời phát huy những nhân tố tích cực nhằm tăng doanh thu cho cảng. Đồng thời mục đích của việc phân tích tình hình thực hiện doanh thu còn đánh giá tình độ, lập kế hoạch doanh thu có sát thực tế hay không, có dựa trên cơ sở khoa học hay không.

Doanh thu có thể tái sản xuất đơn hay tái sản xuất mở rộng. Trong trang trải các khoản chi phí sản xuất kinh doanh, đảm bảo cho doanh nghiệp sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Trước hết, đó là nguồn quan trọng của doanh nghiệp có ý nghĩa rất lớn đối với toàn bộ hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Trước hết, đó là nguồn quan trọng của doanh nghiệp có thể tái sản xuất đơn hay tái sản xuất mở rộng.

Doanh thu là toàn bộ tiền bán hàng hoặc cung cấp dịch vụ cho bên ngoài được khách hàng trả tiền. Trong các doanh nghiệp, tùy theo từng loại hoạt động sản xuất kinh doanh khác nhau mà doanh thu cũng được tính toán khác nhau. Doanh thu chủ yếu là của công ty là : cước VQQT, VC nội địa, các loại phí khác như THC, phí chạy điện, phí cấp bill vận chuyển, phí đại lý, phụ phí ...

3.4.2 Ý nghĩa

3.4.3 Phân tích tình hình thực hiện doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ

Bảng 3.4.3 Bảng tình hình thực hiện doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ

STT	CHI TIẾT	NĂM 2009		NĂM 2010		SO SÁNH (%)	CHênh LỆCH (+) (-)	MĐAH (%)
		GIÁ TRỊ (VNĐ)	TỶ TRỌNG (%)	GIÁ TRỊ (VNĐ)	TỶ TRỌNG (%)			
1	CƯỚC VẬN CHUYỂN NỘI ĐỊA	5,361,536,920.39	10.37	5,038,661,628.14	8.03	93.98	(322,875,292.24)	(0.62)
2	CƯỚC VẬN CHUYỂN QUỐC TẾ	18,842,149,854.15	36.45	20,724,741,536.22	33.05	109.99	1,882,591,682.07	3.64
3	CƯỚC EXW	10,295,536,377.35	19.92	8,328,780,983.54	13.28	80.90	(1,966,755,393.81)	(3.80)
4	PHÍ DỊCH VỤ GIAO NHẬN	1,467,689,067.30	2.84	5,791,889,486.67	9.24	394.63	4,324,200,419.37	8.36
5	PHÍ VẬN ĐƠN	1,963,984,067.16	3.80	3,043,642,629.00	4.85	154.97	1,079,658,561.84	2.09
6	PHÍ ĐO	4,210,235,915.50	8.14	5,231,201,971.66	8.34	124.25	1,020,966,056.16	1.97
7	PHÍ HANDLING	4,209,201,967.58	8.14	4,543,826,673.63	7.25	107.95	334,624,706.04	0.65
8	PHÍ BỐC XẾP	1,542,133,317.28	2.98	4,439,716,911.33	7.08	287.89	2,897,583,594.05	5.60
9	PHÍ THC	2,139,238,238.99	4.14	3,452,555,671.26	5.51	161.39	1,313,317,432.27	2.54
10	PHÍ NÀNG HẠ	1,025,159,359.09	1.98	846,048,610.45	1.35	82.53	(179,110,748.64)	(0.35)
11	PHÍ LƯU CONT	640,530,734.20	1.24	1,275,658,171.73	2.03	199.16	635,127,437.53	1.23
	TỔNG DOANH THU BÁN HÀNG VÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ	51,697,395,819.00	100.00	62,716,724,273.64	100.00	121.32	11,019,328,454.64	

Nguồn: "Phòng kế toán-tài chính"

Theo bảng thông kê trên, ta có thể thấy doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ năm 2010 cao hơn doanh thu năm 2009 là 11,019,328,454.64 đồng về số tuyệt đối và đạt 121.32% so với năm 2009.

Doanh thu từ cuộc vận chuyển nội địa năm 2009 là 5,361,536,920.39 đồng, còn năm 2010 là 5,038,661,628.14 đồng tức đã giảm 322,875,292.24 đồng và đạt 93.98% so với năm 2009. Thị trường hàng vận chuyển nội địa vô cùng nóng bỏng trong năm 2010 và giá cước vận chuyển không ổn định, luôn thay đổi theo mỗi tuần đã làm cho sản lượng hàng hóa nội địa năm 2010 thấp hơn năm 2009. Đồng thời các chủ hàng thường hợp tác với các hãng tàu để vận chuyển hàng nội địa hơn là các công ty giao nhận. Điều này đã làm ảnh hưởng tới doanh thu từ cuộc vận chuyển nội địa và nó đã giảm 6.02%.

Yếu tố chính đã giúp tỷ lệ doanh thu tăng cao là doanh thu từ cuộc vận chuyển quốc tế. Năm 2010, con số doanh thu là 20,724,741,536.22 đồng, đạt được 109.99% và tăng 1,882,591,682.07 đồng so với năm 2009 là 18,842,149,854.15 đồng. Sản lượng hàng hóa chủ yếu của công ty là vận chuyển quốc tế mà sản lượng năm 2010 lại cao hơn năm 2009 và điều này tỷ lệ thuận với việc tăng doanh thu từ cuộc vận chuyển quốc tế. Bởi vì tỷ lệ tăng của sản lượng không cao (1.87%) nên tỷ lệ tăng của doanh thu cũng không cao lắm (9.99%).

Doanh thu cuộc EXW của năm 2010 là 8,328,780,983.54 đồng, chiếm tỷ trọng 13.28% tổng doanh thu. Năm 2009 là 10,295,536,377.35 đồng, chiếm tỷ trọng 19.92% tổng doanh thu, tức là đã giảm 1,966,755,393.81 đồng và chỉ đạt 80.90% so với năm 2009. Điều này đã làm ảnh hưởng đến mức độ giảm của tổng doanh thu là 3.8%.

Doanh thu từ phí dịch vụ giao nhận năm 2010 đã tăng vượt trội, gần bốn lần so với năm 2009. Cụ thể là năm 2009 chỉ đạt 1,467,689,067.30

đồng, năm 2010 đạt 5,791,889,486.67 đồng, cao hơn năm 2009 là 4,324,200,419.37 đồng và đạt được 394.63%. Lý giải cho việc gia tăng đột biến này là vì ngày càng có nhiều khách hàng có khuynh hướng thuê dịch vụ ngoài để khai thuê hải quan khi hàng xuất đi hoặc khi hàng nhập về và năm bắt được thì hiệu này nên công ty đã khai thác triệt để nhu cầu này bằng cách chào mức giá thật cạnh tranh và nhất là giao hàng cho khách trong thời gian sớm nhất, đúng hẹn. Điều này đã mang về cho công ty với mức doanh thu thật tuyệt vời.

Doanh thu từ phí vận đơn năm 2010 là 3,043,642,629.00 đồng, cao hơn năm 2009 là 1,079,658,561.84 đồng, đạt được 154.97% so với năm 2009. Nguyên nhân là vì công ty vừa thu phí vận đơn từ khách hàng đi hàng nguyên cont, khách hàng đi hàng lẻ và cả hàng consol mà một cont consol hàng xuất có rất nhiều vận đơn, từ năm trở lên nên doanh thu mang lại từ phí này khá cao.

Tương tự như phí vận đơn thì công ty cũng thu phí này từ khách hàng đi hàng nguyên cont, hàng lẻ và cả hàng consol mà một cont consol hàng nhập cũng có rất nhiều DO, ít nhất là năm DO nên doanh thu từ phí DO này cũng tăng. Cụ thể là năm 2010 tăng 1,020,966,056.16 đồng và đạt được 124.25% so với con số 4,210,235,915.50 đồng của năm 2009.

Đôi với hàng nhập thì xuất hiện phí Handling. Phí này không có phát sinh chi phí mà công ty vẫn thu được từ khách hàng, phí này được gọi nôm na là phí chăm sóc hàng hóa cho khách hàng. Sản lượng hàng nhập cảng cao thì doanh thu phí Handling sẽ càng cao và năm 2010 doanh thu là 4,543,826,673.63 đồng, tăng 334,624,706.04 đồng và đạt được 107.95% so với năm 2009.

Trong năm 2010, tình hình trao đổi cont consol giữa FGS và các đại lý khá thuận lợi và phát triển nên doanh thu phí bốc xếp và phí THC, cũng từ

đó mà tăng theo, bên cạnh sản lượng năm 2010 cao hơn năm 2009 cũng làm cho doanh thu từ hai phí này tăng. Cụ thể doanh thu phí bốc xếp năm 2010 là 4,439,716,911.33 đồng, đã tăng 2,897,583,594.05 đồng và đạt 287.89% so với năm 2009. Còn doanh thu phí THC năm 2009 là 2,139,238,238.99 đồng, năm 2010 là 3,452,555,671.26 đồng, tức là tăng 1,313,317,432.27 đồng và đạt 161.39% so với năm 2009.

Doanh thu năm 2010 của phí lưu cont là 1,275,658,171.73 đồng, đạt được 199.16% và tăng 635,127,437.53 đồng so với năm 2009. Phí này thông thường là thu chi hộ dùm khách hàng nhưng có một số khách hàng không năm bắt được biểu giá lưu cont của hãng tàu nên công ty vẫn có thể có được doanh thu từ phí này.

3.4.4 Phân tích tình hình thực hiện doanh thu hoạt động

tài chính

Doanh thu hoạt động tài chính bao gồm các khoản thu từ các hoạt động liên doanh, liên kết, góp vốn, cho thuê tài sản, lãi tiền gửi, lãi tiền cho vay, thu từ hoạt động mua bán chứng khoán, hoàn nhập khoản dự phòng giảm giá chứng khoán đã trích năm trước nhưng sử dụng không hết. Tài công ty TNHH Giao Nhân Sao Vàng, doanh thu hoạt động tài chính bao gồm thu do chênh lệch tỷ giá và lãi từ tiền gửi ngân hàng.

Bảng 3.4.4 Bảng tình hình thực hiện doanh thu hoạt động tài chính

STT	CHI TIẾT	NĂM 2009		NĂM 2010		SO SÁNH (%)	CHÊNH LỆCH (+) (-)	MDAH (%)
		GIÁ TRỊ (VNĐ)	TỶ TRỌNG (%)	GIÁ TRỊ (VNĐ)	TỶ TRỌNG (%)			
1	CHÊNH LỆCH TỶ GIÁ	561,580,612.57	63.07	602,538,379	56.22	107.29	40,957,766.53	4.60
2	TÌỀN GỬI NGÂN HÀNG	328,827,842.43	36.93	469,212,562	43.78	142.69	140,384,719.60	15.77
	DOANH THU HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH	890,408,455.00	1.69	1,071,750,941.13	1.68	120.37	181,342,486.13	0.34

Nguồn: "Phòng kế toán- tài chính"

Doanh thu hoạt động tài chính của FGS năm 2009 là 890,408,455 đồng, năm 2010 là 1,071,750,941.13 đồng, tức là doanh thu năm 2010 tăng 181,342,486.13 đồng và đạt 120.37% so với năm 2009.

Bên cạnh việc công ty bị bội chi trong phần chi phí hoạt động tài chính do chênh lệch tỷ giá thì công ty cũng có một ít doanh thu từ chênh lệch tỷ giá. Trong năm 2010, một số khách hàng thân thiết của công ty chuyển thanh toán tiền vào cuối tháng cho tất cả các lô hàng phát sinh trong tháng thì khi thanh toán lại xảy ra chuyển tỷ giá của ngày thanh toán từ những khách hàng này lại cao hơn tỷ giá mà công ty đã tiến hành chi trả tiền cuộc cho hãng tàu hoặc đại lý nước ngoài trước đó. Chính vì điều này đã giúp cho công ty có doanh thu hoạt động tài chính do chênh lệch tỷ giá vào năm 2010 đạt 602,538,379 đồng, tăng 40,957,766.53 đồng và đạt được 107.29% so với năm 2009.

Doanh thu từ tiền gửi ngân hàng năm 2009 là 328,827,842.43 đồng, năm 2010 là 469,212,562 đồng, tăng 140,384,719.60 đồng và đạt 142.69% so với số tiền 328,827,842.43 của năm 2009. Tăng doanh thu lãi tiền gửi ngân hàng làm cho tổng doanh thu về hoạt động tài chính của công ty tăng 0.34% so với năm 2009.

3.5 Phân tích tình hình thực hiện lợi nhuận và tỷ suất lợi nhuận

3.5.1 Mục đích

Mục đích phân tích tình hình thực hiện chỉ tiêu lợi nhuận của doanh nghiệp nhằm đánh giá khái quát kết quả sản xuất kinh doanh cũng như các hoạt động khác. Giúp ta xác định các nhân tố, các nguyên nhân ảnh hưởng đến lợi nhuận và xác định xu hướng phát triển cho doanh nghiệp trong tương lai.

3.5.2 Ý nghĩa

Lợi nhuận là kết quả tài chính cuối cùng của các hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp. Là chỉ tiêu chất lượng đánh giá kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Lợi nhuận cao, thấp sẽ quyết định quyên từ chủ về tài chính, từ chủ về hoạt động sản xuất kinh doanh, quyết định khả năng thực hiện nghĩa vụ đối với nhà nước và quyết định quy mô các quỹ của doanh nghiệp.

Việc phân tích chỉ tiêu lợi nhuận sẽ bóc tách các loại lợi nhuận, tìm rõ nguyên nhân để giúp cho người quản lý doanh nghiệp thấy rõ kết quả các hoạt động của doanh nghiệp, thấy được khả năng của doanh nghiệp mạnh, yếu như thế nào để từ đó có biện pháp thích ứng.

3.5.3 Phân tích tình hình thực hiện lợi nhuận

Bảng 3.5.3 Bảng tình hình thực hiện lợi nhuận

STT	CHI TIẾT	ĐƠN VỊ	NĂM 2009	NĂM 2010	SỐ SÁNH (%)	CHÉNH LỆCH (+) (-)
1	TỔNG DOANH THU	VND	52,587,804,274.00	63,788,475,214.77	121.30	11,200,670,941
2	TỔNG CHI PHÍ	VND	43,189,362,292.99	56,591,747,896.99	131.03	13,402,385,604
3	LỢI NHUẬN THUẦN	VND	9,039,620,930	6,849,140,167.30	75.77	(2,190,480,762)
4	TỔNG LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ	VND	9,039,620,930	6,849,140,167.30	75.77	(2,190,480,762)
5	THUẾ TNDN	VND	2,090,412,340.01	1,712,285,041.83	81.91	(378,127,298)
6	LỢI NHUẬN SAU THUẾ	VND	6,949,208,590	5,136,855,125.48	73.92	(1,812,353,464)

Nguồn: “Phòng kế toán- tài chính”

Từ bảng phân tích trên cho ta thấy mức độ tăng của tổng chi phí cao hơn mức độ tăng của tổng doanh thu nên lợi nhuận của năm 2010 đã thấp hơn lợi nhuận của năm 2009.

Trong năm 2010, tổng chi phí của công ty so với năm 2009 đạt 131.03%, tăng 31.03% hay tăng về giá trị tuyệt đối là 13,402,385,604 đồng. Tổng chi phí của công ty bao gồm chi phí giá vốn hàng bán, chi phí hoạt động tài chính và chi phí quản lý doanh nghiệp. Trong đó chi phí giá vốn hàng bán tăng 34.90% và chi phí quản lý doanh nghiệp cũng tăng 24.97%, chỉ có chi phí hoạt động tài chính giảm 1.90% nhưng tốc độ tăng của chi phí giá vốn hàng bán và chi phí quản lý doanh nghiệp cao hơn tốc độ giảm của chi phí hoạt động tài chính.

Về doanh thu năm 2010 của công ty đạt 121.30%, tăng 21.30% hay tăng về giá trị tuyệt đối là 11,200,670,941 đồng. Tổng doanh thu của công ty chủ yếu bao gồm doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ và doanh thu hoạt động tài chính mà cả hai loại doanh thu này cùng tăng đã dẫn đến tổng doanh thu của công ty tăng là điều hiển nhiên.

Từ số liệu chi phí và doanh thu như trên, ta có thể thấy lợi nhuận thuần của công ty trong năm 2010 đã giảm 2,190,480,762 đồng và chỉ đạt 75.77% tức là giảm 24.23% so với năm 2009. Mặc dù tổng chi phí và tổng doanh thu trong năm 2010 đều tăng nhưng vì tốc độ tăng của tổng chi phí lại cao hơn tốc độ tăng của tổng doanh thu nên lợi nhuận thuần vẫn giảm. Không có số liệu cho chỉ tiêu lợi nhuận khác bởi vì công ty chỉ đơn thuần kinh doanh về dịch vụ logistics nên đã không có lợi nhuận từ các hoạt động khác. Chính vì thế số liệu của tổng lợi nhuận trước thuế giống như số liệu của lợi nhuận thuần.

Do lợi nhuận trước thuế năm 2010 giảm nên thuế thu nhập doanh nghiệp năm 2010 cũng giảm. Cụ thể là thuế thu nhập doanh nghiệp năm

2010 giảm 378,127,298 đồng, chỉ đạt 81.91%. Xét tổng thể thì lợi nhuận của công ty năm 2010 tụt giảm so với năm 2009 do các nguyên nhân như đã nêu trên.

3.5.4 Phân tích tình hình thực hiện tỷ suất lợi nhuận

Lợi nhuận tuyệt đối chỉ phản ánh được kết quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp về mặt quy mô. Nó không chỉ chịu ảnh hưởng của chất lượng công tác của doanh nghiệp mà còn chịu ảnh hưởng của quy mô sản xuất. Để đánh giá đúng đắn chất lượng công tác của doanh nghiệp ta phải dùng các chỉ tiêu chất lượng, đó chính là tỷ suất lợi nhuận.

- Tỷ suất lợi nhuận theo doanh thu (ROS: Return on sales)

Là tỷ lệ của tổng số lợi nhuận thu được từ các hoạt động sản xuất kinh doanh phát sinh trong năm của doanh nghiệp chia cho tổng doanh thu thuần của doanh nghiệp do tiêu thụ sản phẩm, hàng hóa, cung cấp các dịch vụ và các thu nhập khác.

$$\eta_{DT} = \frac{P_{ST}}{DT} \text{ (lần)}$$

Trong đó:

P_{ST} : lợi nhuận sau thuế

DT: doanh thu

Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu phản ánh: kết quả tiêu thụ được một đồng doanh thu thì được bao nhiêu đồng lợi nhuận.

- Tỷ suất lợi nhuận theo vốn chủ hữu (ROE: Return on equity).

$$\eta_V = \frac{P_{ST}}{V_{SH}} \text{ (lần)}$$

Trong đó:

P_{ST} : lợi nhuận sau thuế

V_{SH} : vốn chủ sở hữu

Là tỷ lệ của tổng số lợi nhuận sau thuế thu được từ các hoạt động sản

xuất kinh doanh phát sinh trong năm của doanh nghiệp chia cho tổng nguồn

vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp.

Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu phản ánh: một đồng vốn

tự có bỏ ra trong năm sinh lời được bao nhiêu đồng lợi nhuận

- Tỷ suất lợi nhuận theo tổng tài sản (ROA: Return on assets).

$$\eta_{TS} = \frac{P_{ST}}{TS} \text{ (lần)}$$

Trong đó:

P_{ST} : lợi nhuận sau thuế

TS : tài sản

Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản được sử dụng để đánh giá tính hiệu quả của việc sử dụng nguồn tài chính, không quan tâm đến xuất xứ nguồn tài chính này.

Bảng 3.5.4 Bảng tình hình thực hiện tỷ suất lợi nhuận

STT	CHI TIẾT	ĐƠN VỊ	NĂM 2009	NĂM 2010	SỐ SÁNH (%)	CHÉNH LỆCH (+) (-)
1	TỔNG DOANH THU	VND	52,587,804,274.00	63,788,475,214.77	121.30	11,200,670,941
2	TỔNG CHI PHÍ	VND	43,189,362,292.99	56,591,747,896.99	131.03	13,402,385,604
3	TỔNG LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ	VND	9,039,620,930	6,849,140,167.30	75.77	(2,190,480,762)
4	LỢI NHUẬN SAU THUẾ	VND	6,949,208,590	5,136,855,125.48	73.92	(1,812,353,464)
5	TỔNG TÀI SẢN	VND	12,887,364,762.02	13,959,815,488	108.32	1,072,450,725.98
6	VỐN CHỦ SỞ HỮU	VND	8,946,614,441	9,074,022,844	101.42	127,408,403
7	TỶ SUẤT LỢI NHUẬN					
7.1	THEO DOANH THU (ROS)	%	13.21	8.05	60.94	(5.16)
7.2	THEO TÀI SẢN (ROA)	%	53.92	36.80	68.24	(17.13)
7.3	THEO VỐN CHỦ SỞ HỮU (ROE)	%	77.67	56.61	72.88	(21.06)

Nguồn: “Phòng kế toán- tài chính”

Hệ thống thuế được coi là phù hợp không chỉ dựa vào các sắc thuế nhiều hay ít, mục tiêu đơn thuần là động viên tài chính mà được phân tích cho tất cả các doanh nghiệp và các thành phần kinh tế trong cả nước.

Thuế và các khoản nộp vào ngân sách nhà nước là khoản thu bất bộc

nhà nước

3.6 Phân tích tình hình thực hiện nghĩa vụ đối với ngân sách

thấp hơn ROA năm 2009 và chỉ đạt 68.24% so với năm 2009. ra 0.3680 đồng lợi nhuận sau thuế. Điều này cho ta thấy ROA năm 2010 còn ROS năm 2010 là 36.80% có nghĩa là cứ đầu tư một đồng tài sản sẽ tạo nghĩa là đầu tư một đồng tài sản sẽ tạo ra 0.5392 đồng lợi nhuận sau thuế, Tỷ suất lợi nhuận theo tổng tài sản (ROA) năm 2009 là 53.92% có %, giảm 27.12 %.

theo vốn chủ sở hữu (ROE) trong năm 2010 so với năm 2009 chỉ đạt 72.88 bằng năm 2009. Với số liệu như bảng trên ta có thể thấy tỷ suất lợi nhuận này trong năm 2010 công ty đã sử dụng vốn chủ sở hữu không hiệu quả chủ sở hữu vào sử dụng thì chỉ tạo ra 0,5661 đồng lợi nhuận sau thuế, như 0,7767 đồng lợi nhuận sau thuế trong khi năm 2010 cứ đưa ra một đồng vốn Năm 2009 cứ đưa ra một đồng vốn chủ sở hữu vào sử dụng thì tạo ra cho tỷ suất lợi nhuận theo doanh thu giảm.

tốc độ giảm của lợi nhuận sau thuế nhanh hơn tốc độ tăng của doanh thu làm với năm 2009 và lợi nhuận sau thuế năm 2010 giảm so với năm 2009 nhưng năm 2009 đạt 60.94 %, giảm 39.06 %. Mặc dù doanh thu năm 2010 tăng so ra 0,0805 đồng lợi nhuận sau thuế, điều đó cho thấy ROS năm 2010 so với trong khi ROS năm 2010 đạt 8.05 % nghĩa là cứ một đồng doanh thu lại tạo có nghĩa là cứ một đồng doanh thu tạo ra 0,1321 đồng lợi nhuận sau thuế Tỷ suất lợi nhuận theo doanh thu (ROS) trong năm 2009 là 13.21 %

một cách toàn diện mối quan hệ chặt chẽ giữa yêu cầu về phát triển kinh tế lành mạnh với đời sống xã hội , không đòi lập với quyền lợi và khả năng đóng góp của nhân dân. Do đó , các tổ chức và cá nhân thuộc diện nộp thuế phải thực hiện nghiêm túc , đầy đủ , đúng thời gian quy định.

Bảng 3.6 Bảng tình hình thực hiện nghĩa vụ đối với ngân sách nhà nước

STT	CHI TIẾT	NĂM 2009	NĂM 2010	SỐ SÁNH (%)	CHÊNH LỆCH (+) (-)
1	THUẾ	2,711,228,983	2,326,852,053.79	85.82	(384,376,929.70)
1.1	THUẾ THU NHẬP DOANH NGHIỆP	2,090,412,340	1,712,285,041.83	81.91	(378,127,298.18)
1.2	THUẾ THU NHẬP CÁ NHÂN	143,112,943	231,053,984.77	161.45	87,941,041.28
1.3	THUẾ GTGT	474,703,700	380,513,027.19	80.16	(94,190,672.80)
1.4	THUẾ MÔN BÀI	3,000,000	3,000,000.00	100.00	-
2	BHXH, BHYT, BHTN, KPCD	887,609,969	1,664,759,510.24	187.56	777,149,541.37
2.1	BHXH	604,330,192	1,170,819,875.33	193.74	566,489,683.76
2.2	BHYT	113,311,911	219,528,726.62	193.74	106,216,815.71
2.3	BHTN	56,655,955	91,470,302.76	161.45	34,814,347.30
2.4	KPCD	113,311,911	182,940,605.52	161.45	69,628,694.60
	TỔNG CỘNG	3,598,838,952	3,991,611,564	110.91	392,772,611.67

Nguồn: "Phòng kế toán- tài chính"

Qua bảng phân tích tình hình thực hiện nghĩa vụ đối với ngân sách nhà nước của công ty năm 2010 ta nhận thấy rằng công ty thực hiện nghĩa vụ đối với ngân sách nhà nước khá tốt, nó thể hiện ở trong năm công ty chấp hành tốt thanh quyết toán với nhà nước và trong 3 năm liên công ty đạt được huy chương khen thưởng là doanh nghiệp đóng thuế sớm nhất phường Đa Kao, quận 1.

Tổng thuế và nghĩa vụ với ngân sách nhà nước của năm 2009 là 3,598,838,952 đồng, năm 2010 là 3,991,611,564 đồng, đạt 110.91%, tăng 10.91% cũng như tăng về giá trị tuyệt đối là 392,772,611.67 đồng so với năm 2009.

Thuế thu nhập doanh nghiệp năm 2010 là 1,712,285,041.83 đồng, đạt 81.91% và giảm 378,127,298.18 đồng về số tuyệt đối so với năm 2009, lý do là vì tổng lợi nhuận trước thuế năm 2010 giảm nên kéo theo thuế thu nhập doanh nghiệp cũng giảm.

Thuế thu nhập cá nhân năm 2010 là 231,053,984.77 đồng, đạt 161.45% và tăng 87,941,041.28 đồng so với con số 143,112,943 đồng của năm 2009. Thuế thu nhập cá nhân của năm 2010 cao hơn năm 2009 bởi vì số lương nhân viên năm 2010 cao hơn năm 2009 và vào tháng 1 năm 2010 công ty quyết định tăng lương cho toàn thể nhân viên với mức dao động từ 500 000 đồng đến 2 000 000 đồng.

Thuế GTGT là loại thuế gián thu, đối tượng nộp thuế là các tổ chức, cá nhân thuộc mọi thành phần kinh tế có hoạt động kinh doanh và có doanh thu. Thuế GTGT năm 2009 đạt 474,703,700 đồng, thuế GTGT năm 2010 là 380,513,027.19 đồng, đạt 80.16% và giảm 94,190,672.80 đồng, ảnh hưởng tới mức giảm phải nộp cho ngân sách nhà nước là 3.47%.

Thuế môn bài năm 2010 so với năm 2009 không thay đổi, là 3 000 000 đồng nên ko làm ảnh hưởng tới mức tăng nghĩa vụ với ngân sách nhà

nước.

Bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, bảo hiểm thất nghiệp, kinh phí công đoàn năm 2010 là 1,664,759,510.24 đồng, tăng 777,149,541.37 đồng và đạt 187.56% so với năm 2009. Chi phí lương và số lương nhân viên trong năm 2010 cao hơn năm 2009 đã dẫn đến BHXH, BHYT, BHTN, KPCĐ trong năm 2010 cũng tăng.

Sản lượng thực hiện trong năm 2010 tăng 1.87%, tổng chi phí tăng 31.03% và tổng doanh thu năm 2010 cũng tăng 21.30% so với năm 2009 nhưng tốc độ tăng của tổng chi phí nhanh hơn tốc độ tăng của tổng doanh thu đã làm cho lợi nhuận trước thuế năm 2010 giảm 24.23% và lợi nhuận sau thuế giảm 26.08% so với năm 2009.

Chính vì sản lượng thực hiện trong năm 2010 tăng nên doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ năm 2010 cũng tăng 21.32% và giá vốn hàng bán năm 2010 tăng 34.90% so với năm 2009 nhưng tốc độ tăng của giá vốn hàng bán lại nhanh hơn tốc độ tăng của doanh thu thuần nên lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ tăng không đáng kể, chỉ 5.17% so với năm 2009.

Mặc dù kết quả kinh doanh trong năm 2010 sụt giảm so với năm 2009 nhưng đó là tình hình kinh doanh trong năm 2010 sụt giảm so với năm 2009. Tuy nhiên với sự nỗ lực của toàn thể công nhân viên của toàn công ty, nhìn chung trong năm 2010 tình hình kinh doanh không sút giảm nhiều, vẫn qua được giai đoạn khủng hoảng với nguồn thu tương đối.

Văn phòng quản lý tổ chức kinh doanh cùng các nhân viên của công ty đều có tinh thần làm việc đoàn kết, hiệu quả, hỗ trợ lẫn nhau trong quá trình hoạt động nhằm góp phần đem lại lợi nhuận, cơ hội phát triển trong thị trường cạnh tranh gay gắt như hiện nay và sẽ phát triển hơn trong tương lai.

Tuy còn nhiều hạn chế trong hoạt động kinh doanh cũng như công tác quản lý, đồng thời với sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường hiện nay đã gây không ít khó khăn cho công ty. Song, bằng chính sự nỗ lực không ngừng của công ty và bằng chính lĩnh vực kinh doanh của mình, Công Ty TNHH Giao Nhân Năm Sao Vàng đã góp phần thúc đẩy nền kinh tế phát triển.

KẾT LUẬN

KIẾN NGHỊ

Sau khi tìm hiểu đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty, tôi xin kiến nghị một số giải pháp nhằm nâng cao kết quả hoạt động kinh doanh của công ty :

- Về tăng sản lượng – doanh thu :

Tiếp tục duy trì thị trường mà công ty đang chiếm ưu thế, đó là Việt Nam- Châu Á, Việt Nam- Châu Mỹ..

Tìm cách mở rộng những thị trường khác và cung cấp cho khách hàng một dịch vụ tốt nhất với giá cước cạnh tranh nhưng vẫn đảm bảo nguồn thu cao.

- Giảm chi phí :

Tận dụng các mối quan hệ sẵn có và mở rộng quan hệ chưa có với các hãng tàu, đại lý hãng tàu thỏa thuận được giá cước vận chuyển thực sự cạnh tranh nhằm giảm chi phí giá vốn hàng bán.

Thông thường cấp nhật thông tin về thị trường, các nhà sản xuất và các nước nhập khẩu để tránh sự cố phát sinh.

Theo dõi thông tin về tỷ giá ngoại tệ, tăng giảm giá xăng dầu của thế giới nhằm khắc phục và hạn chế được những tổn thất gây ra trong các cuộc khủng hoảng kinh tế.

- Nâng cao năng lực cạnh tranh :

Tổ chức tuyên truyền, quảng cáo thương hiệu và hoạt động của công ty trên các tạp chí chuyên ngành như VietNam Shipper, Shipping Gazette để thu hút khách hàng.

Thông thường xuyên tham gia các hoạt động liên quan trong ngành logistics để thắt chặt mối quan hệ với các công ty cùng ngành.

LỜI CẢM ƠN



Lời đầu tiên khi nghiên cứu hoàn thành là lời cảm ơn chân thành nhất của người thực hiện đến Ban Giám Hiệu cùng toàn thể quý thầy cô trường Đại Học Giao Thông Vận Tải Thành Phố Hồ Chí Minh đã tham gia giảng dạy chúng em trong suốt thời gian học vừa qua.

Đặc biệt trong suốt thời gian thực hiện luận văn tốt nghiệp, em đã nhận được sự hướng dẫn tận tình của cô Ths Đào Thị Thanh Vân. Dù có lúc tiến độ thực hiện bị chậm trễ và bế tắc trong việc làm luận văn, cô luôn động viên, nhắc nhở kịp thời. Với những kết quả đạt được trong luận văn, em xin gửi đến cô lòng biết ơn sâu sắc và gửi đến cô những lời chúc tốt đẹp.

Bên cạnh đó, em cũng xin cảm ơn sự giúp đỡ nhiệt tình của các anh, chị trong Công Ty TNHH Giao Nhân Sao Vàng đã tạo mọi điều kiện thuận lợi cho em hoàn thành tốt bài luận văn này.

Cuối cùng, em xin chúc toàn thể quý thầy cô cùng các anh chị trong công ty dồi dào sức khỏe và công tác tốt.

TP. Hồ Chí Minh, tháng 3 năm 2011.

Sinh viên

Phạm Vũ Ý Nhi

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm.....

NHẬN XÉT CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN

MỤC LỤC

Trang

Danh mục bảng biểu, sơ đồ.

Lời mở đầu

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH	1
--	----------

1.1 Những vấn đề cơ bản của việc phân tích hoạt động kinh doanh	1
---	---

1.1.1 Khái niệm	1
-----------------	---

1.1.2 Mục đích	2
----------------	---

1.1.3 Vai trò	3
---------------	---

1.1.4 Ý nghĩa	4
---------------	---

1.2 Căn cứ phân tích	4
----------------------	---

1.3 Nguyên tắc phân tích	5
--------------------------	---

1.4 Các phương pháp kỹ thuật phân tích	5
--	---

1.4.1 Phương pháp so sánh	5
---------------------------	---

1.4.2 Phương pháp thay thế liên hoàn	8
--------------------------------------	---

1.4.3 Phương pháp số chênh lệch	11
---------------------------------	----

1.4.4 Phương pháp cân đối	11
---------------------------	----

CHƯƠNG 2: GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY TNHH GIAO NHẬN NÂM SAO VÀNG (FGS LOGISTICS CO., LTD)	13
---	-----------

2.1 Quá trình hình thành và phát triển	13
--	----

2.2 Chức năng, nhiệm vụ, mục tiêu hoạt động của công ty	14
---	----

2.2.1 Chức năng, nhiệm vụ	14
---------------------------	----

2.2.2 Mục tiêu hoạt động	15
--------------------------	----

2.3 Cơ cấu tổ chức và chức năng của các bộ phận	17
---	----

CHƯƠNG 3: PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH	21
CỦA CÔNG TY NĂM 2010	21
3.1 Đánh giá chung kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh	21
3.1.1 Mục đích	21
3.1.2 Ý nghĩa	21
3.1.3 Đánh giá chung kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty	22
3.2 Phân tích tình hình thực hiện sản lượng	25
3.2.1 Mục đích	25
3.2.2 Ý nghĩa	25
3.2.3 Phân tích tình hình thực hiện sản lượng theo tuyến	27
3.2.4 Phân tích tình hình thực hiện sản lượng theo thời gian	38
3.3 Phân tích tình hình thực hiện chi phí	41
3.3.1 Mục đích	41
3.3.2 Ý nghĩa	42
3.3.3 Phân tích tình hình thực hiện giá vốn hàng bán	43
3.3.4 Phân tích tình hình thực hiện chi phí hoạt động tài chính	47
3.3.5 Phân tích tình hình thực hiện chi phí quản lý doanh nghiệp	52
3.4 Phân tích tình hình thực hiện doanh thu	56
3.4.1 Mục đích	56
3.4.2 Ý nghĩa	57
3.4.3 Phân tích tình hình thực hiện doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	58
3.4.4 Phân tích tình hình doanh thu hoạt động tài chính	61
3.5 Phân tích tình hình thực hiện lợi nhuận và tỷ suất lợi nhuận	63
3.5.1 Mục đích	63

3.5.2 Ý nghĩa	64
3.5.3 Phân tích tình hình thực hiện lợi nhuận	65
3.5.4 Phân tích tình hình thực hiện tỷ suất lợi nhuận	67
3.6 Phân tích tình hình thực hiện nghĩa vụ đối với ngân sách nhà nước	70
KẾT LUẬN	75
KIỆN NGHỊ	76

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 3.1.3 Đánh giá chung kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh	22
Bảng 3.2.3 Bảng tình hình thực hiện sản lượng theo tuyến	27
Bảng 3.2.4 Bảng tình hình thực hiện sản lượng theo thời gian	38
Bảng 3.3.3 Bảng tình hình thực hiện giá vốn hàng bán	43
Bảng 3.3.4 Bảng tình hình thực hiện chi phí hoạt động tài chính	49
Bảng 3.3.5 Bảng tình hình thực hiện chi phí quản lý doanh nghiệp	52
Bảng 3.4.3 Bảng tình hình thực hiện doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	58
Bảng 3.4.4 Bảng tình hình thực hiện doanh thu hoạt động tài chính	62
Bảng 3.5.3 Bảng tình hình thực hiện lợi nhuận	65
Bảng 3.5.4 Bảng tình hình thực hiện tỷ suất lợi nhuận	69
Bảng 3.6 Bảng tình hình thực hiện nghĩa vụ đối với ngân sách nhà nước ..	72
DANH MỤC SƠ ĐỒ	
Sơ đồ 2.3 Cơ cấu tổ chức của FGS Logistics Co., Ltd	17
DANH MỤC BIỂU ĐỒ	
Biểu đồ 3.2.3 Biểu đồ tình hình thực hiện sản lượng theo tuyến	29
Biểu đồ 3.2.4 Biểu đồ tình hình thực hiện sản lượng theo thời gian	39
Biểu đồ 3.3.3 Biểu đồ tình hình thực hiện giá vốn hàng bán	44