

1 PHẦN GIỚI THIỆU

1. LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI

Lợi nhuận có vai trò rất quan trọng trong việc đánh giá chất lượng hoạt động sản xuất kinh doanh của một doanh nghiệp. Nâng cao lợi nhuận là mục tiêu kinh tế hàng đầu của các doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường. Bởi trong điều kiện hạch toán kinh doanh theo cơ chế thị trường, lợi nhuận là yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển của một doanh nghiệp. Lợi nhuận tác động đến tất cả mọi mặt của doanh nghiệp như đảm bảo tình hình tài chính vững chắc, tạo điều kiện nâng cao đời sống cho cán bộ công nhân viên, tăng tích lũy đầu tư vào sản xuất kinh doanh, nâng cao uy tín và khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Ngoài vai trò đối với doanh nghiệp lợi nhuận còn là nguồn tích lũy cơ bản, là nguồn để mở rộng tái sản xuất xã hội. Sau mỗi chu kỳ sản xuất kinh doanh, các doanh nghiệp phải hạch toán lợi nhuận (hoặc lỗ) rồi từ đó nộp một khoản tiền vào ngân sách nhà nước. Sự tham gia đóng góp này của các doanh nghiệp được phản ánh ở số thuế thu nhập mà doanh nghiệp đã nộp. Thuế thu nhập doanh nghiệp là một sự điều tiết của nhà nước đối với lợi nhuận thu được của các đơn vị sản xuất kinh doanh, để góp phần thúc đẩy sản xuất phát triển và động viên một phần lợi nhuận của cơ sở kinh doanh cho ngân sách nhà nước, bảo đảm sự đóng góp công bằng, hợp lý giữa các thành phần kinh tế, kết hợp hài hòa giữa lợi ích của nhà nước và lợi ích của người lao động.

Công Ty Cổ Phần Dược Hậu Giang (HG.PHARM) có quá trình hình thành và phát triển trên 30 năm, với nhiệm vụ chủ yếu là sản xuất - kinh doanh dược phẩm, các loại trà thảo dược thiên nhiên, xuất nhập khẩu trực tiếp thuốc và các nguyên liệu sản xuất thuốc, trang thiết bị y tế... Sản phẩm của DHG được người tiêu dùng bình chọn là Hàng Việt Nam Chất Lượng cao trong nhiều năm liền. DHG đã được công nhận là một trong những doanh nghiệp hàng đầu trong ngành công nghiệp dược Việt Nam.

Qua nhiều năm hoạt động DHG đạt được nhiều hiệu quả, được biểu hiện qua lợi nhuận của doanh nghiệp hằng năm. Vì đối với doanh nghiệp mục tiêu lợi nhuận luôn quan trọng, mức lợi nhuận cao là cần thiết cho việc đảm bảo sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp, đảm bảo đời sống cho người lao động cũng như khuyến khích họ tận tụy với công việc. Qua đó cũng tạo được uy tín và lấy được lòng tin với khách hàng. Nhưng trong điều kiện nền kinh tế của nước ta hiện nay, bên cạnh những cơ hội và thuận lợi mới được mở ra thì cũng tồn tại song song đó là những thách thức và khó khăn đang phải đối diện. Chính vì vậy, nhóm chúng em chọn đề tài ***“Phân tích tình hình Lợi nhuận của Công ty Cổ phần Dược Hậu Giang”*** làm chuyên đề môn Phân tích hoạt động kinh doanh. Từ đó đề ra những giải pháp thích hợp nhằm gia tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp.

2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

2.1 Mục tiêu chung

Phân tích tình hình lợi nhuận của công ty Cổ Phần DHG và đề ra những giải pháp thích hợp nhằm gia tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp.

2.2 Mục tiêu cụ thể

- Đánh giá chung tình hình lợi nhuận của công ty qua 2 năm 2008 -2009.
- Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến tình hình lợi nhuận từ đó đề ra các giải pháp gia tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1 Phương pháp thu thập số liệu

Thông tin về doanh nghiệp và số liệu dùng để phân tích chủ yếu lấy từ Website của công ty cổ phần DHG qua các báo cáo tài chính, tình hình hoạt động kinh doanh của công ty hằng năm.

Ngoài ra nhóm còn nghiên cứu, tham khảo thêm sách, báo, tạp chí, Website chuyên ngành, các luận văn mẫu để hỗ trợ cho việc phân tích, nghiên cứu và đánh giá.

3.2 Phương pháp phân tích số liệu

Nhóm sử dụng 2 phương pháp chính:

- Phương pháp so sánh: Lợi nhuận thực hiện năm 2009 so với lợi nhuận năm 2008 để xem xét tốc độ tăng trưởng tình hình lợi nhuận,
- Phương pháp gián tiếp (xác định lợi nhuận qua các bước trung gian): để phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến tình hình lợi nhuận (được trình bày ở phần nội dung – 2).

4. PHẠM VI VÀ ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU

4.1 Phạm vi nghiên cứu

- Không gian: trường Đại học Cần Thơ.
- Thời gian: đề tài thực hiện nghiên cứu số liệu trong 2 năm 2008 và 2009, thời gian nghiên cứu từ tháng 02 đến 03 năm 2010.

4.1 Đối tượng nghiên cứu

Tình hình lợi nhuận của DHG.

2 PHẦN NỘI DUNG

4.1 GIỚI THIỆU ĐÔI NÉT VỀ CÔNG TY CỔ PHẦN DƯỢC HẬU GIANG

2.1 Lịch sử hình thành và phát triển

➤ *Lịch sử hình thành*

Thành lập ngày 2/9/1974: Doanh nghiệp Nhà nước;

Tháng 11/1975 chuyển thành Cty Dược phẩm Tây Cửu Long;

Năm 1976 Cty Dược phẩm Tây Cửu Long đổi tên thành Cty Dược thuộc Ty Y tế tỉnh Hậu Giang;

Từ năm 1976 - 1979: Cty Dược thuộc Ty Y tế tỉnh Hậu Giang tách thành 03 đơn vị độc lập: Xí nghiệp Dược phẩm 2/9, Cty Dược phẩm và Công ty Dược liệu;

Ngày 19/9/1979, 3 đơn vị trên hợp nhất thành Xí nghiệp Liên hợp Dược Hậu Giang;

Năm 1996 đơn vị được nhà nước phong tặng danh hiệu Anh Hùng Lao động thời kỳ đổi mới (1991-1995);

Năm 1997: năm đầu tiên DHG được người tiêu dùng bình chọn HVNCLC liên tục cho đến nay (12 năm liền);

Năm 2002: nhận chứng chỉ ISO 9001:2000, nhà máy được công nhận tiêu chuẩn ASEAN-GMP/GLP/GSP, Phòng kiểm nghiệm được công nhận tiêu chuẩn ISO/IEC 17025:2001;

Ngày 2/9/2004: Cổ phần hóa, vốn điều lệ ban đầu 80 tỷ đồng – Nhà nước giữ 51%;

Năm 2004 năm đầu tiên DHG thực hiện mục tiêu doanh nghiệp dẫn đầu ngành công nghiệp dược Việt Nam;

Năm 2005 Doanh nghiệp đầu tiên thử tương đương lâm sàng 2 sản phẩm thuốc bột Haginat và Klamentin tại Viện Nhi Trung Ương;

Năm 2006 đứng trong Top 100 Thương hiệu mạnh nhất Việt Nam;

Năm 2006 nhà máy được công nhận tiêu chuẩn WHO-GMP/GLP/GSP;

Cổ phiếu Công ty cổ phần Dược Hậu Giang (mã DHG) trong phiên giao dịch đầu tiên vào ngày 21/12/2006 đã đạt mức giá 320.000 đồng, gấp 32 lần mệnh giá, trở thành một blue-chip (top những cổ phiếu đắt giá nhất thị trường).

➤ ***Quá trình phát triển***

Từ năm 1988 khi nền kinh tế cả nước chuyển sang cơ chế thị trường, Công ty vẫn còn hoạt động trong những điều kiện khó khăn: máy móc thiết bị lạc hậu, công suất thấp, sản xuất không ổn định, áp lực giải quyết việc làm gay gắt, Tổng vốn kinh doanh năm 1988 là 895 triệu đồng, Công ty chưa có khả năng tích lũy, tái sản xuất mở rộng. Doanh số bán năm 1988 đạt 12.339 triệu đồng, trong đó giá trị sản phẩm do Công ty sản xuất chỉ đạt 3.181 triệu đồng (chiếm tỷ trọng 25,8% trong tổng doanh thu).

Trước tình hình này, Ban lãnh đạo DHG đã thay đổi chiến lược: ***“giữ vững hệ thống phân phối, đầu tư phát triển mạnh cho sản xuất, mở rộng thị trường, tăng thị phần, lấy thương hiệu và năng lực sản xuất làm nền tảng”***.

Kết quả của việc định hướng lại chiến lược kinh doanh đó là nhiều năm liên tiếp Công ty đạt mục tiêu tăng trưởng cao, phát triển sản phẩm, tăng thị phần, tăng khách hàng, nâng cao thu nhập người lao động, đóng góp ngày càng cao vào ngân sách Nhà nước.

Qua hơn 32 năm hình thành và phát triển, hiện nay, DHG được công nhận là doanh nghiệp dẫn đầu ngành công nghiệp Dược Việt Nam. Sản phẩm của Công ty trong 11 năm liên (từ năm 1996 - 2006) được người tiêu dùng bình chọn là ***"Hàng Việt Nam Chất Lượng Cao"*** và đứng trong ***"Top 05 ngành hàng dược phẩm"***. Thương hiệu “Dược Hậu Giang” được người tiêu dùng bình chọn trong ***"Top 100 Thương hiệu dẫn đầu Việt Nam"*** trong 02 năm liên (2005 – 2006) do Báo Sài Gòn Tiếp thị tổ chức, ***"Top 10 Thương hiệu mạnh nhất Việt Nam"*** do Thời báo

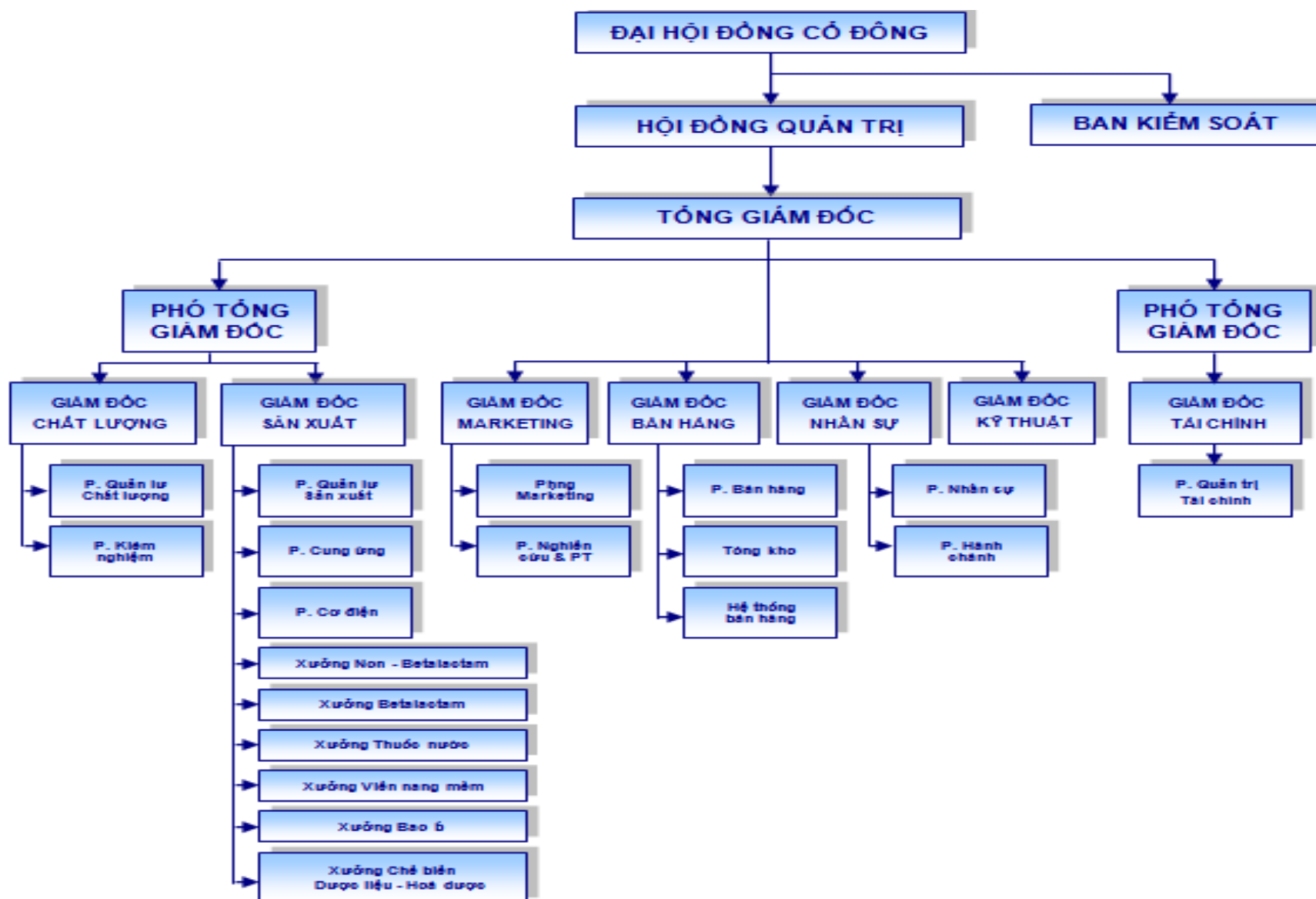
Kinh tế Việt Nam tổ chức, đoạt giải **“Quả cầu vàng 2006”** do Trung tâm phát triển tài năng – Liên hiệp các hội khoa học và kỹ thuật Việt Nam tổ chức và cũng là **“Thương hiệu được yêu thích”** thông qua bình chọn trên trang web www.thuonghieuviet.com cùng với những giải thưởng khác về thương hiệu.

Hệ thống quản lý chất lượng được chứng nhận phù hợp tiêu chuẩn ISO 9001:2000. Nhà máy đạt các tiêu chuẩn: WHO GMP/GLP/GSP. Phòng Kiểm nghiệm được công nhận phù hợp với tiêu chuẩn ISO/IEC 17025. Đây là những yếu tố cần thiết giúp DHG vững bước trên con đường hội nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới.

2.2 Các sản phẩm, dịch vụ và ngành nghề kinh doanh chủ yếu

Sản xuất kinh doanh dược; Xuất khẩu: dược liệu, dược phẩm theo qui định của Bộ Y tế; Nhập khẩu: thiết bị sản xuất thuốc, dược liệu, dược phẩm theo qui định của Bộ Y tế; Sản xuất kinh doanh xuất khẩu các mặt hàng thực phẩm chế biến. In bao bì; Dịch vụ nhận và chi trả ngoại tệ; Gia công, lắp đặt, sửa chữa điện, điện lạnh; Nhập khẩu trực tiếp trang thiết bị y tế; Sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu thiết bị sản xuất thuốc tự chế tạo tại Công ty; Dịch vụ du lịch và vận chuyển lữ hành nội địa; Kinh doanh bất động sản. Sản xuất, Kinh doanh, xuất khẩu các mặt hàng thực phẩm chức năng, mỹ phẩm; Kinh doanh, xuất nhập khẩu nguyên liệu thuốc thú y, thức ăn gia súc, gia cầm và thủy hải sản; Kinh doanh, xuất nhập khẩu nguyên liệu, phụ liệu dùng làm thuốc cho người. Nhập khẩu thành phẩm dược phẩm, mỹ phẩm và thực phẩm chức năng.

2.3 Sơ đồ tổ chức và quản lý của Dược Hậu Giang



4.1 PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH LỢI NHUẬN CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN DƯỢC HẬU GIANG

Bảng 1. KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY QUA 2 NĂM THỰC HIỆN 2008- 2009

Đơn vị tính: đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm		Chênh lệch	
		2008	2009	Tuyệt đối	%
1	Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	1.518.436.877.452	1.769.376.517	251.255.499.065	16,55
2	Các khoản khấu trừ	32.973.054.953	24.322.485.821	(8.650.132)	-26,24
3	Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	1.485.463.822.499	1.745.369.890.696	259.906.068.197	17,50
4	Giá vốn hàng bán	694.444.594.610	818.625.724.207	124.181.129.597	17,88
5	Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	791.019.227.889	926.744.166.489	135.724.938.600	17,16
6	Doanh thu hoạt động tài chính	22.329.305.076	32.813.088.553	10.483.783.477	46,95
7	Chi phí tài chính	38.495.242.865	23.744.201.219	(14.751.041.646)	-38,32
8	Chi phí bán hàng	521.504.942.048	410.400.779.740	(111.104.162.308)	-21,30
9	Chi phí quản lý doanh nghiệp	103.918.190.916	115.752.271.846	11.834.080.930	11,39
10	Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	149.430.157.136	409.660.002.237	260.229.845.101	174,15
11	Thu nhập khác	1.530.843.862	13.831.277.305	12.300.433.443	803,51

12	Chi phí khác	6.077.378.067	11.843.438.660	5.766.060.593	94,88
13	Lợi nhuận khác	(4.546.534.205)	1.987.838.645	6.534.372.850	143,72
14	Phần lãi, lỗ trong liên doanh, liên kết	141.77.333	(95.272.636)	(237.044.969)	-167,20
15	Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	145.025.395.264	411.552.568.246	266.527.172.982	183,78
16	Thuế thu nhập doanh nghiệp	15.030.801.641	40.000.330.965	24.969.529.324	166,12
17	Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp	129.994.593.623	371.552.237.281	241.557.643.658	185,82

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh DHG 2009)

2.4 Đánh giá tình hình lợi nhuận chung

Phân tích chung tình hình lợi nhuận giúp chúng ta đánh giá được sự biến động của lợi nhuận năm nay so với năm trước của công ty nhằm thấy được khái quát tình hình lợi nhuận và biết được mức đóng góp của các lợi nhuận thành phần như thế nào.

Bảng 2. TÌNH HÌNH LỢI NHUẬN CỦA CÔNG TY QUA 2 NĂM

Đơn vị tính : đồng

Chỉ tiêu	Năm		Chênh lệch	
	2008	2009	Tuyệt đối	%
Tổng doanh thu	1.542.438.798.723	1.816.241.469.739	273.802.671.016	17,75
Tổng chi phí	1.397.413.403.459	1.404.688.901.493	7.275.498.034	0,52
Lợi nhuận trước thuế	145.025.395.264	411.552.568.246	266.527.172.982	183,78

(Nguồn : tính từ báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2009 của DHG)

Thuế thu nhập doanh nghiệp là nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến lợi nhuận của doanh nghiệp nhưng do thuế là khoản đóng góp bắt buộc và cố định theo luật quy định nên thuế không nằm trong phạm vi điều chỉnh chủ quan cho lợi nhuận của doanh nghiệp, do đó trong bài phân tích này chúng tôi chỉ phân tích đến lợi nhuận trước thuế của công ty.

Lợi nhuận trước thuế = doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ – các khoản giảm trừ - giá vốn hàng bán – chi phí bán hàng – chi phí quản lý $\pm$ lãi (lỗ) hoạt động tài chính $\pm$ lãi (lỗ) hoạt động khác .

Dựa vào bảng 1 và bảng 2, ta thấy lợi nhuận trước thuế của công ty qua 2 năm đều dương. Lợi nhuận trước thuế của công ty năm 2009 là 411.552.568.246 đồng tăng 266.527.172.982 đồng (tức tăng 183,78%) khá cao so với năm 2008. Nguyên nhân là do doanh thu năm 2009 tăng 273.802.671.016 đồng (tức tăng 17,75%) so với năm 2008, chi phí năm 2009 cũng tăng 7.275.498.034 đồng (tức 0,52%) nhưng không đáng kể so với năm 2008. Vì tốc độ tăng của chi phí thấp hơn của doanh thu nên cho lợi nhuận trước thuế năm 2009 tăng khá nhiều so với năm 2008. Một nguyên nhân khác là lợi nhuận bán hàng và cung cấp dịch vụ chiếm tỷ trọng lớn trong lợi nhuận trước thuế của công ty năm 2009 lại tăng cao (17,6%) so với năm 2008.

2..5 Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến việc tăng lợi nhuận của doanh nghiệp

Do hạn chế về thời gian, năng lực cũng như đặc thù kinh doanh của công ty nên nhóm tiến hành phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến lợi nhuận của công ty theo phương pháp gián tiếp. Phương pháp này căn cứ trên bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất của công ty năm 2009.

GIẢI THÍCH CÁCH TÍNH BẢNG 1: PHƯƠNG PHÁP GIÁN TIẾP

Chúng ta xác định lợi nhuận của doanh nghiệp bằng cách tiến hành tính dần lợi nhuận của doanh nghiệp qua từng khâu trung gian. Để xác định được kết quả cuối cùng của hoạt động sản xuất kinh doanh đó là lợi nhuận ròng của doanh nghiệp chúng ta cần tính lần lượt các chỉ tiêu sau:

1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ
2. Các khoản giảm trừ doanh thu (chiết khấu hàng bán, giảm giá hàng bán, giá trị hàng bán bị trả lại, thuế tiêu thụ đặc biệt, thuế xuất nhập khẩu)
3. Doanh thu thuần về bán hàng ($= 1 - 2$)
4. Trị giá vốn hàng bán
5. Lợi nhuận gộp về hoạt động kinh doanh ($= 3 - 4$)
6. Doanh thu hoạt động tài chính
7. Chi phí tài chính
8. Chi phí bán hàng
9. Chi phí quản lý doanh nghiệp
10. Lợi nhuận thuần từ hoạt động sản xuất kinh doanh ($= 5 + 6 - 7 - 8 - 9$)
11. Thu nhập khác
12. Chi phí khác
13. Lợi nhuận khác ($= 11 - 12$)
14. Phần lãi hoặc lỗ trong công ty liên kết, liên doanh
15. Lợi nhuận kế toán trước thuế ($= 10 + 13 + 14$)
16. Thuế thu nhập doanh nghiệp
17. Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp ($= 15 - 16$)

Cách tính này cho phép người quản lý nắm được quá trình hình thành lợi nhuận và tác động của từng khâu hoạt động đến kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh cuối cùng của doanh nghiệp, đó là lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh

ngiệp (lợi nhuận ròng). Phương pháp này giúp chúng ta có thể lập Báo cáo kết quả kinh doanh của doanh nghiệp thông qua các chỉ tiêu trên, nhờ đó chúng ta dễ dàng phân tích và so sánh được kết quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp kỳ trước so với kỳ này. Mặt khác chúng ta có thể thấy được sự tác động của từng khâu hoạt động tới sự tăng giảm lợi nhuận của doanh nghiệp, từ đó sẽ giúp chúng ta tìm ra những giải pháp điều chỉnh thích hợp góp phần nâng cao lợi nhuận, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Bảng 3. TỔNG HỢP CÁC LOẠI DOANH THU QUA 2 NĂM 2008 – 2009

Đơn vị tính : đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm		% Đóng góp của mỗi chỉ tiêu vào tổng doanh thu	
		2008	2009	Năm 2008	Năm 2009
1	Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	1.518.436.877.452	1.769.692.376.517	98.44	97.43
2	Doanh thu hoạt động tài chính	22.329.305.076	32.813.088.553	1.44	1.80
3	Thu nhập khác	1.530.843.862	13.831.277.305	0.099	0.76
4	Phần lãi hoặc lỗ trong công ty liên kết, liên doanh	141.772.333	(95.272.636)	0.009	(0.0052)
5	TỔNG DOANH THU	1.542.438.798.723	1.816.241.469.739		

(Nguồn : tính từ báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2009 của DHG)

Để có thể thấy rõ hơn các chỉ tiêu tạo nên tổng doanh thu của công ty. Ta tiến hành phân tích phần trăm đóng góp của mỗi chỉ tiêu vào tổng doanh thu, từ đó có thể đề xuất các giải pháp làm tăng doanh thu cũng như đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến tổng doanh thu từ các doanh thu thành phần. Theo bảng 3, trong hai năm 2008 và 2009 thì doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ đều chiếm tỷ

trọng lớn lần lượt là 98.44% và 97.43%. Kể đến là doanh thu từ các hoạt động tài chính, thu nhập từ các hoạt động khác và khoản thu do liên kết, liên doanh. Dựa vào kết quả này thì doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ là nguồn thu nhập chủ yếu của công ty, do đó cần có các khoản đầu tư nhiều hơn cho hoạt động này, như nghiên cứu phát triển sản phẩm, dịch vụ mới, mở rộng kênh phân phối, và thực hiện các chiến lược marketing hiệu quả để tăng doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ. Tuy doanh thu từ các hoạt động tài chính chiếm tỷ trọng không lớn trong cơ cấu doanh thu nhưng so sánh mức tăng trưởng ta thấy doanh thu từ hoạt động này tăng 46.95% (xem bảng 1). Điều này cho thấy các hoạt động đầu tư tài chính của công ty ngày càng có hiệu quả, cho nên đây cũng là một thế mạnh mà công ty cần đầu tư thêm để tăng doanh thu cho công ty. Đối với các loại thu nhập khác, qua tình hình hoạt động hai năm vẫn chiếm tỷ trọng rất nhỏ, do đó công ty không nên đầu tư nhiều trong các hoạt động này. Còn riêng các hoạt động liên kết, liên doanh trong năm 2008 chỉ đóng góp được 0.009% vào tổng doanh thu và đến năm 2009 thì hoạt động này không những không làm tăng mà còn làm giảm tổng mức doanh thu. Do đó, công ty cần thận trọng hơn trong các hoạt động đầu tư liên kết, liên doanh, cần có những nghiên cứu kỹ trước khi thực hiện các dạng đầu tư này.

Tương tự như tổng mức doanh thu, tổng chi phí của công ty cũng bao gồm nhiều chi phí thành phần mà ta cần phân tích để thấy rõ ảnh hưởng của các chi phí này đến tình hình lợi nhuận của công ty.

Bảng 4. TỔNG HỢP CÁC CHI PHÍ QUA 2 NĂM 2008 – 2009

Đơn vị tính: đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm		% Đóng góp của mỗi chỉ tiêu vào tổng chi phí	
		2008	2009	Năm 2008	Năm 2009
1	Các khoản giảm trừ	32.973.054.953	24.322.485.821	2.35	1.73
2	Giá vốn hàng bán	694.444.594.610	818.625.724.207	49.69	58.27

3	Chi phí tài chính	38.495.242.865	23.744.201.219	2.75	1.69
4	Chi phí bán hàng	521.504.942.048	410.400.779.740	37.31	29.21
5	Chi phí quản lý doanh nghiệp	103.918.190.916	115.752.271.846	7.43	8.24
6	Chi phí khác	6.077.378.067	11.843.438.660	0.43	0.84
7	TỔNG CHI PHÍ	1.397.413.403.459	1.404.688.901.493		

(Nguồn : tính từ báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2009 của DHG)

Dựa vào bảng trên thì giá vốn hàng bán chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng chi phí của công ty. So với năm 2008 thì chi phí này tăng 17.88% ở năm 2009 (Bảng 1). Trong khi đó doanh thu từ bán hàng và cung cấp dịch vụ của năm 2009 so với năm 2008 chỉ tăng 16.55%, nhỏ hơn tốc độ tăng của chi phí giá vốn hàng bán. Do đó công ty cần xem xét lại mức chi phí chiếm tỷ trọng lớn này để có biện pháp cải thiện tình hình lợi nhuận. Loại chi phí chiếm tỷ trọng lớn thứ hai trong tổng chi phí đó là chi phí bán hàng. Mặc dù số lượng hàng hóa dịch vụ năm 2009 tăng so với năm 2008 (thuyết minh báo cáo tài chính năm 2009), nhưng chi phí bán hàng năm 2009 lại giảm 111.104.162.308 đồng (tức giảm 21.3%) so với năm 2008. Điều này cho thấy một tín hiệu tốt trong việc quản lý chi phí bán hàng của công ty, góp phần lớn trong việc làm giảm tổng mức chi phí và tăng mức lợi nhuận. Do đó, công ty cần có những kế hoạch rút kinh nghiệm và phát huy thế mạnh quản lý chi phí bán hàng trong thời gian tới. Ngoài hai chi phí chiếm tỷ trọng lớn nêu trên, thì chi phí quản lý doanh nghiệp cũng là chỉ tiêu quan trọng mà công ty cần quan tâm. Vì nó là một chi phí bắt buộc đối với bất kỳ một công ty nào, bên cạnh đó chi phí này cũng có vai trò rất quan trọng trong việc đánh giá khả năng điều hành, lãnh đạo của công ty. So với năm 2008 thì ở năm 2009 chi phí này tăng 11.39% và là một trong ba loại chi phí có tốc độ tăng cao (Bảng 1). Mặc dù trong chiến lược phát triển tổng thể của công ty thì cũng có những giai đoạn chúng ta phải đầu tư mạnh cho chi phí này để phát triển và hoàn thiện tổ

chức, tuy nhiên đây là chi phí chiếm tỷ trọng khá cao (chỉ sau giá vốn hàng bán và chi phí bán hàng) do đó công ty cũng cần có những nghiên cứu trong việc sử dụng chi phí này sao cho hợp lý.

2.6 Phân tích các chỉ tiêu tỷ số lợi nhuận

Tỷ suất lợi nhuận (doanh lợi) chính là các chỉ tiêu sinh lời của doanh nghiệp, các chỉ tiêu này luôn luôn được các nhà quản trị tài chính quan tâm, bởi chúng là cơ sở quan trọng để đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trong một kỳ nhất định. Tỷ suất lợi nhuận là đáp số sau cùng của hiệu quả kinh doanh và còn là một luận cứ quan trọng để các nhà hoạch định đưa ra các quyết định tài chính trong tương lai.

Bảng 5: KẾT QUẢ CHỈ TIÊU TỶ SUẤT LỢI NHUẬN

	Năm		Chênh lệch
	2008 (%)	2009 (%)	
Lợi nhuận trên doanh thu thuần	9,76	23,58	13,83
Lợi nhuận trên tổng tài sản bình quân	14,00	31,51	17,51
Lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu bình quân	21,74	47,78	26,04

(Nguồn: Tính từ báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh và cân đối kế toán của DHG 2009)

2.3.1 Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu thuần

Chỉ tiêu này phản ánh trong 100 đồng doanh thu mà Công ty thực hiện kinh doanh trong kỳ có bao nhiêu đồng lợi nhuận. Theo bảng 5 ta có: tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu thuần của năm 2009 tăng so với năm 2008 là 13,83 đồng (tức là cứ 100 đồng doanh thu thuần của năm 2009 sẽ có 13,83 đồng lợi nhuận

tăng thêm so với 100 đồng doanh thu thu được năm 2008). Điều này cho thấy tình hình kinh doanh của công ty hiệu quả.

2.3.2 Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản bình quân

Chỉ tiêu này được tính bằng cách lấy lợi nhuận trước thuế và lãi vay (EBIT) chia cho tổng tài sản bình quân. Chỉ tiêu này dùng để đo tỷ suất sinh lời của tài sản. Theo bảng 5, ta có tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản bình quân năm 2009 tăng 17,51 đồng so với năm 2008. Cho thấy tỷ suất sinh lời của tài sản có xu hướng ngày càng tăng, việc quản lý và sử dụng tài sản của công ty có hiệu quả.

2.3.3 Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu

Mục tiêu hoạt động của bất kỳ doanh nghiệp nào cũng là tạo ra lợi nhuận ròng lớn. Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (hay còn gọi là doanh lợi vốn chủ sở hữu) là chỉ tiêu đánh giá mức độ thực hiện của mục tiêu này. Qua hai năm ta thấy tỷ suất này có xu hướng tăng, cụ thể năm 2009 tăng 26,04 đồng so với năm 2008. Tỷ số này đánh giá được khả năng sử dụng được nguồn vốn chủ sở hữu hiệu quả của công ty, đây là thế mạnh cần phát huy trong tương lai.

Qua phân tích tình hình lợi nhuận chung, các nhân tố ảnh hưởng và các tỷ số tài chính phản ánh tình hình lợi nhuận. Chúng tôi nhận thấy, tình hình lợi nhuận của công ty DHG qua hai năm 2008 và 2009 có chuyển biến tốt. Về tổng thể, tình hình lợi nhuận có xu hướng tăng qua hai năm (tốc độ tăng doanh thu tăng nhanh hơn tốc độ tăng của chi phí), một số chỉ tiêu doanh thu có tốc độ tăng nhanh (doanh thu do liên doanh, các hoạt động tài chính, doanh thu từ các hoạt động khác), bên cạnh đó thì một số chỉ tiêu về chi phí lại có xu hướng giảm mạnh (chi phí tài chính, chi phí bán hàng) càng làm cho mức lợi nhuận của công ty tăng cao. Ngoài ra, thông qua các tỷ số lợi nhuận, ta thấy được rằng tình hình sử dụng các nguồn lực của công ty ngày càng hiệu quả hơn, đây là những ưu điểm mà công ty cần phát huy để cải thiện và nâng cao mức lợi nhuận. Tuy nhiên, qua phân tích tình hình lợi nhuận của công ty, chúng tôi nhận thấy vẫn tồn tại những yếu tố ảnh hưởng làm giảm lợi nhuận (phần lãi lỗ trong các công ty liên kết liên doanh, các khoản giảm trừ, giá vốn hàng bán, chi phí quản lý doanh nghiệp) mà

công ty cần nghiên cứu thêm để có những hướng giải quyết nhằm làm tăng lợi nhuận của công ty trong tương lai.

4.1 GIẢI PHÁP

3.1 Chi phí giá vốn hàng bán

Do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu nên làm cho tình hình tiêu thụ sản phẩm, dịch vụ của công ty gặp không ít khó khăn. Một trong những khó khăn đó đòi hỏi công ty phải giảm giá bán hàng hóa dịch vụ để kích thích tiêu dùng. Đây là nguyên nhân chính làm giảm tốc độ tăng trưởng của doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ. Trong khi đó chi phí giá vốn hàng bán ngày càng tăng cao, làm ảnh hưởng đến tình hình lợi nhuận. Do đó, trong dài hạn công ty cần có những biện pháp làm giảm giá vốn hàng bán để thích ứng tốt hơn trong điều kiện nền kinh tế hiện nay. Nhóm chúng tôi đưa ra một số giải pháp sau:

- **Giảm chi phí nguyên vật liệu đầu vào.** Nguyên, nhiên vật liệu chiếm tỷ trọng lớn trong giá thành sản phẩm, thường vào khoảng 60% đến 70%. Bởi vậy, phần đầu tiết kiệm nguyên vật liệu tiêu hao có ý nghĩa quan trọng đối với việc giảm giá vốn hàng bán. Muốn tiết kiệm nguyên vật liệu tiêu hao công ty phải xây dựng định mức tiêu hao tiên tiến và thực hiện theo kế hoạch đã đề ra để không chế sản lượng tiêu hao, cải tiến kỹ thuật sản xuất và thiết kế sản phẩm nhằm giảm bớt số lượng tiêu hao cho mỗi đơn vị sản phẩm, sử dụng vật liệu thay thế và tận dụng phế liệu phế phẩm, cải tiến công tác thu mua, công tác bảo quản để vừa giảm tối đa nguyên vật liệu hư hỏng kém phẩm chất vừa giảm được chi phí mua nguyên vật liệu. Bên cạnh đó công ty cần chủ động tìm kiếm các nhà cung cấp nguồn nguyên liệu với chất lượng tốt nhưng có giá thành thấp hơn các nhà cung cấp hiện nay. Còn đối với các nhà cung cấp hiện tại công ty cần có những thương lượng để đạt được mức giá tốt nhất.

- **Tăng năng suất lao động.** Nâng cao năng suất lao động làm cho số giờ công tiêu hao để sản xuất ra mỗi đơn vị sản phẩm giảm bớt hoặc làm cho số lượng sản phẩm sản xuất ra trong một đơn vị thời gian tăng thêm. Kết quả của việc nâng cao năng suất lao động làm cho chi phí về tiền lương của công nhân

sản xuất và một số khoản chi phí cố định khác trong chi phí giá vốn hàng bán được hạ thấp. Nhưng sau khi năng suất lao động tăng thêm, chi phí tiền lương trong mỗi đơn vị sản phẩm hạ thấp nhiều hay ít còn phụ thuộc vào chênh lệch giữa tốc độ tăng năng suất lao động và tốc độ tăng lương bình quân. Vì vậy, khi xây dựng kế hoạch và quản lý quỹ tiền lương phải quán triệt nguyên tắc: tốc độ tăng năng suất lao động phải lớn hơn tốc độ tăng lương bình quân sao cho việc tăng năng suất lao động một phần dùng để tăng thêm tiền lương, nâng cao mức sống cho công nhân viên chức trong doanh nghiệp, phần khác để tăng thêm lợi nhuận cho doanh nghiệp, đảm bảo phát triển sản xuất. Muốn không ngừng nâng cao năng suất lao động để hạ thấp giá thành sản phẩm, công ty phải nhanh chóng đón nhận sự tiến bộ của Khoa học công nghệ, áp dụng những thành tựu về khoa học công nghệ mới vào sản xuất. Tổ chức lao động khoa học tránh lãng phí sức lao động và máy móc thiết bị, động viên sức sáng tạo của con người, ngày càng công hiến tài năng cho doanh nghiệp.

- **Giảm bớt những tổn thất trong sản xuất.** Những tổn thất trong quá trình sản xuất của công ty là những chi phí về sản phẩm hỏng và chi phí ngừng sản xuất. Các khoản chi phí này không tạo thành giá trị sản phẩm nhưng nếu phát sinh trong sản xuất đều dẫn đến lãng phí và chi phí nhân lực, vật lực, giá thành sản phẩm sẽ tăng cao. Bởi vậy, công ty phải cố gắng giảm bớt những tổn thất về mặt này. Muốn giảm bớt sản phẩm hỏng phải không ngừng nâng cao kỹ thuật sản xuất, công nghệ và phương pháp thao tác. Nâng cao ý thức trách nhiệm trong sản xuất, vật liệu và máy móc thiết bị dùng trong sản xuất phải đảm bảo yêu cầu kỹ thuật, xây dựng và chấp hành nghiêm chỉnh chế độ kiểm tra chất lượng sản xuất ở các công đoạn sản xuất, thực hiện chế độ trách nhiệm vật chất khi xảy ra sản phẩm hỏng.

2.7 Chi phí quản lý doanh nghiệp

Chi phí này phản ánh những chi phí thực tế phát sinh trong quá trình quản lý doanh nghiệp gồm các chi phí về tiền lương nhân viên bộ phận quản lý doanh nghiệp; bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, kinh phí công đoàn của nhân viên quản lý doanh nghiệp; chi phí vật liệu văn phòng liệu, công cụ lao động, khấu hao tài

sản cố định dùng cho quản lý doanh nghiệp; tiền thuê đất, thuê muôn bài; khoản lập dự phòng phải thu khó đòi; dịch vụ mua ngoài; chi phí bằng tiền khác (tiếp khách, hội nghị khách hàng).

Qua các năm ta thấy, chi phí quản lý doanh nghiệp của chiếm từ 7% đến 9% trong tổng chi phí của công ty, đây là một trong những chi phí quan trọng làm ảnh hưởng đến tình hình lợi nhuận. Chúng tôi đưa ra một số giải pháp sau :

- Cần xây dựng ý thức tiết kiệm chi phí trong toàn thể cán bộ nhân viên công ty và Ban lãnh đạo phải là người gương mẫu để khuyến khích nhân viên tham gia. Chẳng hạn có ý thức trong việc tiết kiệm vật liệu văn phòng, điện, nước, chi phí điện thoại công, phương tiện đi lại, ... Việc kiểm soát chi phí của công ty không chỉ là bài toán về giải pháp tài chính mà còn là giải pháp về cách dùng người của nhà quản lý và là vấn đề sống còn của doanh nghiệp trong thời kỳ hội nhập.

- Công ty nên hạn chế, tiết kiệm các khoản chi phí bằng tiền trực tiếp như hội nghị khách hàng, tiếp khách bằng cách lên kế hoạch tài chính chi tiết, rõ ràng và tiết kiệm.

2.2.8 Các hoạt động liên kết liên doanh

Công ty Cổ phần DHG có xu hướng phát triển như một tập đoàn kinh doanh đa ngành nghề. Do đó các hoạt động liên kết liên doanh trong lĩnh vực đầu tư phát triển là không thể tránh khỏi. Theo số liệu cho thấy các hoạt động này mang lại doanh thu không lớn, thậm chí có năm (2009) hoạt động đầu tư này còn làm giảm doanh thu của công ty. Cho nên chúng tôi đề xuất những biện pháp sau:

- Cần xây dựng một tổ chuyên trách trong vấn đề nghiên cứu đầu tư liên doanh với các đối tác. Tổ nghiên cứu này sẽ có trách nhiệm trong việc tìm hiểu đối tác, nghiên cứu thị trường về ngành nghề công ty sẽ dự định liên doanh đầu tư. Đồng thời, tổ nghiên cứu này cũng chịu trách nhiệm về tình hình lợi nhuận trong hoạt động này.

- Có sự liên kết giữa các phòng ban trong công ty để hỗ trợ trong việc đề ra các chính sách đầu tư vào hoạt động liên kết liên doanh. Chẳng hạn: phòng

marketing có thể hỗ trợ trong việc nghiên cứu thị trường, tìm năng phát triển của ngành nghề dự định đầu tư, phòng nhân sự có thể tuyển chọn những nhân viên giỏi để tham gia tư vấn và bổ sung nhân sự cho những dự án đầu tư.

- Thiết lập danh mục đầu tư riêng cho hoạt động liên kết liên doanh để đảm bảo nguồn tài chính hợp lý cho từng dự án đầu tư này góp phần hạn chế rủi ro.

3 PHẦN KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

4.1 KẾT LUẬN

Trước những chính sách nhằm hạn chế ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế thế giới của Đảng và Nhà Nước cùng với sự nỗ lực hết mình của Ban lãnh đạo, cán bộ nhân viên trong công ty và sự tín nhiệm của người tiêu dùng nên tình hình lợi nhuận trong năm 2009 của công ty có bước chuyển biến đáng kể so với năm 2008.

Cụ thể như sau:

- Doanh thu từ hoạt động bán hàng và cung cấp dịch vụ (chiếm tỷ trọng cao trong tổng nguồn thu của công ty) tăng đáng kể trong năm 2009.
- Doanh thu từ các hoạt động đầu tư tài chính (tuy chiếm tỷ trọng không cao trong tổng nguồn thu) có mức tăng trưởng khá ấn tượng trong năm 2009

so với năm 2008 (gần 47%). Đây là một thế mạnh nên công ty cần đầu tư nghiên cứu để làm tăng hơn nữa nguồn thu từ hoạt động này.

- Doanh thu từ hoạt động liên kết, liên doanh: đây là vấn đề mà công ty nên quan tâm vì trong năm 2009 công ty đã phải chịu lỗ từ hoạt động này góp phần làm giảm doanh thu.
- Về tình hình chi phí: công ty đã làm giảm được chi phí bán hàng nhưng giá vốn hàng bán và chi phí quản lý doanh nghiệp vẫn còn tăng.
- Quy mô sản xuất của công ty không ngừng được mở rộng chẳng những trong nước mà còn vươn ra thế giới, nhiều sản phẩm mới ra đời đáp ứng ngày càng nhiều yêu cầu của người tiêu dùng.

Dược Hậu Giang cần phát huy hơn nữa những ưu thế cũng như những mặt đạt được trong năm 2009, đồng thời phải biết tận dụng những điểm mạnh này để khắc phục những điểm yếu cũng như những mặt chưa đạt được trong năm 2009.

4.1 KIẾN NGHỊ

❖ Đối với công ty

Trong giai đoạn nền kinh tế thị trường cạnh tranh quyết liệt như hiện nay, công ty nên thành lập nhóm chuyên gia phụ vụ cho việc lập kế hoạch kinh doanh nhằm đáp ứng nhu cầu mở rộng quy mô sản xuất, thị trường tiêu thụ.

Công ty cần khai thác nhiều dòng sản phẩm phục vụ nhiều nhu cầu khác nhau về sức khỏe của người tiêu dùng để tăng nguồn thu cho doanh nghiệp.

Không ngừng cập nhật, áp dụng tiến bộ kỹ thuật mới tiên tiến trên thế giới vào hoạt động sản xuất kinh doanh cũng như quản lý doanh nghiệp.

Cần có những hoạch định chiến lược cũng như kế hoạch rõ ràng trong việc thực hiện hoạt động liên doanh, liên kết nhằm cải thiện và tạo nguồn thu từ các hoạt động này.

Đối với việc mở rộng quy mô sản xuất doanh nghiệp cần chú ý đến nguồn cung ứng, kho bãi để giảm giá thành nguyên liệu, hư hao trong quá trình vận chuyển, bảo quản.

❖ **Đối với Nhà Nước**

Cần có những chính sách khuyến khích ngành Dược phát triển, bình ổn giá cả để giúp các nhà sản xuất Dược phẩm nói chung và của DHG nói riêng giảm được giá thành nguồn nguyên vật liệu đầu vào góp phần giảm giá vốn hàng bán, giá thành sản phẩm.

Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát tránh tình trạng hàng giả, hàng nhái kém chất lượng ảnh hưởng đến sức khỏe người tiêu dùng. Đồng thời, tại môi trường cạnh tranh lành mạnh trong ngành Dược, ngành ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe người dân.

Quyết liệt hơn nữa trong việc quản lý chất lượng sản phẩm ngành Dược, đặc biệt là những sản phẩm mới thì cần được kiểm nghiệm kỹ về công dụng cũng như những tác dụng phụ của thuốc đối với người sử dụng.

Bên cạnh đó, cần khuyến khích nhà sản xuất có những chính sách ưu đãi đối với nhân dân vùng sâu, vùng xa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phạm Văn Dược (2008), *Phân tích hoạt động kinh doanh*, Nxb. Thống kê;
2. Nguyễn Quang Thu (2007), *Quản trị tài chính căn bản*, Nxb. Thống kê;
3. Địa chỉ Website tham khảo :
 - Dược Hậu Giang : www.dhgpharma.com
 - Hiệp hội sản xuất kinh doanh Dược Việt Nam : www.vnpca.org.vn