

LỜI MỞ ĐẦU

Lợi nhuận – Vấn đề được đặt lên hàng đầu và quan trọng nhất cho bất kỳ một chủ thể có mặt tham gia vào thị trường sản xuất hàng hoá trong xã hội. Lợi nhuận thể hiện chỉ tiêu kinh tế tổng hợp, phản ánh đầy đủ cả về lượng và chất, thể hiện tính hiệu quả của quá trình sản xuất kinh doanh thông qua sản phẩm hàng hoá làm ra.

Lợi nhuận là nhân tố quyết định trong việc tích lũy, mở rộng quy mô sản xuất của chủ thể, là sự tồn tại và lớn mạnh của chủ thể theo định hướng đầu tư kinh doanh đã được quyết định.

Do có tầm quan trọng như vậy, cho nên đã từ lâu lợi nhuận được các nhà kinh tế học quan tâm nghiên cứu. Tuy nhiên cho đến đầu thế kỷ 19 khi xuất hiện chủ nghĩa Mark, lý luận về phạm trù lợi nhuận mới được làm sáng tỏ cả về bản chất và gốc rễ của nó.

Nhận thức được vai trò quan trọng của lợi nhuận, trong quá trình thực tập, được sự phân công của nhà trường, sự giúp đỡ tận tình của thầy giáo hướng dẫn, các thầy cô trong bộ môn kinh tế tài chính cùng tập thể lãnh đạo công ty sản xuất vật liệu xây dựng và xây lắp CONSTERRA (nay là công ty Cổ phần CONSTREXIM Thăng Long) đã giúp em hoàn thành bản luận văn tốt nghiệp với đề tài “*Lợi nhuận – Những biện pháp nâng cao lợi nhuận*”.

Nội dung của đề tài gồm 3 phần:

Phần I : Một số nội dung cơ bản về lợi nhuận.

Phần II : Tình hình thực hiện lợi nhuận tại Công ty Cổ phần CONSTREXIM Thăng Long.

Phần III : Những giải pháp nâng cao lợi nhuận.

Vì trình độ có hạn, không thể không tránh được các sai sót, em kính mong các thầy cô giúp đỡ góp ý. Em xin chân thành cảm ơn!

PHẦN I:

MỘT SỐ NỘI DUNG CƠ BẢN VỀ LỢI NHUẬN

I. KHÁI NIỆM VỀ LỢI NHUẬN:

Lợi nhuận là động lực cơ bản là yếu tố quan trọng cho sự phát triển và tồn tại của doanh nghiệp. Vì vậy các doanh nghiệp luôn luôn phải tính toán làm sao để có thể đem lại cho mình mức lợi nhuận cao nhất không chỉ có sản xuất giản đơn mà còn có tái sản xuất mở rộng. Để xác định lợi nhuận thu được trong một thời kỳ nhất định cần căn cứ vào hai yếu tố chính là thu nhập phát sinh trong một thời kỳ nhất định và chi phí phát sinh nhằm mang lại thu nhập trong thời kỳ đó. Như vậy lợi nhuận là kết quả tài chính cuối cùng của hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, là thước đo hiệu quả kinh tế các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Công thức chung xác định lợi nhuận như sau:

$$\boxed{\text{Lợi nhuận}} = \boxed{\text{Tổng thu nhập}} - \boxed{\text{Tổng chi phí}}$$

Các khoản chi phí bao gồm: chi phí vật tư, chi phí khấu hao máy móc thiết bị, chi phí trả lương cho người lao động, chi phí các nghĩa vụ đối với nhà nước...

- Những khoản chi phí vật chất đã tiêu hao trong quá trình sản xuất: Nguyên vật liệu chủ yếu, chi phí khấu hao máy móc thiết bị...
- Những khoản chi phí dùng để trả lương cho người lao động nhằm bù đắp chi phí lao động sống cần thiết bỏ ra trong quá trình sản xuất kinh doanh.
- Những khoản doanh nghiệp thực hiện nghĩa vụ đối với Nhà nước, đó là thuế và các khoản phải nộp ngân sách khác như: lệ phí hoàn vốn Nhà nước đã cấp (đối với doanh nghiệp Nhà nước)

Sau khi đã bù đắp các khoản chi phí trên, phần giá trị còn lại chính là lợi nhuận của doanh nghiệp.

II. VAI TRÒ CỦA LỢI NHUẬN DOANH NGHIỆP

Lợi nhuận là động lực cơ bản của sự vận động của nền kinh tế thị trường. Trong sản xuất kinh doanh hàng hoá dịch vụ trên thị trường, các

doanh nghiệp luôn luôn phải tính toán làm sao để có thể đem lại cho mình mức lợi nhuận cao nhất để không chỉ có sản xuất giản đơn mà còn có tái sản xuất mở rộng. Lợi nhuận là nguồn tích lũy kinh phí là chỉ tiêu quan trọng, phản ánh hiệu quả cuối cùng của hoạt động sản xuất kinh doanh trong một thời kỳ nhất định của doanh nghiệp.

Có lợi nhuận - quy mô của doanh nghiệp ngày càng được mở rộng phát triển, đời sống vật chất và tinh thần của người lao động ngày càng được nâng cao, vị thế doanh nghiệp trên thương trường càng được củng cố vững chắc.

Về mặt xã hội, doanh nghiệp là tế bào của nền kinh tế quốc dân, nếu doanh nghiệp hoạt động kinh doanh đảm bảo, tài chính ổn định và luôn luôn tăng trưởng cao về lợi nhuận thì càng góp phần nâng cao tiềm lực tài chính chung cho Quốc gia bằng việc dùng lợi nhuận đóng góp vào các khoản thuế thu nhập doanh nghiệp cũng như tham gia tự nguyện vào các phong trào vận động mang tính xã hội và từ thiện khác.

Nói tóm lại lợi nhuận có mối liên hệ gắn bó không thể tách rời giữa cộng đồng và xã hội, có vai trò đặc biệt quan trọng đối với nền kinh tế quốc dân, đối với bản thân sự phát triển của doanh nghiệp và đối với việc nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người lao động.

III. CÁC NGUỒN TẠO LỢI NHUẬN:

Trong các doanh nghiệp lợi nhuận được hình thành từ các nguồn chính:

- Lợi nhuận từ hoạt động sản xuất kinh doanh bao gồm các hoạt động tài chính.**
- Lợi nhuận từ hoạt động khác**

Nếu quan niệm hoạt động từ sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là hoạt động chính, bao gồm cả hoạt động tài chính và hoạt động khác, ta có lợi nhuận của doanh nghiệp:

$$\boxed{\begin{array}{c} \text{Lợi nhuận của} \\ \text{doanh nghiệp} \end{array}} = \boxed{\begin{array}{c} \text{Lợi nhuận từ sản} \\ \text{xuất kinh doanh} \end{array}} + \boxed{\begin{array}{c} \text{Lợi nhuận khác} \end{array}}$$

IV. PHƯƠNG PHÁP XÁC ĐỊNH VÀ ĐÁNH GIÁ LỢI NHUẬN DOANH NGHIỆP

1. Phương pháp xác định lợi nhuận

- Lợi nhuận là chỉ tiêu quan trọng của doanh nghiệp, phản ánh hiệu quả cuối cùng của hoạt động sản xuất kinh doanh trong một thời kỳ nhất định. Đảm bảo và phát triển được lợi nhuận từ các hoạt động sản xuất kinh doanh vừa là mục tiêu vừa là động lực thiết yếu của doanh nghiệp.

Để xác định được lợi nhuận trong việc lập báo cáo thu nhập hàng năm của doanh nghiệp, thường áp dụng 2 phương pháp.

a. Phương pháp trực tiếp

+ Lợi nhuận hoạt động kinh doanh:

Lợi nhuận hoạt động kinh doanh là bộ phận lợi nhuận chủ yếu của doanh nghiệp thu được từ hoạt động sản xuất, cung ứng sản phẩm, dịch vụ trong kỳ, được xác định từ hoạt động sản xuất, cung ứng sản phẩm, dịch vụ trong kỳ, được xác định bằng công thức sau:

Lợi nhuận hoạt động kinh doanh	=	Doanh nghệ p	-	Giá vốn hàng bán	-	Chi phí bán hàng	-	Chi phí quản lý doanh nghiệp	+	Doanh thu tài chính	-	Chi phí tài chính
---	---	--------------------	---	---------------------------	---	---------------------------	---	---	---	---------------------------	---	-------------------------

Trong đó :

- Trị giá vốn hàng bán : đối với doanh nghiệp sản xuất là giá thành sản xuất của khối lượng sản phẩm tiêu thụ, đối với doanh nghiệp thương nghiệp kinh doanh lưu chuyển hàng hoá là trị giá mua của hàng hóa bán ra.

- Chi phí bán hàng bao gồm: Các khoản chi phí phát sinh trong quá trình tiêu thụ hàng hoá sản phẩm, dịch vụ. Trong doanh nghiệp thương mại, chi phí bán hàng chiếm tỷ trọng lớn vì là chi phí trực tiếp phục vụ cho quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh thương mại. Khi quy mô kinh doanh được mở rộng, doanh thu tăng thì tỷ trọng chi phí bán hàng cũng tăng.

- Chi phí quản lý doanh nghiệp : là những khoản chi phí liên quan đến bộ máy điều hành, quản lý doanh nghiệp. Nó tương đối ổn định, không phụ thuộc vào khối lượng hàng hoá tiêu thụ trong kỳ.

- Thu thập từ hoạt động tài chính bao gồm : thu nhập do hoạt động liên doanh, liên kết, góp vốn cổ phần, cho thuê tài sản...

- Chi phí hoạt động tài chính : là các khoản chi phí đầu tư tài chính ra ngoài doanh nghiệp nhằm sử dụng hợp lý các nguồn vốn, tăng thu nhập và nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

+ *Lợi nhuận hoạt động khác* :

Là số chênh lệch giữa doanh thu khác với chi phí khác và khoản thuế gián thu (nếu có).

Lợi nhuận khác = Doanh thu khác – Thuế (nếu có) – Chi phí khác

Trong đó :

- Thu nhập khác bao gồm thu nhập bán hàng phế liệu, bán tài sản thanh lý, tài sản dư thừa, nợ khó đòi nay thu hồi được...

- Chi phí khác là những khoản chi phí do chủ quan hay khách quan gây ra, không tính đến trong quá trình xây dựng kế hoạch tài chính như thực tế vốn phát sinh.

Theo quan điểm trước đây, lợi nhuận của doanh nghiệp được cấu thành bởi ba bộ phận như trên, nhưng theo quan điểm mới thì lợi nhuận doanh nghiệp được chia thành hai bộ phận gồm lợi nhuận hoạt động kinh doanh và lợi nhuận hoạt động khác. Do vậy

Tổng lợi nhuận của doanh nghiệp = Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh + Lợi nhuận từ hoạt động khác

Trong đó :

Lợi nhuận hoạt động kinh doanh	= Doan h thu thuần	Giá vốn hàng bán	- Chi phí bán hàng	Chi phí quản lý doanh nghiệp	+ Doanh thu tài chính	- Chi phí tài chính
---	--------------------------	---------------------------	-----------------------------	---	-----------------------------	---------------------------

Hoặc :

$$\begin{array}{r}
 \text{Lợi} \\
 \text{nhuận} \\
 \text{hoạt} \\
 \text{động} \\
 \text{kinh} \\
 \text{doanh}
 \end{array}
 =
 \begin{array}{r}
 \text{Lợi} \\
 \text{nhuận} \\
 \text{gộp}
 \end{array}
 +
 \begin{array}{r}
 \text{Doanh} \\
 \text{thu} \\
 \text{tài} \\
 \text{chính}
 \end{array}
 -
 \begin{array}{r}
 \text{Chi} \\
 \text{phí} \\
 \text{bán} \\
 \text{hàng}
 \end{array}
 -
 \begin{array}{r}
 \text{Chi} \\
 \text{phí} \\
 \text{quản} \\
 \text{lý} \\
 \text{doanh} \\
 \text{nghiệp}
 \end{array}
 -
 \begin{array}{r}
 \text{Chi} \\
 \text{phí} \\
 \text{tài} \\
 \text{chính}
 \end{array}$$

Lợi nhuận khác = Thu nhập khác – Chi phí khác

Từ đó, có thể xác định lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp :

$$\begin{array}{r}
 \text{Lợi nhuận sau} \\
 \text{thuế}
 \end{array}
 =
 \begin{array}{r}
 \text{Lợi nhuận trước} \\
 \text{thuế}
 \end{array}
 -
 \begin{array}{r}
 \text{Thuế thu nhập} \\
 \text{doanh nghiệp}
 \end{array}$$

b. Phương pháp xác định lợi nhuận qua bước trung gian.

Phương pháp này (xem sơ đồ), lợi nhuận được tính dần qua từng bước hoạt động kinh doanh. Do đó các doanh nghiệp sẽ nắm được cụ thể các yếu tố kinh tế của các khâu hoạt động cũng như kết quả tổng hợp cuối cùng giúp doanh nghiệp đề ra những quyết sách phù hợp để phát triển sản xuất tăng lợi nhuận.

Doanh thu các nghiệp vụ kinh doanh		Doanh thu hoạt động tài chính	Doanh thu hoạt động khác
- Giảm giá - Hàng bị trả lại - Thuế gián thu	Doanh thu thuần		Chi phí hoạt động tài chính
	Chi phí hoạt động khác		
	Giá vốn hàng bán	Lợi nhuận hoạt động tài chính	Lợi nhuận hoạt động khác
	- CP bán hàng - CP quản lý doanh nghiệp	Lợi nhuận hoạt động kinh doanh	
		Lợi nhuận trước thuế	
		Thuế thu nhập doanh nghiệp	Lợi nhuận sau thuế

2. Các chỉ tiêu đánh giá lợi nhuận

a. Tổng mức lợi nhuận.

Tổng mức lợi nhuận là chỉ tiêu cơ bản về lợi nhuận, nó là chỉ tiêu cơ bản nhất phản ánh kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Nó là nguồn tích lũy nhằm tái sản xuất mở rộng, cải thiện đời sống của người lao động. Tổng mức lợi nhuận cho ta biết trong kỳ kinh doanh, hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp lãi hay lỗ với mức độ bao nhiêu. Để đánh giá một cách toàn diện và chính xác chất lượng sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, ngoài xem xét chỉ tiêu lợi nhuận tuyệt đối còn phải xem xét chỉ tiêu tương đối là tỷ suất lợi nhuận.

b. Tỷ suất lợi nhuận:

- *Tỷ suất lợi nhuận - doanh thu:*

Là một chỉ tiêu tương đối phản ánh quan hệ tỷ lệ giữa tổng mức lợi nhuận với tổng doanh thu bán hàng trong năm.

$$P' = P/M * 100\%$$

Trong đó:

P': Tỷ suất lợi nhuận chung

P: Tổng mức lợi nhuận trong năm

M: Doanh thu bán hàng trong năm

Chỉ tiêu này phản ánh cứ bán được 100 đồng doanh thu thì sẽ thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận.

- *Tỷ suất lợi nhuận - vốn kinh doanh bình quân:*

Là một chỉ tiêu tương đối phản ánh quan hệ tỷ lệ giữa tổng lợi nhuận và tổng vốn kinh doanh bình quân trong năm.

Công thức xác định:

$$P'_v = P/V_{bq} * 100\%$$

P'_v = tỷ suất lợi nhuận vốn hay doanh lợi vốn

P: Lợi nhuận thu được (có thể trước hoặc sau thuế)

V_{bq} : Tổng vốn kinh doanh sử dụng bình quân trong năm.

- *Tỷ suất lợi nhuận - chi phí:*

Là chỉ tiêu tương đối phản ánh quan hệ tỷ lệ giữa tổng lợi nhuận với tổng chi phí kinh doanh trong năm.

$$P'_{cf} = P/CFKD *$$

100% P: Tổng lợi nhuận chi phí.

P'_{cf} : Tỷ suất lợi nhuận chi phí

CFKD: là tổng mức chi phí kinh doanh phân bổ cho hàng hoá đã tiêu thụ trong năm.

Chỉ tiêu này phản ánh cứ 100 đồng chi phí bỏ ra thì mang lại bao nhiêu đồng lợi nhuận.

3. Các nhân tố ảnh hưởng đến lợi nhuận của doanh nghiệp

Doanh nghiệp tồn tại trong môi trường kinh tế – xã hội chịu ảnh hưởng của nhiều nhân tố từ môi trường kinh doanh đem lại. Có những nhân tố chủ quan thuộc về bên trong doanh nghiệp, có những nhân tố khách quan nằm ngoài tầm kiểm soát của doanh nghiệp. Những nhân tố này một mặt có thể tạo điều kiện cho doanh nghiệp tồn tại và phát triển nhưng mặt khác nó cũng là những trở ngại mà mỗi doanh nghiệp đều cần phải vượt qua, để đi đến cái đích cuối cùng là thu lợi nhuận cao. Vì vậy, doanh nghiệp cần phải có và sử dụng hiệu quả các biện pháp nâng cao lợi nhuận trên cơ sở phân tích chính xác các nhân tố ảnh hưởng tới lợi nhuận kết hợp với phân tích thực trạng, tiềm năng... của doanh nghiệp.

a) Nhóm nhân tố ảnh hưởng đến doanh thu.

Đây là nhân tố phản ánh trình độ tổ chức, quản lý và đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm. Xuất phát từ công thức xác định doanh thu :

$$\text{Doanh thu} = \text{Khối lượng hàng hoá} \times \text{Giá bán đơn vị}$$

Như vậy, các nhân tố chủ yếu sau đây sẽ có tác động ảnh hưởng trực tiếp đến doanh thu.

Trình độ tổ chức và quản lý.

Có thể nói con người luôn đóng vai trò trung tâm và có ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả của hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Đặc biệt là trong nền kinh tế thị trường, khi các doanh nghiệp phải cạnh tranh nhau một cách gay gắt thì con người lại càng khẳng định mình là yếu tố quyết định tạo

ra lợi nhuận. Trình độ chuyên môn cũng như sự nhanh nhạy của người lãnh đạo trong cơ chế thị trường, ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp có một đội ngũ cán bộ công nhân viên có trình độ cao, thích ứng với yêu cầu tự cường, thì doanh nghiệp các có nhiều lợi thế trong việc nâng cao hiệu suất lao động, từ đó tạo điều kiện nâng cao lợi nhuận.

Khối lượng sản phẩm sản xuất và tiêu thụ trong kỳ. Nó ảnh hưởng lớn nhất đến doanh thu tiêu thụ sản phẩm, khối lượng sản phẩm tiêu thụ lớn, công tác tiêu thụ lớn, với khối lượng sản phẩm sản xuất ra nhiều đảm bảo đúng kế hoạch thường xuyên, liên tục, đảm bảo chất lượng cao thì hoạt động kinh doanh có lãi.

- Kết cấu mặt hàng tiêu thụ:

Việc thay đổi kết cấu mặt hàng, do biến động của nhu cầu thị trường đáp ứng đòi hỏi của xã hội. Để nâng cao hiệu quả kinh tế, giảm rủi ro trong kinh doanh, tăng lợi nhuận, các doanh nghiệp không những đa dạng hoá ngành nghề, lĩnh vực kinh doanh mà luôn luôn phải xác định được cơ cấu mặt hàng hợp lý, phù hợp để không bị bỏ lỡ cơ hội tốt trong kinh doanh và không làm ảnh hưởng đến doanh thu.

- Giá bán sản phẩm.

Trong điều kiện cạnh tranh như hiện nay, xác định giá đúng sẽ đảm bảo khả năng tiêu thụ, tránh ế đọng hàng hóa, hạn chế thua lỗ. Vì vậy để có một chính sách hợp lý, đòi hỏi doanh nghiệp phải nắm bắt thông tin chính xác về thị trường. Từ đó có quyết định về giá cho mỗi loại sản phẩm một mức giá hợp lý không những bù đắp các khoản chi phí bỏ ra mà còn phải được thị trường chấp nhận và có lợi nhuận.

b) Nhóm nhân tố ảnh hưởng đến chi phí kinh doanh

Nhóm nhân tố ảnh hưởng đến kinh doanh gồm giá vốn hàng bán, chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp. Nhân tố chủ quan tác động đến sự tăng giảm chi phí kinh doanh là trình độ quản lý chi phí của doanh nghiệp.

Chi phí là nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến lợi nhuận, muốn kiểm soát được chi phí, doanh nghiệp phải xây dựng lại kế hoạch kinh doanh cụ thể. Việc quản lý tốt các khoản chi phí tạo điều kiện cho doanh nghiệp nâng

cao hiệu quả sử dụng chi phí làm tăng lợi nhuận. Nếu không sẽ dẫn đến kết quả không những không tăng mà còn tụt giảm để để xảy ra thu không bù được chi.

c) Những nhân tố khác

Trên thực tế ngoài những nhân tố trên còn rất nhiều các nhân tố khác ảnh hưởng đến lợi nhuận như:

+ Về vốn:

Vốn là tiền đề vật chất cho hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Do vậy đó là một trong những nhân tố quan trọng quyết định đến hiệu quả kinh doanh và lợi nhuận của doanh nghiệp.

Trong quá trình cạnh tranh của thị trường doanh nghiệp nào “Trường vốn” có lợi thế về vốn thì có lợi thế kinh doanh. Khả năng vốn dồi dào sẽ giúp cho doanh nghiệp dành được thời cơ trong kinh doanh, có điều kiện mở rộng thị trường, từ đó tạo điều kiện cho doanh nghiệp tăng doanh thu và tăng lợi nhuận.

Khi đã có khả năng về vốn nhất định, mỗi doanh nghiệp cần bảo toàn và sử dụng vốn một cách có hiệu quả.

+ Chính sách thuế: Thuế là một công cụ giúp cho Nhà nước thực hiện tốt công việc điều tiết vi mô của mình. Thuế là hình thức nộp bắt buộc theo luật định và không hoàn trả trực tiếp đối với mọi tổ chức kinh tế. Vì vậy, thuế là một trong những chi phí của doanh nghiệp, thuế suất cao hay thấp sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận của doanh nghiệp.

+ Chính sách lãi suất: Thông thường, để hoạt động sản xuất kinh doanh, ngoài vốn tự có doanh nghiệp phải vay thêm vốn. Doanh nghiệp có thể vay vốn bằng nhiều cách khác nhau: cách phát hành trái phiếu, vay ngân hàng, các doanh nghiệp hoặc các tổ chức, cá nhân khác, và doanh nghiệp phải trả cho người cho vay một khoản tiền gọi là lãi vay.

Tiền lãi vay được tính dựa trên cơ sở lãi suất, số tiền gốc và thời gian vay. Lãi suất vay sẽ phụ thuộc vào mức lãi suất chiết khấu của ngân hàng Nhà nước quy định. Khi ngân hàng Nhà nước thay đổi lãi suất chiết khấu sẽ tác động trực tiếp đến lãi suất tiền vay của doanh nghiệp, do đó tác động đến chi phí và tác động đến lợi nhuận của doanh nghiệp.

+ Kiểm soát giá: Trong nền kinh tế thị trường, giá cả không do Nhà nước kiểm soát mà nó được hình thành trên thị trường do sự tác động giữa cung và cầu. Tuy nhiên trong một số trường hợp, Nhà nước kiểm soát giá một số mặt hàng để đảm bảo cho sự phát triển lành mạnh của thị trường, ví dụ như: điện, nước, xăng, dầu... Nếu doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ mà Nhà nước kiểm soát giá thì giá bán hàng hóa, dịch vụ của doanh nghiệp phải nằm trong khung giá quy định. Việc Nhà nước kiểm soát giá đối với một số mặt hàng có thể tác động đến lợi nhuận của doanh nghiệp sản xuất kinh doanh hàng hóa đó. Mặt khác nếu doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh những hàng hóa, dịch vụ mà phải sử dụng những nguyên vật liệu chịu sự kiểm soát giá của Nhà nước thì chính sách kiểm soát giá của Nhà nước sẽ tác động đến chi phí của doanh nghiệp và do đó, tác động đến lợi nhuận doanh nghiệp.

4. Một số biện pháp chủ yếu để tăng lợi nhuận doanh nghiệp

Trong nhiều biện pháp lưu ý hai biện pháp chủ yếu sau:

a. Tăng khối lượng sản phẩm và nâng cao chất lượng sản phẩm. Đồng thời đẩy mạnh tiêu thụ tăng doanh thu.

Tăng khối lượng hàng hoá sản xuất không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm là biện pháp quan trọng để tăng lợi nhuận. Muốn đạt được các chỉ tiêu trên, các doanh nghiệp không thể không quan tâm đến công tác đầu tư thiết bị có công nghệ tiên tiến hợp lý hoá dây chuyền công nghệ, tăng cường đầu tư về lĩnh vực đào tạo, nâng cao tay nghề cho người lao động cũng như phát triển mạng lưới tiêu thụ sản phẩm.

b. Hạ thấp giá thành sản phẩm.

Hạ giá thành sản phẩm bằng biện pháp giảm chi phí sản xuất, tiết kiệm chi phí lao động, đẩy mạnh tăng năng suất là biện pháp giúp cho các doanh nghiệp không những tiết kiệm được vốn kinh doanh mà còn làm tăng đáng kể lợi nhuận. Tùy theo từng lĩnh vực kinh doanh cụ thể, các doanh nghiệp cần phải nghiên cứu để áp dụng những biện pháp cụ thể phù hợp với khả năng kinh doanh của mình.

PHẦN II:

TÌNH HÌNH THỰC HIỆN LỢI NHUẬN TẠI

CÔNG TY CỔ PHẦN CONSTREXIM THĂNG LONG

* GIỚI THIỆU VỀ CÔNG TY

1. Quá trình hình thành và phát triển công ty

Công ty sản xuất vật liệu xây dựng và xây lắp CONTERRA¹ là công ty con trực thuộc Công ty Đầu tư – Xây dựng và Xuất nhập khẩu Việt Nam (Constrexim Holdings) được thành lập theo Quyết định 421/MC – TCHC ngày 24/07/2002 trong mô hình thí điểm “công ty Me – công ty Con” của Constrexim Holdings, chịu sự quản lý của cơ quan Nhà nước có thẩm quyền theo quy định của Chính phủ và các quy định khác của pháp luật. Vốn và tài sản của công ty được tổ chức, quản lý theo quy chế tài chính và quy định của Constrexim Holdings. Có con dấu và tài khoản tại kho bạc Nhà nước và các ngân hàng trong và ngoài nước.

2. Chức năng nhiệm vụ của công ty:

- a. Quản lý nhà máy sản xuất gạch lát Terazzo – Hà Tây (sản xuất và tiêu thụ)
- b. Xây lắp các công trình
- c. Xuất nhập khẩu vật liệu xây dựng và thiết bị

3. Đặc điểm tổ chức bộ máy quản lý hoạt động sản xuất kinh doanh

a. Tổ chức bộ máy quản lý Công ty gồm:

+ Giám đốc công ty: Chịu trách nhiệm điều hành mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty, chịu trách nhiệm về hành vi pháp nhân và kết quả sản xuất kinh doanh của công ty.

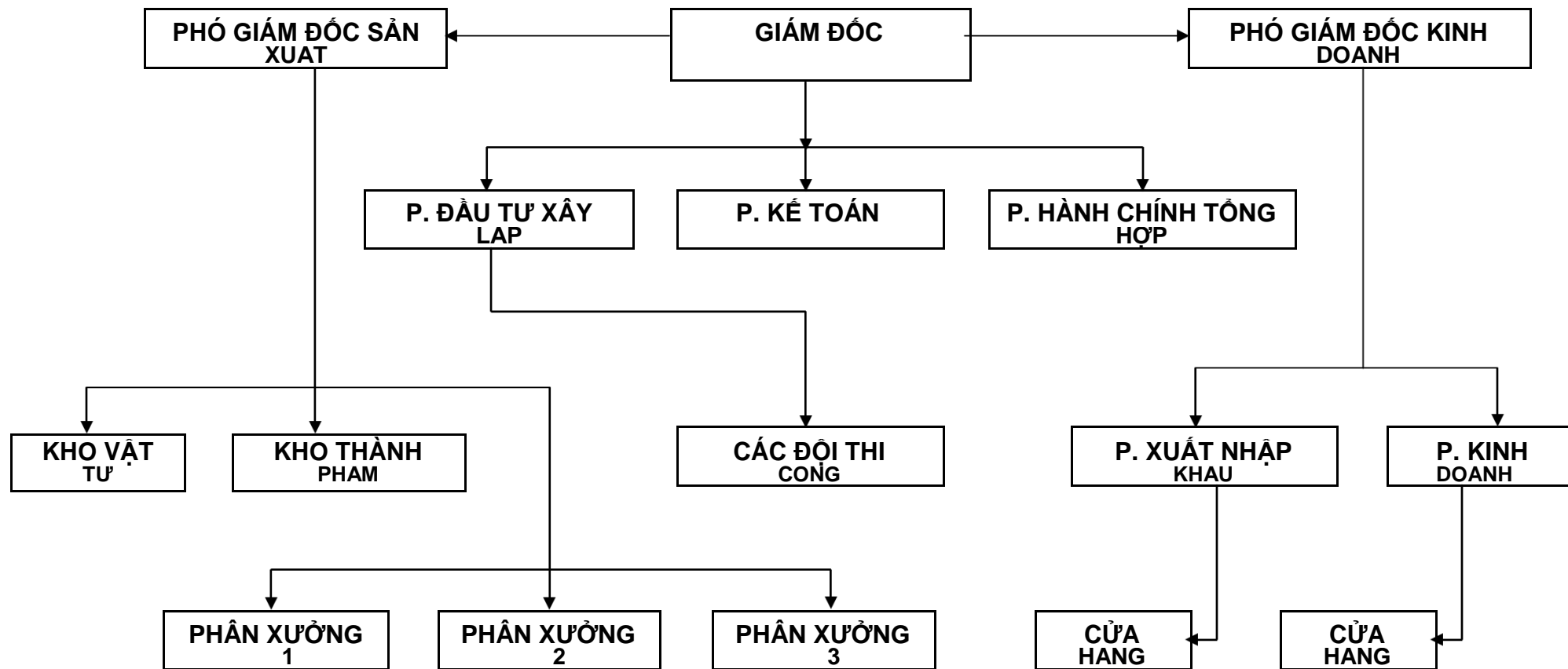
+ Phó Giám đốc phụ trách kinh doanh: phụ trách về kinh doanh và tiến độ tiêu thụ sản phẩm.

+ Phó Giám đốc sản xuất: Phụ trách nhà máy sản xuất gạch lát Terazzo.

Các phòng ban chức năng gồm: Phòng Kinh tế - tài chính, Phòng tổ chức hành chính, phòng đầu tư xây lắp, phòng kinh doanh, phòng xuất nhập

khẩu, các phân xưởng sản xuất, các đội thi công, các cửa hàng phân phối sản phẩm (Xem sơ đồ).

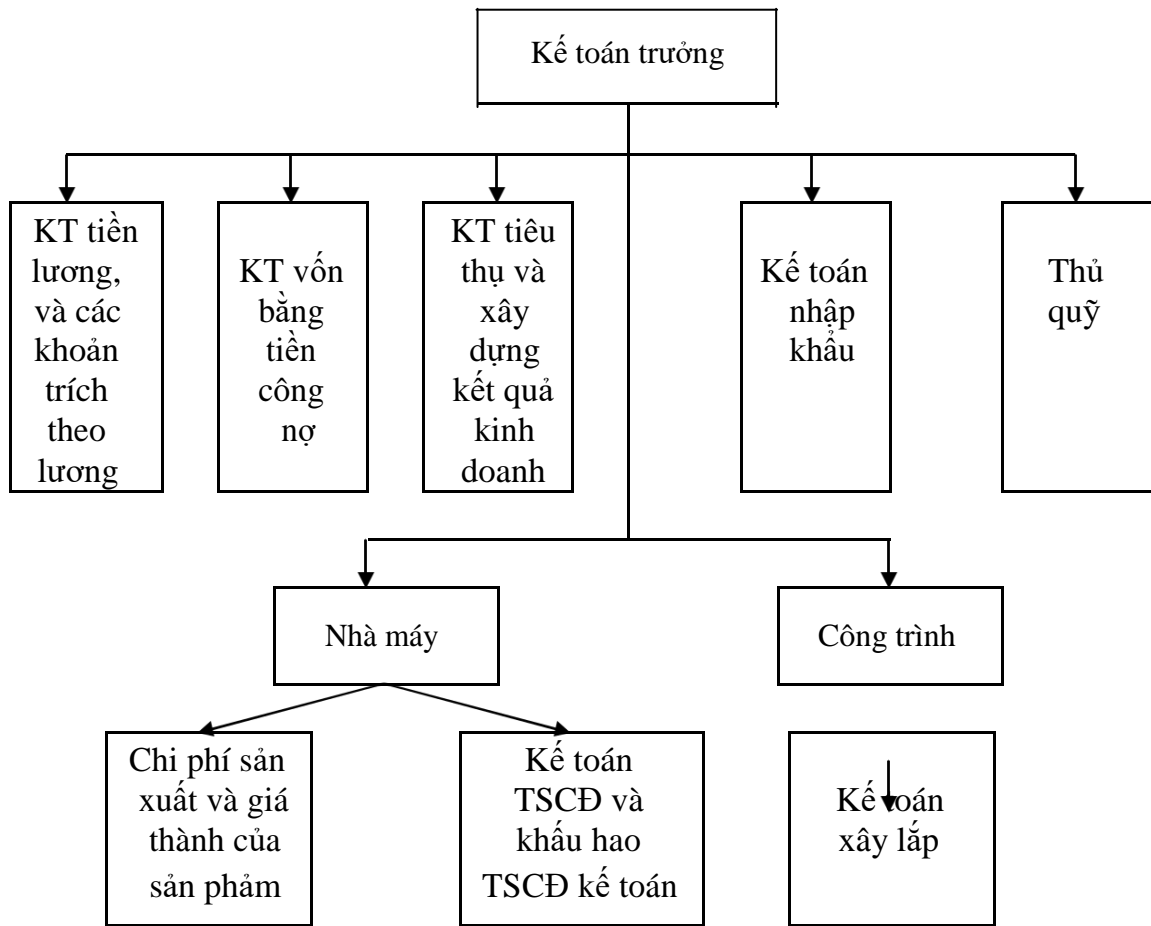
¹ Từ tháng 1/2006 công ty đi vào hoạt động theo phương thức cổ phần hoá với tên gọi mới: Công ty Cổ phần CONSTREXIM Thăng Long.



SƠ ĐỒ TỔ CHỨC BỘ MÁY QUẢN LÝ CÔNG TY SẢN XUẤT VẬT LIỆU XÂY DỰNG VÀ XÂY LẮP CONSTERRA

b. Tổ chức bộ máy kế toán công ty (Theo sơ đồ)

SƠ ĐỒ BỘ MÁY KẾ TOÁN



Bộ máy kế toán của công ty được tổ chức theo hình thức phân tán, mỗi xí nghiệp, đội sản xuất đều có bộ phận riêng dưới sự điều hành trực tiếp của kế toán trưởng.

Hình thức kế toán: Xuất phát từ đặc điểm tổ chức sản xuất và tổ chức quản lý đồng thời do có quy mô lớn hoạt động rộng nên để phù hợp với đặc điểm sản xuất kinh doanh và đáp ứng yêu cầu quản lý, công ty vận dụng hình thức tổ chức công tác kế toán tập trung. Theo hình thức này toàn bộ công tác kế toán của công ty từ xử lý chứng từ, ghi sổ kế toán tổng hợp, ghi sổ kế toán

chi tiết đến việc lập các báo cáo tài chính đều được tập trung tại phòng kế toán dưới sự chỉ đạo của kế toán trưởng.

Bộ máy kế toán của công ty được tổ chức theo hình thức phân tán. Mỗi nhân viên kế toán được trưởng phòng kế toán tổ chức phân việc. Kế toán trưởng là người thực hiện toàn bộ công tác kế toán, tài chính và thống kê trong công ty là người phải chịu trách nhiệm giải trình về các báo cáo tài chính của công ty trước công ty mẹ, cơ quan thuế, cơ quan kiểm toán..., tham gia vào việc xây dựng các quy chế, các điều lệ quản lý kế toán nội bộ, công tác quản lý kế hoạch tài chính, tư vấn việc sử dụng vốn, vay vốn...

Phòng kế toán gồm có 8 người (5 kế toán viên tại phòng kế toán công ty và 3 kế toán viên trực tiếp tại nhà máy và công trình), bao gồm:

- Kế toán tiền lương và các khoản trích theo lương.

Thanh toán tiền lương và các khoản trích theo lương cho cán bộ công nhân viên trong công ty.

- Kế toán tài sản cố định và công nợ.

Theo dõi tình hình biến động của TSCĐ, ghi sổ khấu hao tài sản cố định theo dõi chi tiết công nợ với người bán và người mua.

- Kế toán tiêu thụ và xây dựng cơ bản.

Theo dõi tình hình tiêu thụ sản phẩm, theo dõi đấu thầu cũng như công tác thi công xây lắp.

- Kế toán nhập khẩu

Theo dõi công tác nhập khẩu

- Thủ quỹ

Quản lý tiền mặt của công ty, thu chi tiền mặt, ghi sổ quỹ hàng tháng, đối chiếu thanh toán.

- Kế toán theo dõi chi phí sản xuất và giá thành sản phẩm

I. Kết quả kinh doanh

Bảng 1: Phân tích kết quả hoạt động kinh doanh của công ty

Đơn vị: Triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2004	Năm 2005	So sánh	
		Số tiền (Triệu đồng)	Số tiền (Triệu đồng)	Chênh lệch	Tỷ lệ %
1.	Tổng doanh thu	87.952	101.156	13.204	15
2.	Giá vốn hàng bán	84.031	96.520	12.489	14,86
3.	Lợi nhuận gộp	3.921	4.636	715	18,23
4.	Doanh thu hoạt động tài chính	159	549	390	245
5.	Chi phí tài chính	-	1.061	1.061	-
6.	Chi phí bán hàng	2.393	1.543	-851	-35,5
7.	Chi phí quản lý doanh nghiệp	975	974	-	-
8.	Lợi nhuận thuần từ HĐKD	553	1.608	1055	191
9.	Thu nhập khác	159	550	391	246,7
10.	Chi phí khác	1	515	514	-
11.	Lợi nhuận khác	37	35	-2	- 5
12.	Tổng lợi nhuận trước thuế	748	1.643	895	120
13.	Thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp	438	556	118	27
14.	Lợi nhuận sau thuế	310	1.087	777	251

Qua bảng 2 ta thấy tổng doanh thu hoạt động kinh doanh năm 2005 đạt 101.156 triệu đồng tăng 13.204 triệu đồng ứng với 15% so với năm 2004.

- Giá vốn hàng hóa năm 2005 là 96.520 triệu đồng tăng 12.489 triệu đồng ứng với 14,86% so với năm 2004.

- Lợi nhuận trước thuế đạt với giá trị 1.643 triệu đồng tăng 895 triệu đồng ứng với 120%, sau thuế đạt 1.087 triệu đồng tăng 777 triệu đồng tương ứng với 251% so với năm 2004.

- Chi phí tài chính năm 2004 không có nhưng năm 2005 là 1.061 triệu đồng. Chi phí này chủ yếu dùng để trả lãi vay.

- Chi phí quản lý doanh nghiệp năm 2005 vẫn giữ xấp xỉ bằng năm 2004 tương ứng với số tiền 974 triệu đồng.

- Thu nhập khác năm 2005 đạt 550 triệu đồng tăng 246,7% (+391 triệu đồng) so với năm 2004.

- Chi phí khác năm 2005 chỉ tăng hơn 514 triệu đồng, trong khi năm 2004 chi hết 1 triệu đồng.

- Chi phí bán hàng năm 2005 là 1.543 triệu đồng giảm 850 triệu đồng ứng với 35,5% so với năm 2004.

- Qua kết quả phân tích trên năm 2005 công ty sản xuất vật liệu xây dựng và xây lắp Consterra trong hoạt động kinh doanh có lãi, song cũng còn một số mặt hạn chế làm ảnh hưởng đến việc tăng lợi nhuận:

+ Tốc độ tăng lên của giá vốn hàng bán (=15%) cùng tương đương với tốc độ tăng của tổng doanh thu (=14,86%).

+ Tốc độ tăng của doanh thu đạt 15% trong khi tốc độ tăng của vốn lưu động là 87%. Điều này chứng tỏ rằng việc sử dụng vốn lưu động chưa đạt được hiệu quả cao, cần phải có biện pháp khắc phục điều chỉnh kế hoạch sử dụng vốn lưu động sao vào hợp lý cho năm tới.

II. Kết cấu lợi nhuận

Bảng 2:

STT	Chỉ tiêu	Năm 2004		Năm 2005		So sánh	
		Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền (Tr.đồng)	Tỷ trọng	Chênh lệch	Tỷ lệ %
	1	2	3	4	5	6=4-2	7=6/2
	Tổng lợi nhuận trước thuế	748	100	1.643	100	895	120

1	Lợi nhuận hoạt động KD	553	74	1.608	98	1055	191
2	Lợi nhuận khác	195	26	35,0	2	-160	-82

Qua bảng phân tích trên ta thấy tổng lợi nhuận của công ty năm 2005 đạt 1.643 triệu đồng tăng 120% (+895 triệu đồng) so với năm 2004. Trong đó:

- Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh năm 2005 là 1.608 triệu đồng, tăng 191% so với năm 2004, tỷ trọng tăng từ 74% năm 2004 lên 98% năm 2005.

- Lợi nhuận khác năm 2004 là 195 triệu đồng nhưng 2005 chỉ có 35 triệu đồng giảm 82%, tỷ trọng giảm từ 26% năm 2004 xuống 2% năm 2005.

- Lợi nhuận về hoạt động tài chính công ty chưa thực hiện được.

Từ kết quả cho trên ta có nhận xét, lợi nhuận của công ty chủ yếu mới chỉ tập trung vào lĩnh vực hoạt động kinh doanh sản xuất và tiêu thụ sản phẩm gạch ốp lát, các lĩnh vực khác như: nhận thầu thi công xây dựng công trình, xuất nhập khẩu vật liệu xây dựng đang còn ở giai đoạn đầu tư ban đầu.

Những yếu tố đã giúp công ty đạt được lợi nhuận trong hoạt động kinh doanh năm 2005 tăng 191% so với năm 2004 chủ yếu phụ thuộc vào 2 yếu tố chính: Tổng doanh thu và quản lý chi phí kinh doanh:

- + Doanh thu hoạt động kinh doanh năm 2005 đạt 101.156 triệu đồng tăng 15% (+13.204 triệu đồng) so với năm 2004.

Với lợi nhuận, lợi nhuận là chênh lệch giữa doanh thu trong kinh doanh và chi phí kinh doanh. Vì thế nếu tăng doanh thu và giảm được chi phí sản xuất sẽ trực tiếp làm tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp. Phù hợp với nguyên lý đó, trong năm 2005 công ty Cổ phần CONSTEXIM Thăng Long đã chú trọng tới việc tăng vốn đầu tư cho kinh doanh. Cụ thể: Vốn lưu động cuối kỳ tăng 87%, vốn cố định cuối kỳ tăng 83% so với năm 2004. Vốn là tiền đề vật chất cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, nó là một trong những nhân tố quan trọng quyết định đến hiệu quả kinh doanh và lợi nhuận. Chính vì vậy

mà công ty trong năm 2005 đã đạt được doanh thu tăng 15% đồng thời tăng lợi nhuận 191% sau khi đã trừ các chi phí sản xuất. Tuy nhiên theo yêu cầu thực tế, nguồn vốn của công ty đã đầu tư cho năm 2005 so với khối lượng vốn yêu cầu cũng còn quá ít, vì rằng dây chuyền công nghệ nhà máy gạch ốp lát Terazzo Hà Tây của Ý có công suất từ 80.000m²/năm đến 200.000m²/năm và sản xuất 8 nhóm có chủng loại khác nhau, nhưng hiện tại công ty mới chỉ áp dụng sản xuất được 4 nhóm chủng loại, sản phẩm sản xuất bình quân đạt 60.000 đến 100.000m²/năm rõ ràng chưa phát huy hết công suất sử dụng. Bên cạnh đó hoạt động công tác xây lắp hiện nay phát triển còn hạn chế do vốn đầu tư thiếu.

Để khắc phục được yêu cầu nguồn vốn ở phần sau em sẽ nêu một số biện pháp chủ yếu để công ty tham khảo.

+ Quản lý chi phí kinh doanh.

Bảng tổng hợp chi phí kinh doanh

Đơn vị: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2004		Năm 2005		So sánh	
	Số tiền	TT%	Số tiền	TT%	Chênh lệch	Tỷ lệ %
Tổng chi phí KD	3.369	100	3.119	100	250	7
1. Chi phí tài chính	-		1.061	-	1.061	-
2. Chi phí bán hàng	2.393	71	1.543	49	- 851	-35,5
3. Chi phí quản lý DN	975	29	974	31	- 1	-
4. Chi phí khác	1	-	515	-	514	

Tổng chi phí kinh doanh năm 2004 là 3.369 triệu đồng và năm 2005 là 3.119 triệu đồng giảm 7%. Bao gồm:

+ Chi phí bán hàng: năm 2004 là 2393 triệu đồng. Năm 2005 là 1543 triệu đồng giảm 35,5%. Tỷ trọng giảm từ 71% xuống 49%.

+ Chi phí tài chính năm 2005 là 1061 triệu đồng, ở đây thực chất là chi phí tiền lãi vay phải trả do công ty vay vốn đầu tư vào kinh doanh cho năm 2005 như đã trình bày trên đây.

+ Chi phí QLDN của năm 2004 và 2005 xấp xỉ như nhau và bằng ≈ 975 triệu đồng. Qua đây cũng thấy được công ty mặc dù được mở rộng và phát triển nhưng bộ máy điều hành, quản lý công ty ổn định không thay đổi mặc dù mạng lưới tiêu thụ sản phẩm của công ty đã được bổ sung thêm 2 địa điểm nâng tổng số đại lý lên 8 cơ sở (gồm Hà Nội: 2; Hà Tây: 2; Nam Định: 1; Hải Phòng: 1; Nghệ An: 1; Thanh Hoá: 1).

+ Chi phí khác. Năm 2005 công ty đã sử dụng 515 triệu đồng trong khi năm 2004 chỉ gồm 1 triệu đồng. Sở dĩ có sự tăng lên như vậy là do trong năm 2005 công ty đã triển khai thêm lĩnh vực kinh doanh mới, dự thầu thi công xây dựng các công trình. (như tìm việc, chuẩn bị hồ sơ mời thầu, kết nối thông tin...) và một số công tác bất thường khác.

Trên cơ sở kết quả tổng hợp phân tích các chi phí trên đây ta thấy trong năm 2005 công ty đã quản lý tốt, chủ động và hợp lý. Để có lợi nhuận chi phí nào cần thiết bổ sung đã được bổ sung hoặc gia tăng, chẳng hạn chi phí tài chính (1061 triệu đồng) cần cho vốn vay nên phải trả lãi, chi phí khác (514 triệu đồng) cần cho công tác dự thầu xây lắp công trình xây dựng, kết nối công việc mở rộng marketing để tăng cường sản xuất tiêu thụ sản phẩm v.v... Trong khi các chi phí kinh doanh khác như chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp chủ trương của công ty tìm mọi biện pháp để tăng cường giảm hoặc hạn chế mức tối thiểu.

Trong năm 2005 đối với những nguyên vật liệu dùng cho sản xuất gạch như xi măng trắng, xi măng đen, bột đá, đá mặt là những vật liệu trong nước sản xuất, bột màu nhập ngoại. Tuy không có biến động mấy về giá cả, song những chi phí dịch vụ tăng như : điện, nước, vận chuyển, tiền công v.v... Điều đó tác động trực tiếp làm tăng giá sản phẩm hàng hoá. Để bù đắp nhằm

tạo được lợi nhuận, biện pháp của công ty là nâng cao năng suất lao động, tăng cường công tác giám sát chi phí sản xuất. Mặt khác giá bán sản phẩm được công ty điều chỉnh hợp lý. Thí dụ loại gạch lát ngoại thất có màu crome kích thước 300x300 giá đầu năm 2005 bình quân 77.000đ/m² cuối năm 82.000đ/m² khi mà cùng loại có chất lượng tương đương của các doanh nghiệp khác là 85.000đ/m² và 90.000đ/m². Chính nhờ có giá cả hợp lý, chất lượng bảo đảm đã đẩy nhanh công tác sản xuất và tiêu thụ, nên năm 2005 công ty đã đạt doanh thu tăng 15%, góp phần quan trọng làm tăng lợi nhuận trước thuế lên 120%. Trong đó lợi nhuận hoạt động kinh doanh tăng 191%.

Trên đây ta đã phân tích cơ cấu lợi nhuận của công ty, sự tăng giảm của từng lợi nhuận trong lĩnh vực hoạt động kinh doanh và quản lý chi phí sản xuất đã nhận biết được kết quả từ những nguyên nhân nào. Tuy nhiên việc nghiên cứu xu hướng tăng giảm của tổng lợi nhuận theo giá trị tuyệt đối này, chưa phản ánh hết hiệu quả cuối cùng của các hoạt động kinh doanh. Vì vậy cần phải tiếp tục nghiên cứu tỷ suất lợi nhuận và hệ số sinh lợi của vốn lưu động và vốn cố định mới có kết luận đánh giá chính xác.

III. Các chỉ tiêu đánh giá tình hình thực hiện lợi nhuận của Công ty. Bảng 3:

Đơn vị tính: Triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2004	Năm 2005	So sánh	
				Chênh lệch	Tỷ lệ
	1	2	3	4=3-2	5=4/2
1.	Doanh thu hoạt động KD	87.952	101.156	13.204	15
2.	Chi phí kinh doanh	2.393	1.543	-851	-35
3.	Vốn kinh doanh bình quân	23.703	32.861	9.158	38
4.	Vốn lưu động bình quân	20.641	32.271	11.630	56
5.	Vốn cố định bình quân	3.062	5.894	2.833	92
6.	Lợi nhuận trước thuế	748	1.643	895	120

STT	Chỉ tiêu	Năm 2004	Năm 2005	So sánh	
				Chênh lệch	Tỷ lệ
7.	Số vòng quay vốn lưu động 1/4	4	3	- 1	- 25
8.	Kỳ chu chuyển vốn lưu động	90	120	- 30	- 33
9.	Tỷ suất lợi nhuận doanh thu 6/1	1	2	1	100
10.	Tỷ suất lợi nhuận chi phí 6/2	31	106	75	242
11.	Tỷ suất lợi nhuận vốn kinh doanh 6/3	3	5	2	150
12.	Hệ số sinh lời vốn lưu động 6/4	0,04	0,05	0,01	25
13.	Hệ số sinh lời vốn cố định 6/5	0,24	0,28	0,04	17

Trong đó:

$$\text{- Vốn lưu động bình quân năm 2004} = \frac{18.793.784.484 + 22.488.952.237}{2}$$

$$= 20.641 \text{ triệu đồng}$$

$$\text{- Vốn cố định bình quân năm 2004} = \frac{1.962.030.720 + 4.161.214.575}{2}$$

$$= 3.062 \text{ triệu đồng}$$

$$\text{- Vốn lưu động bình quân năm 2005} = \frac{42.053.564.843 + 22.488.952.237}{2}$$

$$= 32.271 \text{ triệu đồng}$$

$$\text{- Vốn cố định bình quân năm 2005} = \frac{4.161.214.575 + 7.627.409.760}{2}$$

$$= 5.894 \text{ triệu đồng}$$

Qua phân tích kết quả trên ta thấy:

- Về vốn lưu động năm 2005 thực hiện 32.271 triệu đồng tăng 11.630 triệu so với năm 2004 tỷ lệ đạt tăng 56%. Hệ số sinh lời năm 2004 là 0,04 và 2005 là 0,05 nghĩa là cứ 100 đồng vốn lưu động vốn bỏ ra lợi nhuận thu được 4 đồng cho năm 2004 và 5 đồng cho 2005. Về tốc độ luân chuyển vốn lưu động từ 4 vòng/năm năm 2004 xuống 3 vòng/năm năm 2005, điều này biểu hiện năm 2005 công nợ có tăng lên do khách hàng chiếm dụng vốn lưu động nhiều hơn năm 2004 (13%).

- Về vốn cố định năm 2005 thực hiện 5.894 triệu tăng 2.833 triệu so với năm 2004 đạt tỷ lệ 92%. Hệ số sinh lời năm 2004 là 0,24 và năm 2005 là

0,28 có nghĩa cứ 100 đồng vốn cố định bỏ ra kinh doanh thu về 24 đồng lợi nhuận cho năm 2004 và 28 đồng lợi nhuận cho năm 2005 đạt tỷ lệ tăng 17%.

- Về vốn kinh doanh bình quân năm: Cứ 100 đồng vốn kinh doanh bỏ ra thu được lợi nhuận 3 đồng cho năm 2004 và 5 đồng cho năm 2005 đạt tăng 150%.

- Về tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu, mỗi 100 đồng doanh thu, lợi nhuận mang lại 1 đồng cho năm 2004 và 2 đồng cho năm 2005.

- Về tỷ suất lợi nhuận trên chi phí, mỗi 100 đồng chi phí, lợi nhuận đạt được 31 đồng cho năm 2004 và 106 đồng cho năm 2005.

Qua kết quả phân tích trên cho thấy công ty sản xuất vật liệu xây dựng và xây lắp CONSTERRA (tên mới là công ty Cổ phần CONSTREXIM Thăng Long) lợi nhuận đạt được trong năm 2005 trước thuế tăng 120% so với năm 2004. . Như vậy năm 2005 kinh doanh đã đạt được những kết quả khả quan. Điều này đã được thể hiện ở các hệ số và tỷ suất có kết quả cụ thể ở bảng phân tích trên:

Cụ thể:

- Doanh thu hoạt động kinh doanh tăng 15%
- Tổng chi phí giảm 7%, chi phí kinh doanh giảm 35%
- Vốn kinh doanh bình quân tăng 38%
- Tỷ suất lợi nhuận doanh thu tăng 100%
- Tỷ suất lợi nhuận vốn kinh doanh tăng 150%
- Tỷ suất lợi nhuận chi phí tăng 242%
- Hệ số sinh lời vốn lưu động tăng 25%
- Hệ số sinh lời vốn cố định tăng 17%.

Tuy nhiên đối với những vòng quay của vốn lưu động giảm từ 4 vòng/năm năm 2004 xuống 3 vòng/năm năm 2005 tương ứng với 20% và đồng thời làm tăng kỳ chu chuyển vốn lưu động từ 90 ngày lên 120 ngày

tương ứng 33%. Đây là yếu tố góp phần làm giảm một phần lợi nhuận của công ty.

Nguyên nhân chủ yếu như phần "*kết quả kinh doanh*" đã phân tích, đó là sự tăng lên giữa "*doanh thu hoạt động kinh doanh*" và "*giá vốn hàng hoá*" có mức tăng như nhau nghĩa là cùng tăng 15%. Đây là yếu điểm công ty cần phải điều chỉnh cho năm 2006. Như chúng ta đã biết, muốn có lợi nhuận và tăng lợi nhuận, các doanh nghiệp cần phải điều tiết kế hoạch sử dụng vốn lưu động với doanh thu bán hàng sao cho sự gia tăng của doanh thu bán hàng luôn luôn cao hơn sự gia tăng của vốn lưu động. Muốn vậy công ty cần phải bám sát nhu cầu vốn lưu động thực tế để lập kế hoạch vốn, đảm bảo quá trình tái sản xuất diễn ra liên tục. Trong trường hợp số vòng quay vốn lưu động bị giảm như đã thể hiện ở bảng trên từ 4vòng/năm xuống 3vòng/năm năm 2005, mặc dù có hạn chế tới hiệu quả lợi nhuận, song không phải không góp phần làm tăng lợi nhuận cho công ty. Bởi vì trong thực tế cho thấy rằng ; thường các doanh nghiệp xây dựng, để đạt được lợi nhuận, số vòng quay vốn lưu động phải đảm bảo từ 2 ÷ 3 vòng/năm.

Tóm lại với khả năng kinh doanh và kết quả đạt được trong năm 2005 vừa qua, công ty sản xuất vật liệu xây dựng và xây lắp CONSTERRA bước đầu đã khẳng định được vị trí của mình trong nền kinh tế thị trường sôi động và cạnh tranh ác liệt. Tuy nhiên để củng cố và phát triển vững chắc đòi hỏi công ty phải phấn đấu tăng lợi nhuận cao hơn nữa, muốn thực hiện mục đích đó công ty cần phải đề ra định hướng và kế hoạch cụ thể để thực hiện.

Lợi nhuận là mục tiêu quan trọng nhất quyết định sự tồn tại và phát triển bền vững của doanh nghiệp. Để đảm bảo thường xuyên có lợi nhuận và không ngừng nâng cao lợi nhuận – trong điều kiện có nhiều yếu tố khác nhau, môi trường hoạt động kinh doanh khác nhau bị tác động, thực hiện được là một việc làm không dễ đối với mỗi doanh nghiệp.

Sau một thời gian tìm hiểu thực tế, kết hợp kiến thức lý luận tiếp thu được tại nhà trường, liên hệ với tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh, trên cơ sở phân tích kết quả về lợi nhuận thể hiện ở phần trên, em xin đề xuất một

số biện pháp chính nhằm nâng cao lợi nhuận tại công ty sản xuất vật liệu xây dựng và xây lắp CONSTERRA như đã trình bày ở phần sau.

PHẦN III:

NHỮNG BIỆN PHÁP NÂNG CAO LỢI NHUẬN

I. TÌNH HÌNH THỰC HIỆN KẾ HOẠCH HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2005. NHỮNG TỒN TẠI CẦN GIẢI QUYẾT.

1. Về lĩnh vực sản xuất kinh doanh vật liệu xây dựng

Nhà máy gạch lát Terazzo do công ty quản lý, năm qua sản phẩm gạch lát này dùng trong xây dựng là mặt hàng kinh doanh chủ yếu chiếm tỷ trọng lớn trong tổng doanh thu đạt 10156 triệu tăng 15% so với 2004. Song cũng vẫn còn nhiều tồn tại: thiếu vốn chưa tận dụng hết công suất nhà máy, chưa đa dạng hoá theo kịp với thị hiếu của khách hàng, chưa tiếp cận rộng rãi trên thị trường, trong khi đó chi phí sản xuất, chi phí dịch vụ tăng (điện, nước, vận chuyển, tiền nhân công...) làm cho giá thành sản phẩm tăng theo. Do vậy đã phần nào hạn chế tốc độ tăng của lợi nhuận.

2. Lĩnh vực xây lắp:

Đây là công tác mới bắt đầu công ty tham gia. Khối lượng công việc do tham gia trúng thầu còn nhỏ lẻ, đạt doanh thu thấp. Vấn đề còn tồn tại: thiếu vốn, thiếu đội ngũ cán bộ kỹ thuật, kỹ sư chuyên ngành có nhiều kinh nghiệm, thiếu máy móc thiết bị thi công, nhất là trong điều kiện công trình phân bố trên các địa bàn khác nhau.

3. Kinh doanh thương mại:

Ở lĩnh vực này công ty cũng mới chỉ bắt đầu tham gia khai thác. Hiện tại công ty đang chỉ là nhà phân phối sản phẩm sứ vệ sinh khu vực phía Bắc cho công ty mẹ American Standard (Mỹ).

Cũng như lĩnh vực xây lắp công tác kinh doanh thương mại còn gặp nhiều khó khăn cần giải quyết: đội ngũ cán bộ kinh doanh thiếu, kinh nghiệm chưa nhiều.

Với tình hình thực hiện kế hoạch hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2005 như đã nêu tóm tắt trên đây. Trong năm 2006 Công ty cổ phần Constrexim Thăng Long đã đề ra định hướng: "Kiên trì phương châm đa dạng hoá kinh doanh, mở rộng thị trường, chiếm lĩnh thị phần thông qua việc xây dựng hệ thống phân phối, bán hàng và chế độ hậu mãi. Củng cố và xây dựng đội ngũ xây lắp cả về lực lượng và trang thiết bị cũng như củng cố và xây dựng đội ngũ kinh doanh năng động, có chuyên môn, nghiệp vụ cao, không ngừng kiện toàn hệ thống quản lý.."

II. NHỮNG BIỆN PHÁP NHẪM NÂNG CAO LỢI NHUẬN

Nâng cao lợi nhuận là mục tiêu mà công ty luôn luôn coi là mục đích được đặt lên hàng đầu để phấn đấu thực hiện.

Trên cơ sở định hướng chung của công ty, vận dụng những kiến thức lý luận được đào tạo tại nhà trường kết hợp với thời gian thực tập tìm hiểu trên thực tế, em xin mạnh dạn nêu ra đây một số biện pháp chính nhằm nâng cao lợi nhuận tại Công ty cổ phần Constrexim Thăng Long như sau:

1. Tăng doanh thu tiêu thụ sản phẩm:

Gồm các giải pháp chính:

a) Đẩy mạnh công tác sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Việc tăng khối lượng sản phẩm đạt chất lượng cao và đẩy mạnh công tác tiêu thụ sản phẩm là biện pháp quan trọng để tăng lợi nhuận cho công ty. Vì vậy công ty cần làm tốt các nội dung sau:

- Đáp ứng đủ nguồn vốn để phát triển sản xuất nhằm khai thác hết công suất sản xuất của nhà máy gạch lát Tarrazzo, cũng như nhận thầu xây lắp các công trình xây dựng.

- Không ngừng nghiên cứu cải tiến tăng chủng loại gạch lát với đa dạng mẫu mã phù hợp với thị hiếu của khách hàng.

- Nâng cao chất lượng sản phẩm.

Đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm. Tiêu thụ sản phẩm là khâu cuối cùng của quá trình sản xuất, đây cũng là khâu quan trọng nhất ảnh hưởng trực tiếp đến sự hoạt động kinh doanh của Công ty. Đẩy mạnh công tác tiêu thụ sản phẩm, đòi hỏi công ty phải không ngừng mở rộng thị trường bằng cách điều tra nghiên cứu thị trường, đầu tư tham gia các cuộc hội thảo, hội chợ triển lãm để quảng cáo giới thiệu sản phẩm, giới thiệu khả năng sản xuất và nhất là những sản phẩm mới để khách hàng tiếp cận và ký được các hợp đồng mua hàng hóa của Công ty.

Muốn vậy, về mặt tổ chức Công ty cần phải thành lập thêm phòng Marketing. Tuyển chọn những cán bộ chuyên ngành có nhiều kinh nghiệm để giúp việc, đồng thời có kế hoạch cụ thể triển khai đào tạo ngắn hoặc dài hạn ở trong cũng như ngoài nước.

b) Tăng cường công tác quản lý tài chính:

**** Khai thác và quản lý nguồn vốn:***

Mặt yếu của công ty hiện nay là thiếu nguồn vốn. Trong khi vốn là cơ sở vật chất cần thiết cho sự phát triển và tồn tại của công ty. Vì vậy để tạo thêm nguồn vốn công ty có thể khai thác theo các nguồn:

- Liên doanh liên kết
- Nguồn vốn trong thanh toán
- Nguồn vốn tín dụng
- Nguồn vốn từ thị trường tài chính
- Nguồn vốn từ các tập thể hoặc cá nhân.

Vốn đã được huy động công ty cần phải sử dụng bảo toàn đồng thời phải phát triển một cách có hiệu quả. Cụ thể:

- Sử dụng vốn tiết kiệm, không lãng phí
- Nâng cao tốc độ chu chuyển
- Giải quyết tốt quá trình thanh toán, tránh bị chiếm dụng vốn, tồn đọng vốn.

Song song với công tác quản lý vốn lưu động, công tác quản lý vốn cố định cần phải được chú ý. Vốn cố định từ tài sản cố định nên chu kỳ thu hồi

vốn dài hạn. Do khoa học công nghệ ngày càng phát triển, do sử dụng máy móc bị hao mòn vô hình, hoặc do bảo dưỡng kém ... nên công ty cần phải chọn thời điểm thích hợp để thanh lý, nhượng bán nhằm thu hồi vốn để đầu tư mới.

** Đẩy mạnh công tác thu hồi nợ.*

Trong điều kiện nền kinh tế thị trường hiện nay, cạnh tranh giữa các doanh nghiệp đang diễn ra rất ác liệt. Để cạnh tranh được với các đối thủ trong kinh doanh, doanh nghiệp không thể thực hiện chính sách không cho khách hàng trả chậm tiền hàng thay vì phải thanh toán ngay. Nếu thực hiện chính sách này khách hàng sẽ mua sản phẩm của các công ty khác là đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp vì có chế độ ưu đãi hơn đối với khách hàng. Khi đó khối lượng sản phẩm của doanh nghiệp được bán ra sẽ rất thấp, doanh thu giảm, kéo theo lợi nhuận giảm và doanh nghiệp sẽ bị thiệt hại trong kinh doanh.

Vì vậy hầu như tất cả các doanh nghiệp đều chấp nhận cho khách hàng trả chậm tiền hàng có thời gian thoả thuận. Công ty cổ phần Constrexim Thăng Long cũng không nằm ngoài vấn đề này. Số tiền cho khách hàng thanh toán chậm đến cuối năm 2005 là: 18.951 triệu. Qua số liệu trên cho thấy công ty cần phải đẩy mạnh công tác thu hồi nợ.

Nhằm nâng cao kết quả tiêu thụ sản phẩm, thu hồi được các khoản nợ là rất quan trọng. Những lợi ích mang lại từ việc thanh toán nhanh tiền hàng là khá lớn, với số tiền khách hàng thanh toán sớm sẽ giúp cho doanh nghiệp có hướng đầu tư phát triển mới, tiết kiệm được lãi suất vốn vay...

Để khuyến khích khách hàng thanh toán nhanh tiền hàng, công ty nên xây dựng và thực hiện chính sách chiết khấu thanh toán, nghĩa là cho khách hàng hưởng một phần lợi ích, đó là tỷ lệ % chiết khấu thanh toán tính trên tổng số tiền khách hàng phải thanh toán. Việc này sẽ ảnh hưởng đến tâm lý khách hàng, nếu thấy có lợi họ sẽ thanh toán tiền mua hàng nhanh hơn. Như vậy công ty sẽ đạt được mục đích của mình và đương nhiên hiệu quả bán hàng sẽ được nâng cao.

Đối với hình thức cho khách hàng được hưởng chiết khấu thanh toán là biện pháp tối ưu nhất để thu được nợ. Công ty cho khách hàng được hưởng chiết khấu thanh toán khi thanh toán tiền hàng ngay, thanh toán trước thời hạn sẽ làm giảm khoản phải thu ở khách hàng, điều này góp phần rất lớn vào việc làm giảm rủi ro xảy ra từ các khoản nợ phải thu khó đòi.

Khi quyết định xây dựng chính sách chiết khấu thanh toán nhằm thu hồi vốn từ các khoản phải thu khách hàng còn nợ lại, công việc quan trọng nhất là xác định được tỷ lệ % của chiết khấu thanh toán sẽ cho khách hàng được hưởng, sao cho tỷ lệ đó hợp lý, mang lại lợi ích cho công ty mà vẫn khuyến khích được khách hàng thanh toán nhanh tiền hàng cho công ty.

Xây dựng chiết khấu thanh toán hợp lý phải được dựa trên cơ sở khoa học. Trong điều kiện công ty hiện nay phải đi vay một lượng vốn tương đối lớn, nên với việc khách hàng thanh toán sớm tiền hàng sẽ tạo điều kiện cho công ty tiết kiệm được một khoản lãi suất đáng kể. Trên cơ sở khoản tiền lãi suất tiết kiệm được do khách hàng thanh toán sớm tiền hàng, công ty sẽ san sẻ cho khách hàng một phần lãi suất tiết kiệm đó. Phần được san sẻ đó chính là số tiền Công ty cho khách hàng được hưởng chiết khấu thanh toán.

Thông thường tỷ lệ chiết khấu thanh toán được xây dựng theo tỷ lệ tăng dần và tỷ lệ nghịch với khoảng cách giữa ngày mua hàng với ngày trả nợ, nghĩa là khi khách hàng trả nợ tiền hàng cho doanh nghiệp sớm hơn so với thời gian thoả thuận trả chậm thì khách hàng sẽ được hưởng mức chiết khấu thanh toán lớn hơn. Với chính sách xác định tỷ lệ chiết khấu thanh toán như trên chắc chắn sẽ giúp công ty giảm bớt được gánh nặng về khoản nợ, không những tránh được rủi ro mà còn tạo cho công ty có nguồn vốn chu chuyển.

2. Các biện pháp giảm chi phí

a) Tăng cường quản lý chi phí kinh doanh

Để nâng cao lợi nhuận, việc giảm chi phí sản xuất và chi phí tiêu thụ, nói một cách khác tức là giảm giá thành sản phẩm là một biện pháp hết sức quan trọng. Đối với công ty, để hạ giá thành sản phẩm cần thực hiện tốt các biện pháp sau:

- Phân đầu tăng năng suất lao động bằng cách đầu tư đổi mới máy móc thiết bị phục vụ sản xuất, áp dụng các thành tựu khoa học kỹ thuật và công nghệ sản xuất tiên tiến, nâng cao trình độ tay nghề và tinh thần trách nhiệm của người lao động. Mặt khác tổ chức lao động trong dây chuyền sản xuất phải hợp lý đúng ngành nghề, đồng thời phải luôn chăm lo bồi dưỡng nhằm nâng cao nghiệp vụ tay nghề cho người lao động.

- Tiết kiệm nguyên vật liệu tiêu hao: Tiết kiệm nguyên vật liệu tiêu hao trong quá trình sản xuất góp phần quan trọng vào việc giảm chi phí hạ giá

thành sản phẩm, bởi vì chi phí nguyên vật liệu thường chiếm tỷ trọng lớn trong giá thành sản phẩm.

Để tiết kiệm nguyên vật liệu tiêu hao cần giảm tỷ lệ hao hụt nguyên vật liệu trước khi đưa vào sản xuất và giảm sức tiêu hao nguyên vật liệu trong một đơn vị sản phẩm. Muốn vậy kế hoạch sản xuất và kế hoạch cung cấp vật tư phải đảm bảo tính thống nhất cao, tránh tình trạng sản xuất bị ngừng trệ do thiếu nguyên vật liệu và ngược lại. Nguyên vật liệu phải được bảo quản tốt, cần phải thường xuyên tăng cường công tác kiểm tra định mức tiêu hao nguyên vật liệu, đặc biệt là nguyên vật liệu chính, giảm tỷ lệ hao hụt.

b) Hỗ trợ các sáng kiến cải tiến kỹ thuật có hiệu quả cao bằng biện pháp khuyến khích khen thưởng kịp thời.

c) Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn cố định cũng như vốn lưu động bằng cách đẩy mạnh tiêu thụ hàng tồn kho, thu hồi công nợ.

3. Nâng cao khả năng trúng thầu các công trình xây dựng.

Đối với công ty SXVLXD và XÂY LẮP CONSTERRA, triển khai công tác xây lắp hiện nay đã và đang gặp nhiều khó khăn như trong báo cáo tổng kết năm 2005 đã thể hiện.

Ngoài những mặt yếu cần phải khắc phục ngay như: Đầu tư trang thiết bị thi công, bổ sung đội ngũ cán bộ kỹ sư và công nhân lành nghề.v.v... Một nhiệm vụ khác không kém phần quan trọng, đó là nâng cao khả năng thắng thầu để có được nhiều công trình thi công.

Như đã biết, đấu thầu xây dựng là một hình thức cạnh tranh trong xây dựng, nhằm lựa chọn nhà thầu đáp ứng các yêu cầu kinh tế kỹ thuật đặt ra cho việc xây dựng công trình của chủ đầu tư. Đối với công ty việc thắng thầu đồng nghĩa với việc nâng cao uy tín, danh tiếng, thu lợi nhuận, tích lũy thêm được nhiều kinh nghiệm trong quản lý và thi công, đào tạo thêm được đội ngũ cán bộ công nhân kỹ thuật vững tay nghề.v.v... Không những thế, thắng được nhiều gói thầu xây dựng, từ đó sẽ giúp công ty tăng doanh thu, tăng việc làm, tăng lợi nhuận, tăng mức đầu tư mở rộng quy mô kinh doanh giúp công ty ngày càng đứng vững chắc hơn, phát triển lớn mạnh hơn trên thương trường.

Việc đấu thầu và để thắng thầu nhận được những gói thầu có hợp đồng với giá trị cao là rất khó khăn. Vì vậy công ty cần tập trung vào các nội dung.

- Tích cực tìm kiếm điều tra các gói thầu. Thông qua tìm kiếm các gói thầu công ty có thể biết được khả năng hiện tại của mình; mặt mạnh, mặt yếu để phát huy và khắc phục. Để triển khai công việc tìm kiếm các gói thầu Công ty phải lập một nhóm chịu trách nhiệm theo dõi thường xuyên thu thập các thông tin từ các cá nhân, từ các tập thể, từ các bộ, ngành địa phương, từ các phương tiện thông tin báo chí, đài phát thanh, truyền hình để kịp thời nắm bắt được các dự án sắp và sẽ triển khai xây dựng. Đồng thời cũng từ đó nắm được các thông tin cần thiết về nội dung, mục tiêu, địa điểm, hạng mục công trình, chủ đầu tư và các thông số chỉ tiêu kỹ thuật nhằm phục vụ cho công tác triển khai lập hồ sơ dự thầu để cung cấp ngay hồ sơ sau khi có thông báo mời dự thầu được công bố chính thức.

Điều cần được lưu ý trong công tác đấu thầu, để đảm bảo tính hiệu quả và khả năng thắng thầu, sau khi phát hiện được các dự án (gói thầu) công ty có thể cần thiết mời hoặc thuê các chuyên gia hoặc các tổ chức Tư vấn thực hiện công tác lập hồ sơ dự thầu và tham gia các cuộc họp xét thầu.

Tuy nhiên, yếu tố quyết định thành công hay không trong đấu thầu tùy thuộc vào năng lực tổ chức thi công, nguồn vốn, biện pháp kỹ thuật thi công với tất cả những yêu cầu trên phải đảm bảo được yếu tố cạnh tranh: Vượt tiến độ cho phép, giá bỏ thầu thấp nhất, biện pháp tổ chức thi công tốt nhất, an toàn nhất và đương nhiên có nguồn vốn đáp ứng trước mắt đầy đủ cho giai đoạn đầu cho triển khai thi công gói thầu.

Trong lĩnh vực xây dựng cơ bản công ty cần phải chú ý đầu tư có trọng tâm, trọng điểm. Tăng cường vào lĩnh vực công nghiệp vật liệu xây dựng, kinh doanh phát triển nhà ở, phân đấu đầu tư theo mô hình BOT, BT. Trước mắt nên tham gia liên kết với các đơn vị khác trong cùng công ty Mẹ để cùng hợp tác hỗ trợ về vốn, về cơ sở vật chất, máy móc thiết bị và các yếu tố cần thiết khác.

4. Một số biện pháp khác:

- Chọn mặt hàng kinh doanh có tỷ suất lợi nhuận cao
- Giảm thiểu đầu môi trung gian, trong tiêu thụ sản phẩm cũng như thầu xây lắp xây dựng công trình.

- Tăng sức cạnh tranh chiếm lĩnh thị trường bằng biện pháp mở rộng mạng lưới, thu thụ sản phẩm kiểm soát chặt chẽ các quá trình sản xuất, đầu tư trang thiết bị công nghệ tiên tiến, nghiên cứu các yếu tố thúc đẩy cạnh tranh và triển khai xây dựng quy chế tiết kiệm vật tư, hạ giá thành sản phẩm.

- Ổn định và nâng cao đời sống cán bộ công nhân viên, không ngừng cải tiến điều kiện làm việc, nâng cao thu nhập.

KẾT LUẬN

Trong điều kiện nền kinh tế thị trường – “**Lợi nhuận và các biện pháp nâng cao lợi nhuận**” là yếu tố cực kỳ quan trọng. Nó quyết định sự phát triển hay không phát triển, sự tồn tại hay không tồn tại của mỗi doanh nghiệp.

Ý thức được tầm quan trọng đó, trong thời gian thực tập tại công ty Cổ phần Constrexim Thăng Long, em đã tập trung vào chuyên đề trên để nghiên cứu tìm hiểu và chọn đề tài trên làm Luận văn tốt nghiệp.

Được sự quan tâm giúp đỡ của thầy giáo hướng dẫn, Tiến sĩ Trần Trọng Khoái, thầy cô giáo trong bộ môn Kế toán tài chính cùng Ban lãnh đạo công ty Cổ phần CONSTREXIM Thăng Long nói chung, Phòng kế toán – tài chính công ty nói riêng, em đã hoàn thành bản Luận văn tốt nghiệp với đề tài “**Lợi nhuận, những biện pháp nâng cao lợi nhuận**” này. Em xin chân thành cảm ơn.

Hà Nội, tháng 3 năm 2006

SINH VIÊN

Trần Phương Chi

PHỤ LỤC