

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ

NGUYỄN THỊ DUYÊN

**PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH CÔNG TY
CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI VÀ PHÂN PHỐI ZINNIA**

LUẬN VĂN THẠC SĨ TÀI CHÍNH NHÂN HÀNG

HÀ NỘI - 2013

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ

NGUYỄN THỊ DUYÊN

**PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH CÔNG TY
CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI VÀ PHÂN PHỐI ZINNIA**

Chuyên ngành: Tài chính và Ngân hàng

Mã số : 60 34 20

LUẬN VĂN THẠC SĨ TÀI CHÍNH NHÂN HÀNG

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC: TS. TRẦN THỊ VÂN ANH

HÀ NỘI, 2013

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT	i
DANH MỤC CÁC BẢNG	ii
DANH MỤC CÁC HÌNH	iii
MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP	5
1.1. Tổng quan về tài chính tài chính doanh nghiệp	5
1.1.1. Khái quát về tài chính doanh nghiệp	5
1.1.2. Các quan hệ chủ yếu trong tài chính doanh nghiệp	5
1.1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến tình hình tài chính doanh nghiệp	6
1.2. Sự cần thiết và vai trò của phân tích tài chính doanh nghiệp	8
1.2.1. Sự cần thiết của phân tích tài chính doanh nghiệp	8
1.2.2. Vai trò của phân tích tài chính doanh nghiệp	8
1.3. Nội dung và phương pháp phân tích tài chính doanh nghiệp	9
1.3.1. Khái niệm phân tích tài chính doanh nghiệp	9
1.3.2. Các phương pháp phân tích tài chính doanh nghiệp	10
1.3.2.1. Phương pháp phân tích đánh giá	10
1.3.2.2. Phương pháp phân tích nhân tố.....	10
1.3.2.3. Phương pháp hồi quy.....	11
Phương pháp hồi quy là một phân tích thống kê để xác định xem các biến độc lập (biến thuyết minh) quy định các biến phụ thuộc (biến được thuyết minh) như thế nào.....	11
1.3.2.4. Phương pháp sử dụng mô hình Dupont.....	12

1.3.3. Nội dung cơ bản của phân tích tài chính doanh nghiệp	12
1.3.3.1. Khái quát tình hình tài chính qua phân tích báo cáo tài chính	12
1.3.3.2. Đánh giá tình hình tài chính thông qua phân tích các hệ số tài chính đặc trưng	15
1.3.3.3. Phân tích triển vọng	21
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH CỦA CÔNG TY CP TM VÀ PP ZINNIA	23
2.1. Tổng quan về công ty ZD	23
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển ZD	23
2.1.2. Tâm nhìn và sứ mệnh	25
2.1.3. Hoạt động kinh doanh.....	25
2.1.4. Mô hình hoạt động.....	26
2.2. Thông tin tài chính của công ty CP TM và PP Zinnia.....	28
2.2.1. Đặc điểm bộ máy kế toán tài chính của công ty	28
2.2.2. Chế độ kế toán được áp dụng trong kỳ.....	30
2.2.3. Các chính sách kế toán áp dụng	31
2.2.4. Báo cáo tài chính năm 2010, năm 2011	31
2.3. Phân tích hiện trạng tài chính của công ty CP TM và PP Zinnia.....	32
2.3.1. Phân tích tình hình tài chính qua các BCTC	32
2.3.1.1. Bảng cân đối kế toán	32
2.3.1.2. Báo cáo kết quả kinh doanh	40
2.3.1.3. Phân tích biến động của dòng tiền	42
2.3.2. Phân tích khả năng thanh toán của công ty	49
2.3.2.1. Hệ số khả năng thanh toán hiện thời	50
2.3.2.2. Hệ số khả năng thanh toán nhanh	51
2.3.2.3. Hệ số khả năng thanh toán tức thời	52
2.3.2.4. Hệ số khả năng thanh toán lãi vay	53

2.3.3 Phân tích tình hình hoạt động	55
2.3.3.1. Số vòng quay hàng tồn kho và số ngày một vòng quay hàng tồn kho ..	55
2.3.3.2. Vòng quay các khoản phải thu	56
2.3.3.3. Kỳ thu tiền trung bình.....	58
2.3.3.5. Vòng quay toàn bộ vốn.....	60
2.3.4. Phân tích khả năng sinh lợi.....	61
2.3.4.1. Phân tích chi phí và doanh thu	61
2.3.4.2. Phân tích tỷ suất sinh lợi.....	65
2.3.5. Phân tích triển vọng.....	70
2.3.5.1. Doanh thu	71
2.3.5.2. Chi phí.....	73
2.3.5.3. Lợi nhuận	75
2.4. Kết luận ưu nhược điểm về tài chính của ZD	75
2.4.1. Ưu điểm.....	75
2.4.2. Nhược điểm.....	76
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO TÀI CHÍNH	
CÔNG TY	78
3.1. Cải thiện công tác kế toán tài chính	78
3.1.1. Tính cấp thiết hoàn thiện công tác tài chính công ty	78
3.1.2 Yêu cầu cơ bản của việc hoàn thiện tài chính doanh nghiệp	79
3.1.3 Một số đề xuất để nâng cao quản lý tài chính của công ty.....	81
3.2. Kiểm tra theo dõi khả năng thanh toán của doanh nghiệp cũng như	
khả năng thu hồi nợ của doanh nghiệp	82
3.3. Chủ động huy động vốn trong hoạt động kinh doanh, để đảm bảo	
đầy đủ vốn cho hoạt động kinh doanh	85
3.4. Tiết kiệm chi phí để hạ giá thành sản phẩm từ đó nâng cao hiệu quả	
kinh doanh của doanh nghiệp.....	88

3.5. Thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm, để tăng doanh thu và lợi nhuận cho doanh nghiệp	89
3.5.1. Tăng cường đầu tư cho công tác khảo sát, điều tra, nghiên cứu thị trường.....	89
3.5.2. Chú trọng nâng cao chất lượng sản phẩm hàng hóa	90
3.5.3. Xây dựng chính sách giá cả phù hợp	90
3.5.4. Chú trọng đầu tư thực hiện đa dạng hóa, không ngừng cải tiến mẫu mã sản phẩm	91
3.5.5. Tổ chức công tác bán hàng và dịch vụ bán hàng	91
3.5.6. Đẩy mạnh hoạt động quảng cáo, giới thiệu sản phẩm, hàng hóa và áp lực các đòn bẩy tài chính thúc đẩy tiêu thụ	93
KẾT LUẬN.....	94
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	96

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

STT	Ký hiệu	Nguyên nghĩa
1	CP TM và PP	Cổ phần Thương mại và Phân phối
2	DTT	Doanh thu thuần
3	TS Đ	Tài sản cố định
4	TSLĐ	Tài sản lưu động
5	VCD	Vốn cố định
6	VCSH	Vốn chủ sở hữu
7	VKD	Vốn kinh doanh
8	VLD	Vốn lưu động
9	VNĐ	Việt Nam Đồng
10	ZD	Công ty Cổ phần Thương mại và Phân phối Zinnia

BẢNG DANH MỤC BẢNG

STT	Số hiệu	Nội dung	Trang
1	Bảng 2.1	Cơ cấu tài sản của công ty năm 2011	32
2	Bảng 2.2	Cơ cấu nguồn vốn của công ty năm 2011	37
3	Bảng 2.3	Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty năm 2011	40
4	Bảng 2.4	Bảng dòng tiền vào qua các năm.	43
5	Bảng 2.5	Bảng dòng tiền ra theo tỷ lệ.	47
6	Bảng 2.6	Chỉ tiêu về khả năng thanh toán năm 2010, năm 2011.	50
7	Bảng 2.7	Bảng so sánh lợi nhuận và lãi vay.	53
8	Bảng 2.8	Cơ cấu các khoản phải thu của công ty năm 2010,2011	57
9	Bảng 2.9	Bảng tình hình biến động của giá, chi phí giá vốn, chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp.	61
10	Bảng 2.10	Bảng phân tích tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu.	65
11	Bảng 2.11	Bảng phân tích lợi nhuận trên vốn lưu động	66
12	Bảng 2.12	Chỉ số đánh giá ảnh hưởng các chỉ tiêu trên doanh thu	67
13	Bảng 2.13	Dự đoán doanh thu chi phí năm 2012,2013	70

DANH MỤC CÁC HÌNH

STT	Số hiệu	Nội dung	Trang
1	Hình 2.1	Sơ đồ bộ máy công ty	26
2	Hình 2.2	Sơ đồ bộ máy kế toán	29
3	Hình 2.3	Sơ đồ Nhật ký chung	31
4	Hình 2.4	Sự biến động của tài sản	34
5	Hình 2.5	Sự biến động của nguồn vốn	38
6	Hình 2.6	So sánh mức độ tạo dòng tiền vào	45
7	Hình 2.7	Doanh thu 2010, 2011, dự đoán 2012, 2013	71

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Hoạt động tài chính rất quan trọng đối với bất kỳ một doanh nghiệp nào vì ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình kinh doanh và phát triển của doanh nghiệp. Mặt khác, tất cả những biến động dù rất nhỏ trong hoạt động kinh doanh cũng làm ảnh hưởng đến tình hình tài chính. Các báo cáo tài chính được xây dựng nhằm cung cấp các thông tin, kết quả và tình hình tài chính tại doanh nghiệp cho những người quan tâm bên trong cũng như bên ngoài doanh nghiệp như: Chủ sở hữu, nhà quản lý, nhân viên, nhà đầu tư tương lai, cơ quan chức năng. Dù mục đích quan tâm đến tình hình tài chính của doanh nghiệp có khác nhau, nhưng nhìn chung mỗi quan tâm chủ yếu vẫn là khả năng sinh lợi, mức lợi nhuận tối đa, khả năng tạo ra các dòng tiền, khả năng thanh toán, khả năng trả nợ.

Chính vì vậy, để đưa ra các quyết định đúng đắn, các chủ thể nói trên cần nắm rõ tình hình tài chính của doanh nghiệp. Phân tích tài chính tại doanh nghiệp là một việc làm cần thiết và là công cụ đắc lực giúp các nhà quản lý, chủ sở hữu, cơ quan chức năng, các nhà đầu tư thấy rõ được thực trạng tài chính của doanh nghiệp. Đặc biệt phân tích tài chính còn giúp các nhà quản lý doanh nghiệp hiểu rõ hơn những điểm mạnh, điểm yếu của doanh nghiệp từ đó đưa ra các giải pháp hữu hiệu nhằm cải thiện tình hình tài chính cũng như nâng cao vị thế cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường.

Xuất phát từ sự cấp thiết và tầm quan trọng của tài chính doanh nghiệp, tác giả chọn nội dung: “Phân tích tình hình tài chính công ty Cổ phần Thương mại và Phân phối Zinnia” cho đề tài luận văn của mình.

2. Tình hình nghiên cứu

Khi nền kinh tế ngày càng phát triển dẫn tới thu nhập của người dân được tăng thêm và qua đó họ càng có điều kiện quan tâm nhiều hơn đến sức khỏe và sắc đẹp của mình. Chính vì vậy mà ngày càng nhiều người sẵn sàng

chi tiêu một phần thu nhập của mình cho việc chăm sóc bản thân và sắc đẹp dẫn tới sự xuất hiện ngày càng nhiều hãng mỹ phẩm nổi tiếng, các spa, thẩm mỹ viện trong xã hội.

Từ trước đến nay về phân tích tài chính của công ty Cổ Phần đã có nhiều công trình nghiên cứu. Ví dụ như luận văn thạc sỹ: *“Hoàn thiện các chỉ tiêu phân tích tài chính phục vụ công tác quản lý kinh doanh tại công ty cổ phần VTC truyền thông trực tuyến”* của Huỳnh Thị Thanh Nhân – trường Đại học kinh tế quốc dân năm 2011. Luận văn thạc sỹ: *“Hoàn thiện hệ thống chỉ tiêu phân tích tài chính tại công ty Viễn thông liên tỉnh trực thuộc tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam”* của Trần Đại Nghĩa - trường Đại học kinh tế quốc dân năm 2011. Điểm giống nhau của hai luận văn này và luận văn mà tôi lựa chọn đó là có nghiên cứu đến các chỉ tiêu tài chính. Nhưng ở hai luận văn tham khảo trên thì mục tiêu nghiên cứu là hoàn thiện hệ thống các chỉ tiêu tài chính, còn đối với luận văn mà tôi lựa chọn ở đây là thông qua các chỉ tiêu tài chính để phân tích thực trạng tài chính doanh nghiệp từ đó đưa ra giải pháp nhằm cải thiện tài chính công ty.

Ngoài hai luận văn trên thì tác giả còn nghiên cứu một số luận văn khác có trích dẫn trong phần tài liệu tham khảo. Sự khác biệt lớn nhất của những luận văn này với luận văn: *“Phân tích báo cáo tài chính công ty Cổ Phần Thương mại và Phân Phối Zinnia”* là vấn đề phân tích báo cáo tài chính của công ty thương mại có hoạt chủ yếu trong lĩnh vực mỹ phẩm, chăm sóc sức khỏe thì vẫn chưa được xem xét kỹ để từ đó thấy được vai trò vị trí của vấn đề nghiên cứu trong công ty cũng như đời sống xã hội. Hơn nữa, hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực mỹ phẩm, chăm sóc sức khỏe có những đặc thù riêng vì vậy vấn đề quản lý nói chung và quản lý tài chính nói riêng cũng có nhiều điểm khác biệt so với những doanh nghiệp cổ phần khác. Chính vì vậy việc nghiên cứu tình hình hoạt động tài chính của công ty đặc thù như công ty Cổ phần Thương mại và Phân phối Zinnia (ZD) là có ý nghĩa.

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu:

Mục tiêu nghiên cứu: Phân tích tình hình tài chính công ty CP TM và PP Zinnia hai năm 2010, 2011 để thấy rõ thực trạng tài chính của công ty, tốc độ phát triển và khả năng phát triển. Từ đó tác giả có thể đề xuất một số giải pháp nâng cao tình hình tài chính cũng như hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty

Nhiệm vụ nghiên cứu:

- Hệ thống hóa lại một số vấn đề lý thuyết liên quan tới phân tích tình hình tài chính của doanh nghiệp.
- Phân tích khái quát tình hình tài chính thông qua các báo cáo tài chính như: Bảng cân đối kế toán, Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, Báo cáo lưu chuyển tiền tệ.
- Phân tích tình hình tài chính thông qua các chỉ số tài chính đặc trưng. Tác giả dựa trên sự hiểu biết khi làm việc trực tiếp tại công ty, vì thế tác giả chú trọng phân tích những chỉ số hiện tại là quan trọng và cần thiết đối với Zinnia
- Phân tích triển vọng và khả năng phát triển của công ty trong tương lai cụ thể là năm 2012 và năm 2013
- Đề xuất một số giải pháp nâng cao tài chính cũng như hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty trong thời gian tới.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

Đối tượng nghiên cứu của luận văn: Phân tích các báo cáo tài chính để đánh giá nghiên cứu tình hình tài chính của công ty Cổ Phần Thương Mại và Phân Phối Zinnia.

Phạm vi nghiên cứu: Các báo cáo tài chính năm 2010, 2011.

5. Phương pháp nghiên cứu:

Phương pháp nghiên cứu chủ yếu được vận dụng trong đề tài là phương pháp thống kê phân tích, so sánh, phương pháp tỷ số, phương pháp Dupont.

Tác giả thu thập số liệu từ các báo cáo tài chính và các thông tin tài chính trong quá trình làm việc tại công ty để từ đó đưa ra những phân tích khách quan nhằm đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý doanh nghiệp nói chung hay tài chính nói riêng.

6. Những đóng góp mới của luận văn:

Luận văn hệ thống hóa thực trạng tài chính, nêu ra những ưu nhược điểm về tài chính của công ty thông qua những phân tích, đánh giá khách quan bằng các chỉ số ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động tài chính nói riêng cũng như quá trình phát triển và hoạt động kinh doanh của công ty nói chung căn cứ vào số liệu báo cáo tài chính của công ty.

Công ty hoạt động trong lĩnh vực chăm sóc sắc đẹp và sức khỏe của con người được khách hàng đặc biệt quan tâm nên luận văn cũng nêu ra những thuận lợi và hạn chế về loại hình kinh doanh mà công ty đang hoạt động để thấy được sự ảnh hưởng của loại hình kinh doanh đặc thù trong những thay đổi về tài chính của công ty.

Cuối cùng luận văn đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao tình hình tài chính nói riêng và hoạt động kinh doanh của công ty thương mại hoạt động trong lĩnh vực chăm sóc sắc đẹp và sức khỏe nói chung.

7. Bố cục của luận văn

Bố cục của luận văn: “Phân tích tình hình tài chính Công ty Cổ Phần Thương mại và Phân phối Zinnia” ngoài phần mở đầu, kết luận tài liệu tham khảo và phụ lục, có kết cấu gồm 3 chương như sau:

Chương 1: Cơ sở lý luận về phân tích tình hình tài chính doanh nghiệp.

Chương 2: Phân tích thực trạng tài chính của công ty CP TM và PP Zinnia.

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao tài chính của công ty.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP

1.1. Tổng quan về tài chính doanh nghiệp

1.1.1. Khái quát về tài chính doanh nghiệp

Tài chính doanh nghiệp là hệ thống các quan hệ kinh tế biểu hiện dưới hình thức giá trị gắn liền với sự chu chuyển vốn của doanh nghiệp phát sinh trong quá trình phân phối để tạo lập hoặc sử dụng các quỹ tiền tệ nhằm đạt tới các mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp trong khuôn khổ pháp luật cho phép.

Tài chính doanh nghiệp là khâu cơ sở trong hệ thống tài chính của nền kinh tế, là một phạm trù kinh tế khách quan gắn liền với sự ra đời của nền kinh tế hàng hóa tiền tệ. Tiền đề cho hoạt động sản xuất kinh doanh của bất cứ doanh nghiệp nào cũng là một lượng vốn tiền tệ nhất định. Quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp cũng là một quá trình hình thành phân phối, tạo lập và sử dụng các quỹ tiền tệ của doanh nghiệp, phát sinh các luồng tiền tệ đi ra và đi vào của doanh nghiệp tạo nên sự vận động các luồng tài chính của doanh nghiệp. Gắn liền với quá trình tạo lập phân phối và sử dụng các quỹ tiền tệ của doanh nghiệp là các quan hệ kinh tế biểu hiện dưới hình thức giá trị, tức là các quan hệ tài chính trong doanh nghiệp.

1.1.2. Các quan hệ chủ yếu trong tài chính doanh nghiệp

Trong doanh nghiệp có các quan hệ tài chính chủ yếu sau:

Quan hệ giữa doanh nghiệp với ngân sách Nhà nước: được thể hiện thông qua việc Nhà nước cấp vốn cho doanh nghiệp Nhà nước hoạt động và doanh nghiệp (doanh nghiệp Nhà nước, tư nhân, có vốn nước ngoài, cổ phần) thực hiện các nghĩa vụ tài chính với Nhà nước như nộp thuế, phí, lệ phí.

Quan hệ giữa doanh nghiệp với các chủ thể kinh tế khác: như quan hệ về mặt thanh toán trong việc vay vốn hoặc cho vay vốn, đầu tư vốn, mua

bán tài sản, vật tư, hàng hóa.

Quan hệ trong nội bộ doanh nghiệp: quan hệ thanh toán giữa các bộ phận trong doanh nghiệp, hay doanh nghiệp thanh toán tiền lương, tiền công, thực hiện công tác thưởng phạt đối với công nhân viên trong doanh nghiệp.

Quan hệ tài chính nảy sinh khi doanh nghiệp tham gia các hoạt động xã hội: làm từ thiện xã hội, tham gia phong trào đền ơn đáp nghĩa.

Quan hệ tài chính giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài: cùng nhau góp vốn kinh doanh.

1.1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến tình hình tài chính doanh nghiệp

a. Các nhân tố khách quan:

Môi trường kinh doanh có tác động mạnh mẽ đến mọi hoạt động của doanh nghiệp trong đó có hoạt động tài chính. Bởi vì bất cứ một doanh nghiệp nào cũng đều hoạt động trong môi trường kinh doanh nhất định. Môi trường kinh doanh của doanh nghiệp bao gồm:

✓ **Môi trường pháp lý:** là tổng hòa các quy định luật pháp liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp, đòi hỏi các nhà quản trị phải luôn bám sát những thay đổi của Luật để không rơi vào tình trạng bị động.

✓ **Môi trường kinh tế tài chính:** bao gồm các yếu tố như trạng thái của nền kinh tế, giá cả, lãi suất, cung cầu, tỷ giá hối đoái, lạm phát, giảm phát. Khi trạng thái nền kinh tế là tăng trưởng thì cơ hội đầu tư nhiều hơn, công tác quản trị tài chính doanh nghiệp phải giúp giám đốc doanh nghiệp đưa ra quyết định tốt nhất và biện pháp thực hiện quyết định ấy. Ngược lại khi trạng thái nền kinh tế là suy yếu thì người quản trị phải thấy được ảnh hưởng đối với doanh nghiệp, từ đó giúp ban giám đốc đưa ra quyết định hợp lý.

Nhân tố giá cả cũng ảnh hưởng sâu sắc đến hoạt động của doanh nghiệp, giá cả không chỉ tác động đến đầu vào mà còn tới đầu ra của doanh nghiệp. Chẳng hạn khi giá cả đầu vào tăng lên thì nhu cầu vốn của doanh

nghiệp cũng tăng lên, dẫn tới giá cả đầu ra cũng tăng lên, điều đó dẫn tới giá cả đầu ra cũng tăng lên. Hay khi lạm phát ở mức cao đồng tiền bị mất giá, việc tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp trở nên khó khăn, doanh nghiệp phải điều chỉnh giá bán ở mức độ hợp lý để có thể kích cầu tăng lên. Mỗi sự thay đổi dù là nhỏ nhất của các yếu tố này cũng có thể ảnh hưởng tới doanh nghiệp. Nhà quản trị tài chính phải biết phân tích và dự đoán xu hướng phát triển của các yếu tố đó để tổ chức hoạt động tài chính của doanh nghiệp cho phù hợp.

Ngoài ra, những yếu tố khác như môi trường thông tin, môi trường kỹ thuật công nghệ, môi trường hợp tác quốc tế cũng ảnh hưởng thường xuyên đến tình hình tài chính của doanh nghiệp.[7, 14-15]

b. Các nhân tố chủ quan:

Ảnh hưởng đến tình hình tài chính của doanh nghiệp xuất phát trực tiếp trình độ quản lý tài chính của các nhà quản trị, biểu hiện ở các lĩnh vực sau:

- Khả năng tìm kiếm, lựa chọn các dự án đầu tư có hiệu quả nhất.
- Khả năng tìm kiếm, lựa chọn các nguồn tài trợ có lợi nhất.
- Khả năng lập kế hoạch, dự toán chính xác các chỉ tiêu cần thực hiện.
- Khả năng tổ chức thực hiện các mục tiêu đề ra.
- Khả năng kiểm tra giám sát chặt chẽ quá trình thực hiện.
- Khả năng phân phối hợp lý các kết quả đạt được.

Qua các vấn đề trên có thể thấy, tài chính doanh nghiệp thực sự là lĩnh vực có thể bao quát mọi lĩnh vực của doanh nghiệp, vừa là công cụ sắc bén trong quản lý điều hành doanh nghiệp. Tài chính doanh nghiệp lành mạnh chứng tỏ doanh nghiệp hoạt động hiệu quả, ngược lại, nếu doanh nghiệp sử dụng tốt công cụ này sẽ tác động tích cực tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Vì vậy, quản trị tài chính doanh nghiệp là vấn đề được các nhà quản trị doanh nghiệp quan tâm hàng đầu.[7, 15-16]

1.2. Sự cần thiết và vai trò của phân tích tài chính doanh nghiệp

1.2.1. Sự cần thiết của phân tích tài chính doanh nghiệp

Cùng với quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp là quá trình hình thành phân phối và sử dụng các quỹ tiền tệ của doanh nghiệp. Quá trình đó đã hình thành và tạo nên sự vận động của các luồng tài chính của doanh nghiệp và cùng với hoạt động sản xuất kinh doanh liên tục thì các luồng tài chính đó cũng vận động một cách liên tục. Như vậy, để đạt các hoạt động sản xuất kinh doanh có hiệu quả thì doanh nghiệp cần phải nắm bắt và quản lý tốt sự vận động của các luồng tài chính. Mặt khác, phân tích tài chính doanh nghiệp là một công cụ hữu hiệu nhất để đánh giá thường xuyên tình hình tài chính của doanh nghiệp. Do vậy, phân tích tài chính doanh nghiệp là một nhiệm vụ không thể thiếu ở bất kỳ kỳ doanh nghiệp nào.

Để tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh thì doanh nghiệp phải có một lượng vốn tiền tệ nhất định. Do đó việc tổ chức huy động và sử dụng vốn là một trong những hoạt động tài chính chủ yếu của doanh nghiệp và hoạt động qua lại với hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Xuất phát từ mối quan hệ trên thì tài chính doanh nghiệp cần phải tiến hành phân tích tài chính doanh nghiệp.

Hoạt động tài chính của doanh nghiệp cần phải được dự kiến trước thông qua việc lập kế hoạch tài chính mà việc lập kế hoạch này phải dựa vào báo cáo tài chính của kỳ thực hiện. Do đó phải tiến hành phân tích tài chính doanh nghiệp để giúp cho các nhà quản trị dự đoán và đưa ra các quyết định hợp lý cho tương lai. [7, 19-20]

1.2.2. Vai trò của phân tích tài chính doanh nghiệp

Kết quả của việc phân tích tài chính doanh nghiệp không chỉ được các nhà quản trị tài chính quan tâm mà còn là mối quan tâm của nhiều đối tượng liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp: Đó là những đối tác kinh doanh,

Nhà nước, người cho vay, cán bộ công nhân viên. Việc phân tích tình hình tài chính doanh nghiệp sẽ giúp cho những đối tượng quan tâm những thông tin cần thiết cho việc ra quyết định của mình trong mối quan hệ với doanh nghiệp.

Đối với bản thân doanh nghiệp: Nhằm đánh giá tình hình tài chính doanh nghiệp giai đoạn đã qua và từ đó đưa ra các dự báo tài chính và quyết định tài chính một cách phù hợp. Mặt khác, phân tích tài chính giúp cho người quản lý có thể kiểm soát kịp thời các mặt hoạt động kịp thời của doanh nghiệp và đề ra các biện pháp để khai thác tiềm năng, khắc phục các tồn tại và vướng mắc trong doanh nghiệp.

Đối với các nhà đầu tư: Thông qua phân tích tài chính có thể đánh giá khả năng thanh toán, hiệu quả kinh doanh và khả năng sinh lời của doanh nghiệp. Thông qua phân tích các chỉ tiêu, nhà đầu tư biết được đồng vốn của mình bỏ ra có sinh lời không, doanh nghiệp sử dụng số vốn đó như thế nào và khả năng rủi ro đầu tư có cao không, để từ đó các nhà đầu tư có quyết định thích hợp về cho vay vốn, thu hồi nợ và đầu tư vào doanh nghiệp.

Đối với cơ quan quản lý Nhà nước: Đây là kênh thông tin cơ bản nhất giúp các cơ quan quản lý Nhà nước nắm được tình hình hoạt động của doanh nghiệp, đưa ra các chính sách kinh tế phù hợp.

1.3. Nội dung và phương pháp phân tích tài chính doanh nghiệp

1.3.1. Khái niệm phân tích tài chính doanh nghiệp

Phân tích tài chính là một tập hợp các khái niệm, phương pháp và các công cụ cho phép thu thập và xử lý các thông tin kế toán và các thông tin khác về quản lý nhằm đánh giá tình hình tài chính của một doanh nghiệp, đánh giá rủi ro, mức độ và chất lượng hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp đó, khả năng và tiềm lực của doanh nghiệp, giúp người sử dụng thông tin đưa ra các quyết định tài chính, quyết định quản lý phù hợp.[8, 20-21]

1.3.2. Các phương pháp phân tích tài chính doanh nghiệp

Phân tích tài chính tại doanh nghiệp có thể sử dụng nhiều phương pháp khác nhau như: Phương pháp so sánh, phương pháp liên hệ đối chiếu, phương pháp phân tích nhân tố, phương pháp đồ thị, phương pháp toán tài chính.... Tuy nhiên, hiện nay khi phân tích tài chính có thể sử dụng một số phương pháp cơ bản sau:

1.3.2.1. Phương pháp phân tích đánh giá

Đây là phương pháp hay sử dụng trong phân tích tài chính doanh nghiệp và sử dụng trong nhiều giai đoạn khác nhau của quá trình phân tích. Để đánh giá, các nhà phân tích có thể sử dụng các phương pháp sau:

Phương pháp so sánh: Là phương pháp được sử dụng phổ biến trong phân tích kinh tế nói chung và tài chính nói riêng. Trong phân tích thường sử dụng hai kỹ thuật so sánh:

- ✓ So sánh tuyệt đối: Để thấy được sự biến động về số tuyệt đối.
- ✓ So sánh số tương đối: Để thấy được thực tế so với kỳ gốc tăng hay giảm bao nhiêu phần trăm.

Phương pháp phân chia: Được sử dụng để chia nhỏ quá trình và kết quả thành những bộ phận khác nhau, phục vụ cho mục tiêu nhận thức quá trình và khía cạnh khác nhau phù hợp với mục tiêu quan tâm của đối tượng phân tích trong từng thời kỳ.

Phương pháp liên hệ đối chiếu: Là phương pháp phân tích sử dụng để nghiên cứu xem xét mối liên hệ kinh tế giữa các sự kiện và hiện tượng kinh tế, đồng thời xem xét tính cân đối của các chỉ tiêu kinh tế trong quá trình thực hiện các hoạt động.[10, 36]

1.3.2.2. Phương pháp phân tích nhân tố

Là phương pháp được sử dụng để thiết lập công thức tính toán các chỉ tiêu kinh tế tài chính trong mối quan hệ với các nhân tố ảnh hưởng. Trên cơ

sở mối quan hệ chỉ tiêu được sử dụng để phân tích và các nhân tố ảnh hưởng mà sử dụng hệ thống các phương pháp xác định mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố và phân tích tính chất ảnh hưởng của các nhân tố đến chỉ tiêu phân tích.

Phương pháp xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố: Là phương pháp được sử dụng để xác định mức độ ảnh hưởng cụ thể của từng nhân tố đến chỉ tiêu nghiên cứu. Thông thường có 3 phương pháp sử dụng trong phân tích tài chính như sau:

- ✓ Phương pháp thay thế liên hoàn: Sử dụng khi chỉ tiêu phân tích có quan hệ dưới dạng phương trình tích hoặc thương số với nhân tố ảnh hưởng.
- ✓ Phương pháp số chênh lệch: Được áp dụng khi chỉ tiêu phân tích và nhân tố ảnh hưởng có quan hệ tích số.
- ✓ Phương pháp cân đối: Sử dụng khi chỉ tiêu phân tích và nhân tố ảnh hưởng có quan hệ tổng hoặc hiệu số.

Phương pháp phân tích tính chất của các nhân tố: Sau khi xác định được mức độ ảnh hưởng của các nhân tố, để có thể đánh giá và dự đoán hợp lý, trên cơ sở đó đưa ra các quyết định và phân tích tính chất ảnh hưởng của các nhân tố.

Việc phân tích được thực hiện thông qua việc chỉ rõ và giải quyết các vấn đề như: chỉ rõ mức độ ảnh hưởng, xác định tính chất chủ quan, khách quan của từng nhân tố ảnh hưởng, phương pháp đánh giá và dự đoán cụ thể, đồng thời xác định ý nghĩa của nhân tố tác động đến chỉ tiêu đang nghiên cứu và xem xét. [10, 37]

1.3.2.3. Phương pháp hồi quy

Phương pháp hồi quy là một phân tích thống kê để xác định xem các biến độc lập (biến thuyết minh) quy định các biến phụ thuộc (biến được thuyết minh) như thế nào.

Phương pháp hồi quy đơn biến có các phương pháp sau:

- ✓ Phương pháp cực trị
- ✓ Phương pháp đồ thị
- ✓ Phương pháp bình quân tối thiểu

Phương pháp hồi quy đa biến: Thu thập số liệu quá khứ, xem xét mối tương quan giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc xây dựng phương trình hồi quy để dự báo cho ước lượng trung bình của biến phụ thuộc. [10, 37]

1.3.2.4. Phương pháp sử dụng mô hình Dupont

Phương pháp Dupont nhằm đánh giá sự tác động tương hỗ giữa các tỷ số tài chính bằng cách biến một chỉ tiêu tổng hợp thành hàm số của một loạt các biến số. Ví dụ: tách hệ số khả năng sinh lời của vốn chủ sở hữu ROE hay hệ số khả năng sinh lời của tài sản ROA,.... thành tích số của chuỗi các hệ số có mối quan hệ mật thiết với nhau. [5, 165]

1.3.3. Nội dung cơ bản của phân tích tài chính doanh nghiệp

1.3.3.1. Khái quát tình hình tài chính qua phân tích báo cáo tài chính

a. Bảng cân đối kế toán

Bảng cân đối kế toán là một báo cáo tài chính tổng hợp, nó phản ánh tổng quát tài sản hiện có của doanh nghiệp theo hai cách là đánh giá tài sản và nguồn hình thành tài sản tại thời điểm lập báo cáo. Các chỉ tiêu của Bảng cân đối kế toán được phản ánh dưới hình thức giá trị và tuân theo nguyên tắc cân đối là tổng tài sản bằng tổng nguồn vốn. Bảng cân đối kế toán là tài liệu quan trọng đối với việc nghiên cứu đánh giá khái quát tình hình tài chính, trình độ quản lý và sử dụng vốn cũng như triển vọng kinh tế, tài chính của doanh nghiệp. Các vấn đề cần xem xét khi phân tích Bảng cân đối kế toán.

Xem xét sự biến động của tổng tài sản cũng như từng loại tài sản thông qua việc so sánh giữa cuối kỳ với đầu năm cả về số tuyệt đối lẫn số tương đối của tổng tài sản cũng như chi tiết với từng loại tài sản. Qua đó thấy được sự

biến động về quy mô kinh doanh, năng lực kinh doanh của doanh nghiệp.

Xem xét tính hợp lý của cơ cấu vốn, cơ cấu tài sản, cơ cấu vốn, cơ cấu tài sản đó có tác động như thế nào đến quá trình kinh doanh. Muốn làm được điều này, trước hết phải xác định tỷ trọng từng loại vốn và tài sản trong tổng tài sản. Sau đó so sánh tỷ trọng từng loại giữa cuối kỳ với đầu năm để thấy được sự biến động của cơ cấu vốn và cơ cấu tài sản.

Khái quát mức độ độc lập (hoặc phụ thuộc) về mặt tài chính của doanh nghiệp thông qua việc so sánh giữa từng loại nguồn vốn giữa cuối kỳ và đầu năm cả về số tuyệt đối lẫn tương đối; so sánh giữa cuối kỳ và đầu năm về tỷ trọng từng loại nguồn vốn trong tổng nguồn vốn. Nếu nguồn vốn sử dụng sở hữu chiếm tỷ trọng cao và có xu hướng tăng thì điều đó cho thấy khả năng tự đảm bảo về mặt tài chính của doanh nghiệp là cao, mức độ phụ thuộc tài chính đối với các chủ nợ là thấp và ngược lại. Tuy vậy doanh nghiệp có hệ số vốn chủ sở hữu để đầu tư vào lĩnh vực khác và bù đắp bởi số vốn đi vay. Vấn đề cần đặt ra là xác định số đi vay là bao nhiêu để đòn bẩy tài chính có hiệu quả nhất, nếu tỷ suất sinh lời vốn kinh doanh cao hơn lãi suất thì khi đó đòn bẩy tài chính có tác động dương làm khuếch đại vốn chủ sở hữu. Và ngược lại, nếu tỷ suất sinh lời vốn kinh doanh nhỏ hơn lãi suất thì đòn bẩy có tác động âm gây ảnh hưởng xấu đến doanh nghiệp. Xem xét mối quan hệ giữa các chỉ tiêu trên bảng cân đối Kế toán. Ví dụ: Nợ ngắn hạn với TSLĐ và đầu tư ngắn hạn; nguồn vốn chủ sở hữu và vay dài hạn với TSCĐ và đầu tư dài hạn.

b. Báo cáo kết quả kinh doanh

Báo cáo kết quả kinh doanh là một bản báo cáo tổng hợp, phản ánh tình hình và kết quả hoạt động kinh doanh theo từng loại hoạt động của doanh nghiệp.

Nếu như Bảng cân đối Kế toán được coi là một bức ảnh chụp nhanh thì

báo cáo kết quả Kinh doanh có thể coi như một cuốn phim quay chậm tình hình tài chính của doanh nghiệp, cho thấy các số liệu về những hoạt động kinh doanh đã thực hiện trong một năm tài chính của doanh nghiệp. Vì vậy có thể sử dụng Báo cáo kết quả kinh doanh như một bản hướng dẫn để dự tính doanh nghiệp sẽ hoạt động ra sao trong tương lai.

Khi phân tích Báo cáo kết quả kinh doanh, chúng ta cần làm rõ các vấn đề sau:

Thứ nhất, xem xét sự biến động của từng chỉ tiêu trên “Lãi, lỗ” giữa kỳ này với kỳ trước bằng việc so sánh về số tuyệt đối, tương đối. Qua đó, thấy được tính hiệu quả trong từng hoạt động (hoạt động kinh doanh, hoạt động tài chính, hoạt động khác). Xu hướng phát triển của doanh nghiệp thể hiện rõ trong phần phân tích này:

$$\begin{array}{ccccccc} \text{Lãi} & & \text{Doanh thu} & & \text{Giá vốn} & & \text{Chi phí bán} & & \text{Chi phí quản lý} \\ (\text{lỗ}) & = & \text{thuần} & - & \text{hàng bán} & - & \text{hàng} & - & \text{doanh nghiệp} \end{array}$$

Thứ hai, tính toán, phân tích chi tiết các chỉ tiêu về tỷ suất các loại chi phí trong doanh thu thuần của kỳ này so với kỳ trước để thấy được tính hiệu quả trong hoạt động của doanh nghiệp. Đồng thời, phải chỉ ra được rõ nguyên nhân của chúng và đưa ra các quyết định tài chính phù hợp.

c. Phân tích biến động của dòng tiền

Báo cáo lưu chuyển tiền tệ là báo cáo tài chính phản ánh việc hình thành và sử dụng lượng tiền trong kỳ báo cáo của doanh nghiệp. Những số liệu trong bảng báo cáo lưu chuyển tiền tệ giúp cho những đối tượng quan tâm đến doanh nghiệp đánh giá được khả năng tạo ra tiền và việc sử dụng tiền cho hoạt động kinh doanh.

Thông qua việc phân tích báo cáo dòng tiền và phân tích dòng tiền theo tỷ lệ ta có thể đánh giá được khả năng tạo ra các khoản tiền, các khoản tương đương tiền và nhu cầu của doanh nghiệp trong việc sử dụng các khoản tiền.

Đánh giá thời gian cũng như độ tin cậy của việc tạo ra tiền. Đánh giá và cung cấp thông tin để đánh giá khả năng thanh toán và xác định nhu cầu về tiền của doanh nghiệp cho hoạt động kinh doanh trong kỳ tiếp theo.

Dòng lưu chuyển tiền tệ đặc biệt quan trọng đối với bất kỳ một doanh nghiệp nào. Nó cho phép doanh nghiệp có thể mở rộng hoạt động của mình, thay thế cũng như đầu tư các tài sản cần thiết, và tận dụng các cơ hội của thị trường trong hoạt động kinh doanh. Chính vì vậy, khi phân tích báo cáo dòng tiền, và phân tích dòng tiền theo tỷ lệ cũng giúp các nhà quản lý cũng như các đối tượng quan tâm đến doanh nghiệp trả lời được các vấn đề quan trọng liên quan đến tiền như:

- ✓ Khả năng chi trả các khoản nợ ngắn hạn cho nhà cung cấp và những chủ nợ khác.
- ✓ Tiền trả nợ cho nhà cung cấp hay chủ nợ là vốn của doanh nghiệp hay là tiền đi vay.
- ✓ Khả năng quản lý các khoản phải thu của doanh nghiệp có tốt không.
- ✓ Khả năng doanh nghiệp đầu tư hoạt động kinh doanh có hiệu quả không.

Doanh nghiệp có khả năng tự tạo ra tiền để đầu tư cho hoạt động kinh doanh của mình hay phụ thuộc vào bên ngoài? Mức độ phụ thuộc là như thế nào?

Doanh nghiệp có thay đổi cơ cấu nợ không?

1.3.3.2. Đánh giá tình hình tài chính thông qua phân tích các hệ số tài chính đặc trưng

a. Hệ số phản ánh tình hình và khả năng thanh toán của doanh nghiệp

Sức mạnh tài chính của doanh nghiệp thể hiện ở khả năng thanh toán của doanh nghiệp. Các đối tượng liên quan trực tiếp hay gián tiếp đến doanh nghiệp luôn quan tâm hàng đầu đến khả năng thanh toán của doanh nghiệp.

✚ Chỉ tiêu phản ánh khả năng thanh toán hiện thời

$$\text{Hệ số khả năng thanh toán} = \frac{\text{Tổng TSLĐ}}{\text{Nợ ngắn hạn}}$$

Hệ số này phản ánh khả năng chuyển đổi tài sản thành tiền để trang trải các khoản nợ ngắn hạn, vì thế hệ số này cũng thể hiện mức độ đảm bảo thanh toán các khoản nợ ngắn hạn của doanh nghiệp.

✚ Chỉ tiêu phản ánh khả năng thanh toán nhanh:

Hệ số này phản ánh khả năng trả nợ nhanh của doanh nghiệp mà không phụ thuộc vào việc phải bán các loại vật tư, hàng hóa. Tùy theo mức độ kịp thời mà có hai hệ số được xác định như sau:

$$\text{Hệ số thanh toán nhanh} = \frac{\text{Tổng TSLĐ} - \text{Hàng tồn kho}}{\text{Nợ ngắn hạn}}$$

$$\text{Hệ số thanh toán tức thời} = \frac{\text{Tiền} + \text{Các khoản tương Đương tiền}}{\text{Nợ ngắn hạn}}$$

Hệ số này phản ánh khả năng thanh toán nhanh các khoản nợ. Thông thường các hệ số này gần bằng 1 là tốt nhất, nếu quá lớn doanh nghiệp phải xem xét lại để quản lý tài sản sao cho có hiệu quả nhất, nếu quá nhỏ sẽ ảnh hưởng đến khả năng thanh toán của doanh nghiệp.

✚ Chỉ tiêu phản ánh khả năng thanh toán lãi vay

$$\text{Hệ số thanh toán lãi vay} = \frac{\text{Lợi nhuận trước lãi vay và thuế}}{\text{Số lãi tiền vay phải trả trong kì}}$$

Hệ số này cho biết khả năng thanh toán lãi tiền vay của doanh nghiệp và cũng phản ánh mức độ rủi ro có thể gặp phải đối với các chủ nợ.

Lãi tiền vay là khoản chi phí sử dụng vốn vay mà doanh nghiệp có nghĩa vụ phải trả đúng hạn cho các chủ nợ. Một doanh nghiệp vay nợ nhiều

nhưng kinh doanh không tốt, mức sinh lời của đồng vốn quá thấp hoặc bị thua lỗ thì khó có thể đảm bảo thanh toán lãi tiền vay đúng hạn.

b. Hệ số phản ánh tình hình hoạt động

+ Vòng quay hàng tồn kho

Vòng quay hàng tồn kho là số lần mà hàng hóa tồn kho bình quân luân chuyển trong kỳ.

$$\text{Vòng quay hàng tồn kho} = \frac{\text{Giá vốn hàng bán(hoặc DTT)}}{\text{Hàng tồn kho bình quân}}$$

$$\text{Hàng tồn kho bình quân} = \frac{\text{Hàng tồn kho đầu kỳ} + \text{Hàng tồn kho cuối kỳ}}{2} \text{ Chỉ}$$

tiêu này càng cao thì việc kinh doanh được đánh giá càng tốt, bởi vì doanh nghiệp chỉ cần đầu tư cho hàng tồn kho thấp nhưng vẫn đạt được doanh số cao, khi phân tích cần kết hợp với các yếu tố liên quan khác như: kết cấu hàng tồn kho, phương thức bán hàng.

+ Số ngày một vòng quay hàng tồn kho

$$\text{Số ngày một vòng quay hàng tồn kho} = \frac{360 \text{ ngày}}{\text{Số vòng quay hàng tồn kho}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh số ngày trung bình của một vòng quay hàng tồn kho, do đó chỉ tiêu này càng nhỏ càng tốt.

+ Vòng quay các khoản phải thu

$$\text{Vòng quay các khoản phải thu} = \frac{\text{Doanh thu tiêu thụ (Có thuế)}}{\text{Số dư bình quân các khoản phải thu}}$$

(Trong đó: Số dư bình quân các khoản phải thu được tính bằng phương pháp bình quân khoản phải thu trên bảng cân đối kế toán).

✚ Kỳ thu tiền trung bình

$$\text{Kỳ thu tiền trung bình} = \frac{360 \text{ ngày}}{\text{Vòng quay các khoản phải thu}}$$

Kỳ thu tiền trung bình cho biết số ngày của một vòng quay các khoản phải thu. Khi phân tích cần kết hợp giữa kết quả tính toán và các mục tiêu, chính sách của doanh nghiệp như: mục tiêu mở rộng thị trường, chính sách tín dụng... để đưa ra các nhận xét đúng.

✚ Vòng quay vốn lưu động

$$\text{Vòng quay VLD} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{VLD bình quân}}$$

$$\text{Trong đó: Vốn lưu động bình quân} = \frac{\text{VLD đầu kỳ} + \text{VLD cuối kỳ}}{2}$$

Chỉ tiêu này càng cao thì hiệu quả sử dụng vốn lưu động càng cao và ngược lại.

✚ Số ngày một vòng quay vốn lưu động

$$\text{Số ngày một vòng quay VLD} = \frac{360 \text{ ngày}}{\text{Vòng quay vốn lưu động}}$$

✚ Hiệu suất sử dụng vốn cố định (VCD)

$$\text{Hiệu suất sử dụng VCD} = \frac{\text{DTT}}{\text{VCD bình quân}}$$

$$(Trong\ đó:\ VCD\ bình\ quân = \frac{VCD\ đầu\ kỳ + VCD\ cuối\ kỳ}{2})$$

+ Vòng quay vốn kinh doanh (VKD)

Vòng quay vốn kinh doanh phản ánh vốn của doanh nghiệp trong 1 kỳ quay được bao nhiêu vòng. Qua đó đánh giá được khả năng sử dụng tài sản, khả năng tận dụng vốn của doanh nghiệp. Công thức:

$$\text{Vòng quay VKD} = \frac{DTT}{\text{VKD bình quân}}$$

(Trong đó: Vốn kinh doanh (VKD) bình quân được tính bằng phương pháp bình quân tổng nguồn vốn trên bảng cân đối kế toán.)

b. Hệ số phản ánh khả năng sinh lời

Các chỉ tiêu phản ánh khả năng sinh lời luôn luôn được các nhà quản trị cũng như các nhà đầu tư, cho vay quan tâm đến. Chúng là cơ sở quan trọng để đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh trong một kỳ nhất định, là lý do để các nhà đầu tư, cho vay có đầu tư vào doanh nghiệp hay không, đồng thời là căn cứ quan trọng để các nhà hoạch định đưa ra các quyết định tài chính trong tương lai. Thuộc nhóm chỉ tiêu này gồm có:

+ Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu

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

Hai chỉ tiêu này phản ánh cứ 1 đồng doanh thu thuần mà doanh nghiệp thực hiện trong kỳ thì có mấy đồng lợi nhuận trước (sau) thuế. Nói chung, tỷ suất này cao là tốt nhưng cũng cần chú ý đặt trong mối quan hệ với ngành và năm trước để đánh giá.

Tỷ suất lợi nhuận vốn kinh doanh

Do lợi nhuận có hai chỉ tiêu nên tỷ suất lợi nhuận vốn kinh doanh cũng có hai chỉ tiêu tương ứng là: Tỷ suất lợi nhuận trước thuế vốn kinh doanh và tỷ suất lợi nhuận sau thuế vốn kinh doanh. Trong đó, chỉ tiêu thứ hai thường

được sử dụng nhiều hơn vì nó phản ánh số lợi nhuận còn lại được sinh ra do sử dụng bình quân 1 đồng vốn kinh doanh.

$$\begin{aligned} \text{Tỷ suất lợi nhuận trước thuế trên VKD} &= \frac{\text{Lợi nhuận trước thuế}}{\text{VKD bình quân}} \\ \text{Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên VKD} &= \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{VKD bình quân}} \end{aligned}$$

Tỷ suất này cao chứng tỏ doanh nghiệp hoạt động hiệu quả và ngược lại.

✚ Tỷ suất lợi nhuận vốn chủ sở hữu

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận sau thuế vốn chủ sở hữu} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{VCSH bình quân}}$$

(Trong đó: *Vốn chủ sở hữu (VCSH) bình quân được tính bằng phương pháp bình quân vốn chủ sở hữu trong bảng cân đối kế toán*).

Đây là chỉ tiêu đánh giá mức độ tạo ra lợi nhuận sau thuế của 1 đồng vốn chủ sở hữu đã đầu tư. Trong phân tích, ngoài việc so sánh giữa các kỳ với nhau ta có thể so sánh chỉ tiêu này với chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận sau thuế vốn kinh doanh. Nếu lớn hơn thì nghĩa là doanh nghiệp sử dụng vốn vay hiệu quả và ngược lại.

c. Phân tích khả năng sinh lời qua phương trình Dupont

✚ Phân tích khả năng sinh lời các nhân tố ảnh hưởng đến tỷ suất lợi nhuận sau thuế vốn kinh doanh

Từ công thức tỷ suất lợi nhuận sau thuế vốn kinh doanh ở trên ta có thể viết lại là:

$$\begin{aligned} \text{Tỷ suất lợi nhuận sau thuế} &= \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{VKD bình quân}} \\ &= \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{DTT}} \times \frac{\text{DTT}}{\text{VKD bình quân}} \\ &= \text{Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên doanh thu} \times \text{Vòng quay VKD} \end{aligned}$$

(Phương trình trên còn được gọi là phương trình Dupont)

Qua phương trình trên, thấy được các nhân tố ảnh hưởng đến tỷ suất lợi nhuận sau thuế VKD. Để tăng tỷ suất lợi nhuận sau thuế vốn kinh doanh cần phải tăng tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên doanh thu hay tăng vòng quay vốn kinh doanh. Muốn vậy, về cơ bản nhất doanh nghiệp vẫn phải tiết kiệm các chi phí và sử dụng tốt các tài sản, nguồn vốn.

✚ Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến tỷ suất lợi nhuận vốn chủ sở hữu

$$\begin{aligned} \text{Tỷ suất lợi nhuận VCSH} &= \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{VCSH bình quân}} \\ &= \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{DTT}} \times \frac{\text{DTT}}{\text{VKD bình quân}} \times \frac{\text{VKD bình quân}}{\text{VCSH bình quân}} \\ &= \text{Tỷ suất lợi nhuận doanh thu} \times \text{Vòng quay VKD} \times \frac{1}{1 - \text{Hệ số nợ}} \end{aligned}$$

Phương trình kinh tế cho thấy tỷ suất lợi nhuận VCSH cao hay thấp phụ thuộc vào ba nhân tố: Lợi nhuận sau thuế được tạo ra từ 1 đồng doanh thu, doanh thu thu được từ 1 đồng vốn và hệ số nợ bình quân trong kỳ của doanh nghiệp là bao nhiêu. Từ đó, các nhà quản trị doanh nghiệp đưa ra được các biện pháp tài chính tác động vào các nhân tố đó phù hợp với tình hình cụ thể của doanh nghiệp trong các giai đoạn khác nhau để đạt được các mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp.

1.3.3.3. Phân tích triển vọng

Phân tích triển vọng là bước cuối cùng trong phân tích báo cáo tài chính hay nói cách khác là lập kế hoạch kinh doanh trong năm tới. Kế hoạch kinh doanh này bao gồm kế hoạch mục tiêu về lợi nhuận, doanh thu, chi phí, các khoản phải trả, các khoản phải thu. Việc phân tích triển vọng là vấn đề rất quan trọng trong việc đánh giá giá trị của doanh nghiệp trong năm tới, đồng

thời nó cũng có hữu ích cho các nhà quản trị, đối tác kinh doanh, các nhà đầu tư và cả chủ nợ của công ty giúp họ hình dung sơ lược về bức tranh tài chính của công ty trong năm tới. Ngoài ra lợi ích đối với nhà quản trị là giúp họ kiểm tra khả năng hoàn thành của các kế hoạch chiến lược mục tiêu của công ty. Còn lợi ích đối với các chủ thể kinh tế bên ngoài như các nhà đầu tư, đó là xem xét khả năng sinh lợi của công ty. Liệu công ty có thực sự tăng trưởng, các chiến lược công ty đề ra liệu có được thực hiện và hoàn thành như kế hoạch hay không. Ngoài ra nó cũng giúp cho các chủ nợ đánh giá khả năng thanh toán trong việc đáp ứng các nhu cầu vay nợ của công ty.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH CỦA CÔNG TY CP TM VÀ PP ZINNIA

2.1. Tổng quan về công ty ZD

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển ZD

Công ty Cổ phần thương mại & phân phối Zinnia trực thuộc và là công ty con của Công ty Cổ phần Tập đoàn Zinnia – một tập đoàn đa ngành có nền tảng phát triển từ hệ thống các trung tâm chăm sóc sắc đẹp. Tiền thân của tập đoàn Zinnia là Công ty Cổ phần Y khoa & Thẩm mỹ Thu Cúc. Để đáp ứng nhu cầu tiêu thụ mỹ phẩm của các trung tâm chăm sóc sắc đẹp của tập đoàn cũng như nhu cầu rất lớn của thị trường làm đẹp trong cả nước, tháng 7 năm 2007 Công ty CP Thương mại & Phân phối Zinnia đã chính thức được thành lập và đi vào hoạt động.

Công ty có tên giao dịch quốc tế: Zinnia Commerce & Distribution Joint Stock Company, viết tắt là Zinnia Distribution (ZD).



Chủ tịch HĐQT	: Bà Nguyễn Thu Cúc
Giám đốc điều hành	: Bà Phạm Thị Minh Ngọc
Số lượng nhân viên	: 98 nhân viên
Vốn điều lệ	: 10.000.000.000 VNĐ (10 tỷ đồng)
Lĩnh vực hoạt động	: Nhập khẩu và phân phối mỹ phẩm, dược phẩm, dụng cụ y tế, thiết bị thẩm mỹ, thực phẩm chức năng
Loại hình kinh doanh	: Độc quyền phân phối các nhãn hàng dược phẩm, mỹ phẩm và thiết bị thẩm mỹ, thiết bị y tế tại Việt Nam

❖ *Trụ sở tại Hà Nội:*

Địa chỉ : 286 Thụy Khuê, Tây Hồ, Hà Nội
ĐT : (84-4) 3728 1140 – Fax: (84-4) 3753 4370

❖ **Chi nhánh TP Hồ Chí Minh:**

Địa chỉ : 186 Trần Quốc Thảo, Phường 7, Quận 3, HCM
ĐT : (84-8)3526 1096/71 – Fax: (84-8)3526 0653
Email : contact@zinniadisti.com
Website : <http://zd.zinnia.vn>

Là một công ty trẻ trong ngành mỹ phẩm, trong những năm đầu phát triển, Công ty CP Thương mại & Phân phối Zinnia đã liên kết được với nhiều thương hiệu hàng đầu trong lĩnh vực mỹ phẩm và chăm sóc sức khỏe, đưa vào thị trường Việt Nam nhiều sản phẩm mỹ phẩm và chăm sóc sức khỏe có thương hiệu lớn trên thế giới.

❖ **Các mốc phát triển của Công ty Zinnia Distribution:**

- Tháng 7 năm 2007: thành lập Công ty
- Tháng 9 năm 2009: trở thành nhà phân phối độc quyền của dòng mỹ phẩm dưỡng da Bellewave nghiên cứu và sản xuất tại Mỹ, Singapore , Thụy Điển
- Năm 2009: trở thành nhà phân phối độc quyền của hai nhãn hàng Belli (mỹ phẩm dưỡng da cho mẹ và bé) và Kelo-cote (Gel trị sẹo) có nguồn gốc từ Mỹ.
- Năm 2010: mở showroom cho hai nhãn hàng Belli và Kelo-cote tại hai trung tâm thương mại lớn là Vincom (Hà Nội) và Parkson (Sài Gòn).
- Tháng 1 năm 2011: trở thành nhà phân phối độc quyền của dòng sản phẩm tẩy lông EZ Wax có nguồn gốc từ Hồng Kong – Trung Quốc.
- Tháng 10 năm 2011: giành độc quyền phân phối các dòng máy thẩm mỹ cao cấp của hãng thiết bị y tế thẩm mỹ Viora có nguồn gốc từ Israel.

- Tháng 8 năm 2011 mở showroom giới thiệu và bán sản phẩm tại 128 Quán Thánh.

2.1.2. Tầm nhìn và sứ mệnh

Mục tiêu dài hạn của Công ty Zinnia Distribution là cung cấp những sản phẩm dược mỹ phẩm có chất lượng tốt của những thương hiệu lớn cho người tiêu dùng Việt nam.

+ Tầm nhìn

- Trở thành công ty phân phối có uy tín tại Việt Nam.
- Là công ty nghiên cứu và cung cấp sản phẩm cho các công ty thành viên của tập đoàn Zinnia.
- Kiến tạo môi trường làm việc chuyên nghiệp, năng động, tạo cơ hội phát triển cho mỗi thành viên và hòa nhập vào gia đình chung của tập đoàn Zinnia.

+ Sứ mệnh

Trở thành công ty phân phối có uy tín để được các công ty trong nước và quốc tế tin cậy.

- Nghiên cứu và cung cấp kịp thời các sản phẩm chăm sóc sức khỏe và sắc đẹp cho các công ty thành viên trong tập đoàn.
- Tạo môi trường làm việc chuyên nghiệp, năng động, tạo cơ hội phát triển cho mỗi thành viên.

2.1.3. Hoạt động kinh doanh

Theo giấy phép kinh doanh đăng ký với Bộ Thương Mại, các lĩnh vực mà Công ty CP Thương mại & Phân phối Zinnia được phép hoạt động bao gồm: nhập khẩu và phân phối mỹ phẩm, dược phẩm, thực phẩm chức năng, thiết bị y tế, thiết bị thẩm mỹ; phân phối các mặt hàng sản xuất trong nước .

Thực tế, tính đến hiện tại, công ty Zinnia Distribution mới chỉ hoạt động trong các lĩnh vực: nhập khẩu và phân phối mỹ phẩm, dược mỹ phẩm,

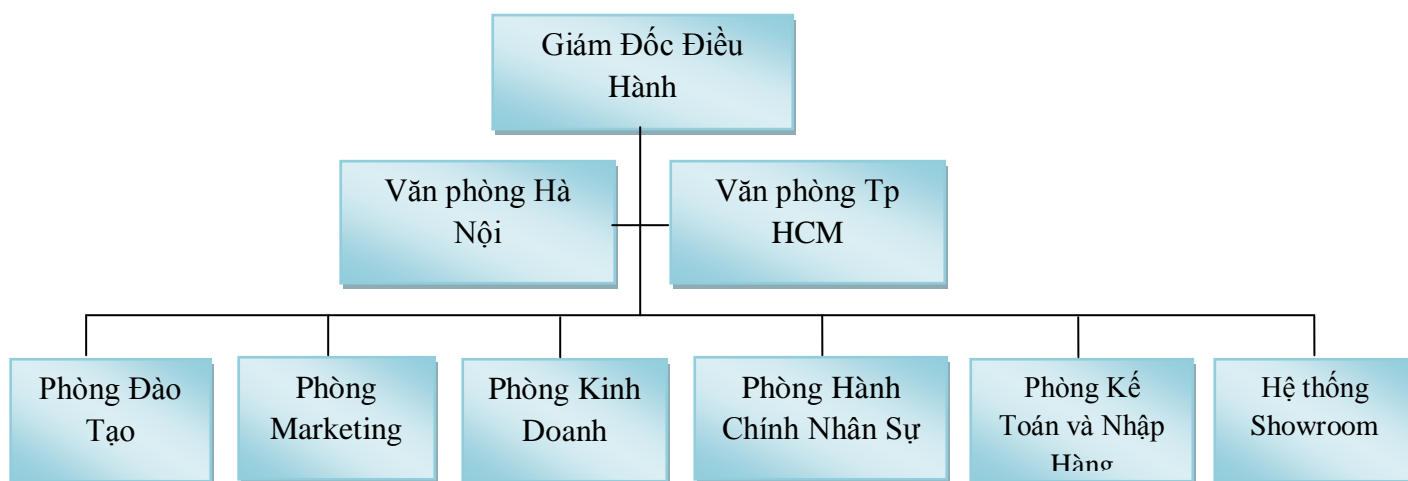
thiết bị thẩm mỹ.

Dự kiến, trong tương lai công ty sẽ tìm kiếm thêm nhiều sản phẩm mà thị trường có nhu cầu để mở rộng lĩnh vực kinh doanh và tăng lợi nhuận hàng năm cho doanh nghiệp.

2.1.4. Mô hình hoạt động

Cơ cấu tổ chức của Công ty Zinnia Distribution được tóm tắt qua sơ đồ sau:

Cơ cấu tổ chức của Công ty CP thương mại & phân phối Zinnia



Hình 2.1: Sơ đồ bộ máy công ty

(Nguồn: Sổ tay nhân viên Tập đoàn Zinnia)

Công ty Zinnia Distribution có trụ sở chính tại Hà Nội và văn phòng chi nhánh tại thành phố Hồ Chí Minh. Hai văn phòng này hoạt động khá độc lập, tự tuyển dụng và đào tạo nhân sự, chịu mức khoán doanh thu riêng. Tuy nhiên, bộ máy nhân sự hoạt động của hai văn phòng ở hai miền về cơ bản là tương đối giống nhau, bao gồm các phòng, ban chính sau: *phòng đào tạo, phòng marketing, phòng kinh doanh, phòng hành chính nhân sự, phòng kế toán và nhập hàng, hệ thống showroom*. Có một điểm khác biệt nhỏ là phòng Kế toán và Nhập hàng ở văn phòng Hà Nội đảm nhận hoàn toàn khâu nhập khẩu sản phẩm từ nước ngoài về, sau đó cung cấp hàng theo yêu cầu cho văn

phòng Sài Gòn. Phòng tài chính của văn phòng Sài Gòn chỉ có chức năng nhập hàng từ văn phòng trụ sở Hà Nội chứ không nhập hàng trực tiếp từ nước ngoài về.

* **Giám đốc điều hành:** là người chỉ đạo chung cả hai văn phòng Hà Nội và Sài Gòn, có thẩm quyền cao nhất, có nhiệm vụ quản lý và điều hành toàn diện trên cơ sở chấp hành đúng chủ trương chế độ chính sách của nhà nước với sự hỗ trợ của các phòng ban trong công ty.

* **Phòng đào tạo:** bao gồm Trưởng phòng đào tạo và các chuyên viên đào tạo, có trách nhiệm đào tạo cho các nhân viên trong công ty về nội quy lao động, kiến thức sản phẩm, kỹ năng tư vấn; đồng thời đảm nhận cả nhiệm vụ đào tạo kiến thức sản phẩm và kỹ năng tư vấn cho nhân viên các đại lý phân phối của công ty.

* **Phòng Marketing:** bao gồm trưởng phòng và các nhân viên marketing, đảm nhận các công tác quảng bá thương hiệu, PR, truyền thông, quảng cáo, tổ chức sự kiện và hội thảo khách hàng. Đồng thời, phòng Marketing còn có một nhiệm vụ quan trọng nữa là đảm nhận cả công tác nghiên cứu và phát triển sản phẩm (R&D) dựa trên cơ sở nghiên cứu nhu cầu thị trường nội địa để nắm bắt nhu cầu của người tiêu dùng và tìm kiếm các sản phẩm phù hợp có chất lượng cao từ trong và ngoài nước.

* **Phòng Kinh doanh:** bao gồm trưởng phòng kinh doanh và các nhân viên kinh doanh, có trách nhiệm nghiên cứu và phát triển thị trường, tìm kiếm và mở rộng mạng lưới các đại lý phân phối, nhận lương và hoa hồng theo mức khoán doanh thu hàng tháng, hàng quý và hàng năm.

* **Phòng hành chính nhân sự:** hoạt động dưới sự chỉ đạo chung của Giám đốc điều hành, có chức năng giúp giám đốc quản lý về tổ chức nhân sự, chấm công lao động, hành chính, quản trị các chế độ đối với người lao động, tuyển dụng nhân sự mới.

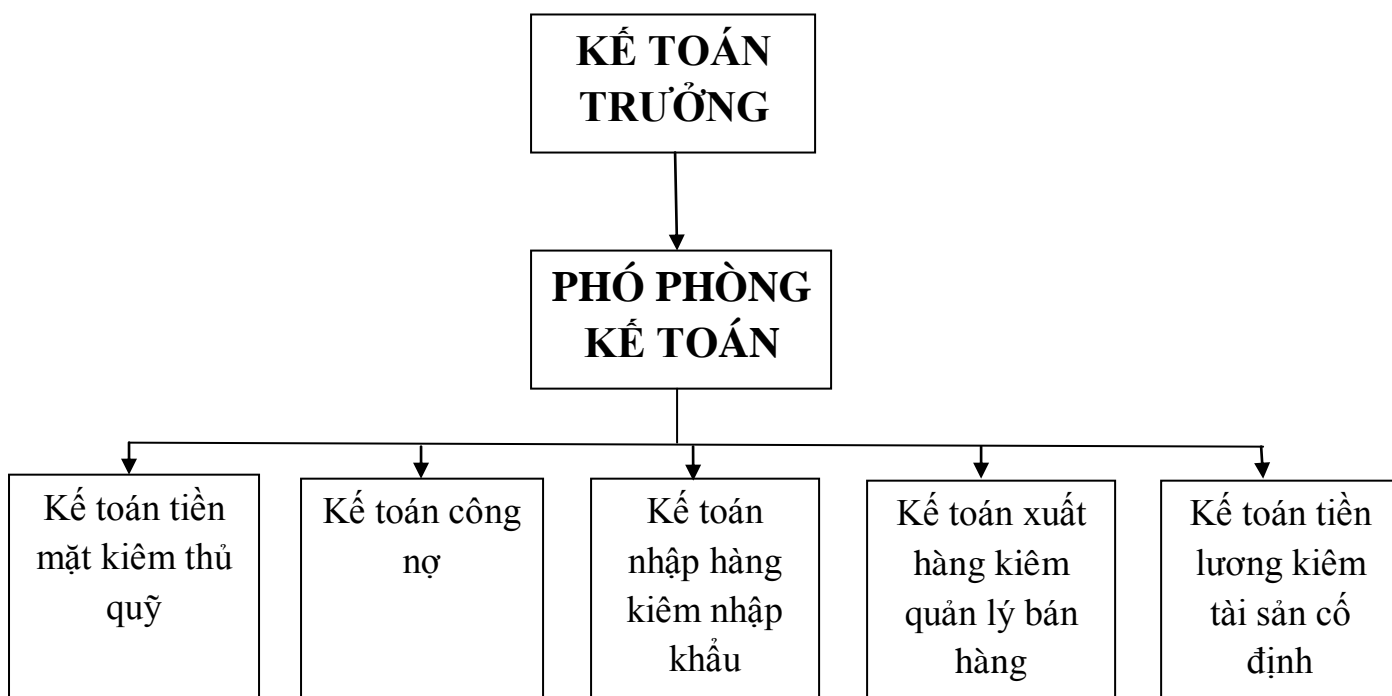
* **Phòng kế toán và nhập hàng**: bao gồm trưởng phòng và các nhân viên nghiệp vụ như kế toán tổng hợp, kế toán thanh toán kiêm thủ quỹ, kế toán công nợ, kế toán nhập hàng kiêm nhập khẩu, kế toán xuất hàng kiêm quản lý bán hàng, thủ kho. Phòng kế toán có nhiệm vụ hạch toán kinh doanh, giúp giám đốc quản lý tài chính kế toán của công ty, lên kế hoạch nhập và xuất hàng, tiến hành các thủ tục nhập hàng từ nước ngoài về, quản lý hàng xuất-nhập-tồn trong kho, lập báo cáo quyết toán theo quý và năm trên cơ sở các mức khoán doanh thu áp cho phòng kinh doanh.

* **Hệ thống showroom**: bao gồm showroom giới thiệu sản phẩm ở miền Bắc (Hà Nội) và miền Nam (Sài Gòn), các nhân viên bán hàng chịu sự giám sát và điều hành chung của giám đốc và phòng nhân sự, có nhiệm vụ bán hàng, tư vấn và giới thiệu sản phẩm cho khách thăm quan và mua hàng, báo cáo lại cho giám đốc và phòng kinh doanh khi có đối tác muốn đặt quan hệ làm đại lý phân phối thứ cấp.

2.2. Thông tin tài chính của công ty CP TM và PP Zinnia

2.2.1. Đặc điểm bộ máy kế toán tài chính của công ty

* Quy trình hoạt động của phòng kế toán : ZD tổng, ZD Hà Nội (chi nhánh Hà Nội), ZD Sài Gòn (chi nhánh Sài Gòn) hạch toán độc lập với nhau, mở dữ liệu phần mềm hạch toán riêng. Sau đó hàng kỳ báo cáo sẽ làm báo cáo hợp nhất hai chi nhánh và ZD tổng để lên được báo cáo tài chính cuối cùng cho toàn bộ công ty.



Hình 2.2: Sơ đồ tổ chức bộ máy kế toán:

(Nguồn: Sổ tay phòng kế toán ZD)

* Chức năng nhiệm vụ của bộ máy kế toán:

- *Kế toán trưởng*: Chịu trách nhiệm và kiểm soát toàn bộ công tác tài chính của phòng kế toán và cung cấp báo cáo tài chính hợp nhất cho ban giám đốc, hội đồng quản trị, cơ quan Nhà nước theo quy định.
- *Phó phòng kế toán*: Hỗ trợ kế toán trưởng kiểm soát toàn bộ hoạt động của bộ phận kế toán tài chính tại chi nhánh. Định kỳ tổng hợp lại và lên báo cáo tài chính tại chi nhánh gửi kế toán trưởng, và kê khai thuế theo hướng dẫn và định hướng của kế toán trưởng và ban giám đốc công ty.
- *Kế toán nhập hàng kiêm nhập khẩu*: Lên kế hoạch và thực hiện nhập hàng cho chi nhánh, riêng kế toán nhập hàng Hà Nội sẽ thực hiện cả chức năng nhập khẩu cho công ty.
- *Kế toán xuất hàng kiêm quản lý bán hàng*: Tập hợp đơn hàng của

khách hàng, làm phiếu xuất kho sau đó đưa phiếu bán hàng cho thủ kho xuất hàng, đối chiếu xuất hàng với thủ kho về lượng hàng hóa được xuất ra.

- *Kế toán thanh toán kiêm thủ quỹ*: Chịu trách nhiệm thu chi các khoản phải thu phải trả của công ty. Ngoài ra kế toán thanh toán còn theo dõi kiêm phân giao dịch với ngân hàng.

- *Kế toán tiền lương và TSCĐ, CCDC*: Thanh toán tiền lương thưởng và bảo hiểm theo đúng chế độ. Ngoài ra vì công ty có rất ít TSCĐ và CCDC nên sẽ kiêm nhiệm, hàng tháng theo dõi tăng giảm TSCĐ và trích khấu hao trên phần mềm kế toán.

- *Kế toán công nợ*: đối chiếu công nợ với khách hàng, kịp thời báo cáo tình hình thanh toán của khách hàng.

2.2.2. Chế độ kế toán được áp dụng trong kỳ

*** Kỳ kế toán:**

Kỳ kế toán năm (bắt đầu từ ngày 01/01/200X kết thúc vào ngày 31/12/200X).

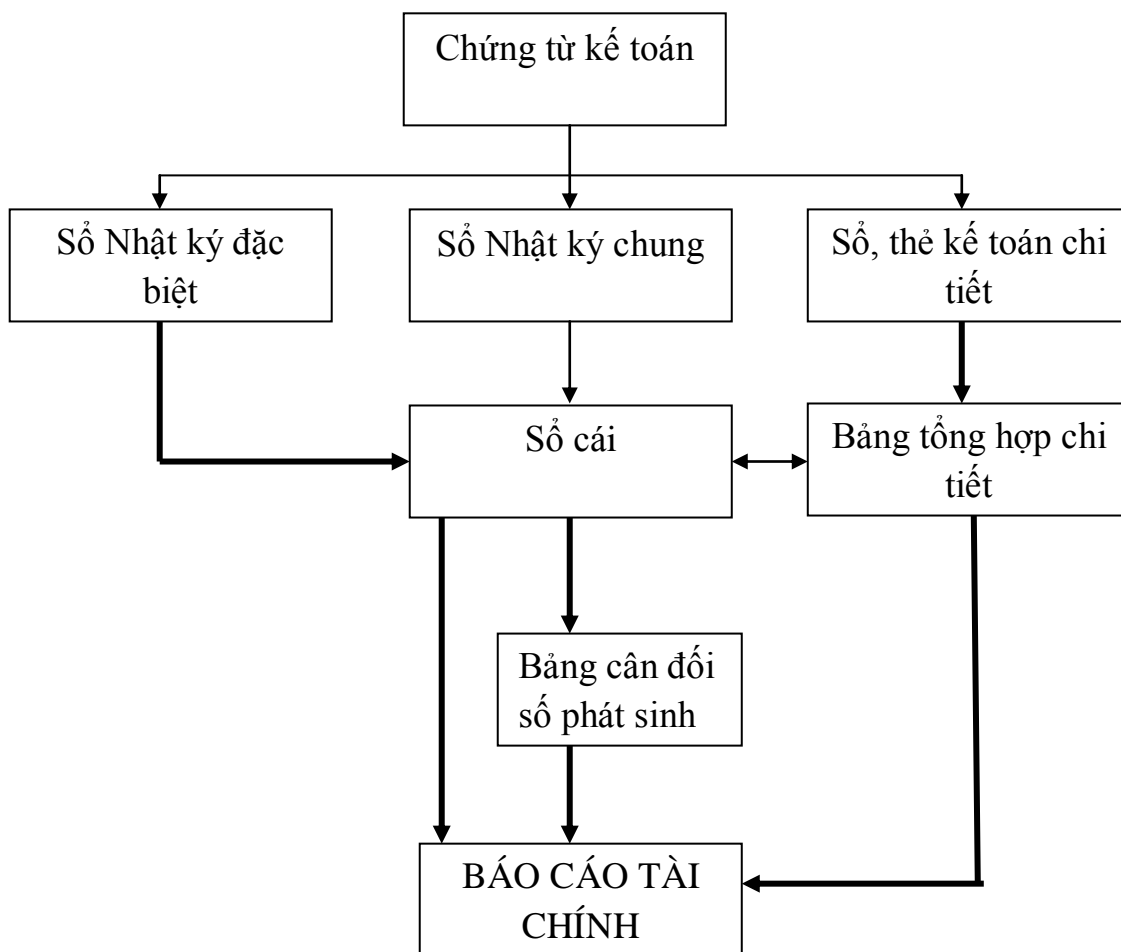
Đơn vị tiền tệ sử dụng trong kế toán là Đồng Việt Nam (VNĐ).

*** Chuẩn mực và chế độ kế toán áp dụng:**

Chế độ kế toán áp dụng: Công ty áp dụng Chế độ kế toán doanh nghiệp Việt Nam

Ban giám đốc Công ty đảm bảo đã tuân thủ đầy đủ yêu cầu của các chuẩn mực kế toán và chế độ kế toán doanh nghiệp Việt nam hiện hành trong việc lập báo cáo tài chính.

Hình thức kế toán áp dụng: Công ty sử dụng hình thức nhật ký chung



Hình 2.3: Nhật ký chung

Ghi chú:

Ghi chú hàng ngày \longrightarrow

Ghi chú cuối kỳ, hoặc định kỳ \longrightarrow

Quan hệ đối chiếu, kiểm tra \longleftrightarrow

(Nguồn: Sổ tay phòng kế toán ZD)

2.2.3. Các chính sách kế toán áp dụng

Là những chính sách, quy định kế toán mà công ty áp dụng cho từng phần hạch toán, chi tiết xem phụ lục đính kèm.

2.2.4. Báo cáo tài chính năm 2010, năm 2011

Các báo cáo tài chính công ty hai năm 2010, năm 2011 chi tiết xem phụ

lục đính kèm.

2.3. Phân tích hiện trạng tài chính của công ty CP TM và PP Zinnia

2.3.1. Phân tích tình hình tài chính qua các BCTC

2.3.1.1. Bảng cân đối kế toán

a. Phân tích cơ cấu tài sản của công ty

Trước hết, ta đi xem xét bảng cân đối kế toán của công ty như sau:

Bảng 2.1: Cơ cấu tài sản của công ty năm 2011

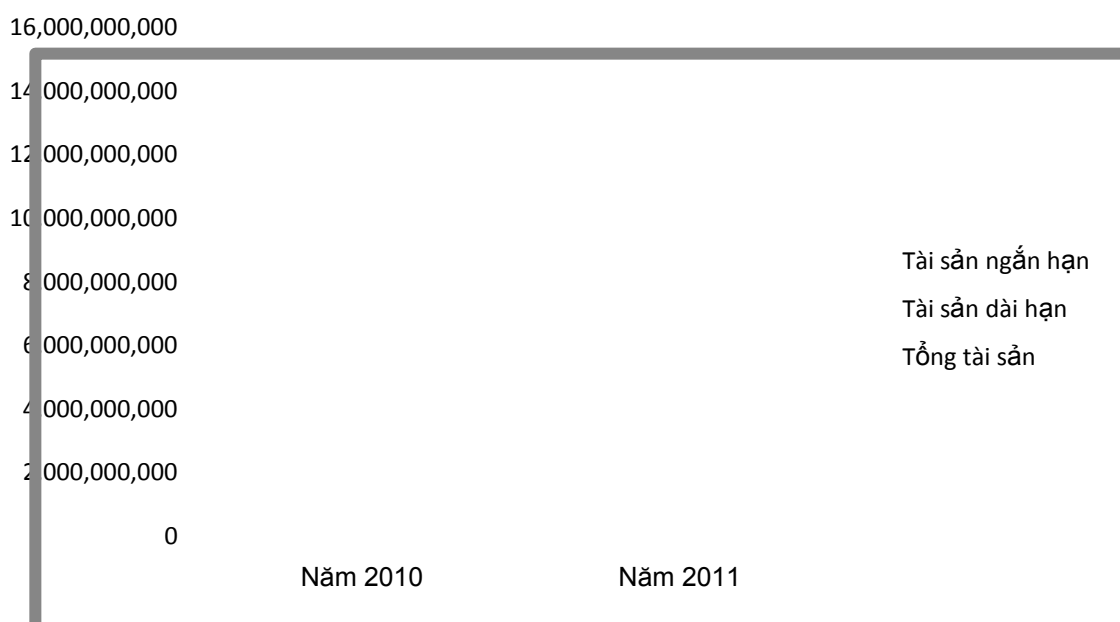
Đơn vị: VNĐ

Tài sản	Đầu năm		Cuối năm		Chênh lệch	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng
A. TÀI SẢN NGẮN HẠN	10.520.513.763	98,11	13.581.601.973	98,66	3.061.088.210	29,10
I. Tiền và các khoản tương đương tiền	793.283.769	7,40	888.611.401	6,45	95.327.632	12,02
II. Đầu tư tài chính ngắn hạn						
1. Đầu tư tài chính ngắn hạn						
2. Dự phòng giảm giá đầu tư tài chính ngắn hạn						
III. Các khoản phải thu ngắn hạn	3.839.899.815	35,81	7.971.887.064	57,91	4.131.987.249	107,61
1. Phải thu của khách hàng	3.281.842.044	30,61	6.438.389.428	46,77	3.156.547.384	96,18
2. Trả trước cho người bán	256.453.605	2,39	1.445.239.602	10,50	1.188.785.997	463,55
3. Các khoản phải thu khác	301.604.166	2,81	88.258.034	0,64	(213.346.132)	-70,74

4. Dự phòng phải thu ngắn hạn khó đòi (*)						
IV. Hàng tồn kho	5.854.244.511	54,60	4.425.155.195	32,14	(1.429.089.316)	-24,41
1. Hàng tồn kho	5.854.244.511	54,60	4.425.155.195	32,14	(1.429.089.316)	-24,41
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho (*)						
V. Tài sản ngắn hạn khác	33.085.668	0,31	295.948.313	2,15	262.862.645	794,49
1. Thuế giá trị gia tăng được khấu trừ	33.085.668	0,31	295.948.313	2,15	262.862.645	794,49
2. Thuế và các khoản khác phải thu Nhà nước						
3. Tài sản ngắn hạn khác						
B. TÀI SẢN DÀI HẠN (200 = 210 + 220 + 230 + 240)	202.171.103	1,89	184.764.792	1,34	(17.406.311)	-8,61
I. Tài sản cố định	202.171.103	1,89	184.764.792	1,34	(17.406.311)	-8,61
1. Nguyên giá	231.218.554	2,16	261.797.497	1,90	30.578.943	13,23
2. Giá trị hao mòn lũy kế (*)	(29.047.451)	(0,27)	(77.032.705)	-0,56	(47.985.254)	165,20
3. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang						
II. Bất động sản đầu tư						
1. Nguyên giá						
Giá trị hao mòn lũy kế (*)						

III. Các khoản đầu tư tài chính dài hạn						
1. Đầu tư tài chính dài hạn						
2. Dự phòng giảm giá đầu tư tài chính dài hạn (*)						
IV. Tài chính dài hạn khác						
1. Phải thu dài hạn						
2. Tài sản dài hạn khác						
3. Dự phòng phải thu dài hạn khó đòi(*)						
TỔNG CỘNG TÀI SẢN (250 = 100 +200)	10.722.684.866	100	13.766.366.765	100.00	3.043.681.899	28,39

(Nguồn số liệu: Phòng kế toán – tài chính ZD)



Hình 2.4: Sự biến động của tài sản

(Nguồn: Bảng 2.1)

Qua bảng phân tích tình hình tài sản của công ty năm 2011 và biểu đồ về sự biến động của tài sản ta thấy: So với đầu năm, tổng tài sản của Công ty đã tăng 3.043.681.899 đồng với tỷ lệ tăng là 28,39% điều này chứng tỏ quy mô sản xuất kinh doanh của Công ty trong năm 2011 đã có bước phát triển. Đi vào nghiên cứu sự biến động của phân tài sản ta thấy, quy mô tài sản trong năm 2011 tăng chủ yếu ở tài sản ngắn hạn, còn giảm ở tài sản dài hạn (cuối năm tài sản ngắn hạn tăng 3.061.088.210 đồng, còn tài sản dài hạn giảm 17.406.311 đồng so với đầu năm). Cụ thể:

Trong tài sản ngắn hạn, các khoản phải thu luôn chiếm tỷ trọng cao, đầu năm cao thứ 2 trong danh mục tài sản nhưng tăng dần đến cuối năm và chiếm tỷ trọng cao nhất (đầu năm chiếm 35,81% cuối năm chiếm 57,91% trong tổng tài sản ngắn hạn). Tỷ trọng các khoản phải thu đang có xu hướng giảm về cuối năm. Trong đó các khoản phải thu chủ yếu là phải thu của khách hàng, phải thu nội bộ và phải thu khác. Đầu năm khoản phải thu của khách hàng là 3.281.842.044 đồng, chiếm 30,61%, đến cuối năm tăng là 6.438.389.064 đồng, chiếm 46,77%. Như vậy, trong khi công ty phải đi vay và phụ thuộc vào các yếu tố bên ngoài thì tỷ trọng các khoản phải thu của khách hàng tăng làm cho vòng quay vốn lưu động giảm và làm giảm hiệu quả vốn kinh doanh. Điều này là dấu hiệu của tài chính công ty trong năm không tốt bằng năm trước.

Hàng tồn kho chiếm tỷ trọng tương đối lớn trong tài sản ngắn hạn nhưng giảm dần đến cuối năm cụ thể: Đầu năm là 5.854.244.511 đồng chiếm 54,6%, cuối năm là 4.425.155.195 đồng chiếm 32,14%, so với đầu năm cuối năm giảm 1.429.089.316 đồng với tỷ lệ giảm 24,41%. Xác định hàng tồn kho hợp lý là một yêu cầu đặt ra với các nhà quản lý doanh nghiệp. Đối với Công ty CP TM và PP Zinnia thì hàng tồn kho ở đây là những hàng hóa còn tồn đọng

chưa bán được trong năm. Vì vậy hàng tồn kho giảm phản ánh công ty đang hoạt động có hiệu quả với số vòng quay hàng tồn kho giảm, điều này làm giảm chi phí hàng tồn kho.

Qua bảng số liệu trên ta thấy: Vốn bằng tiền cũng tăng về cuối năm nhưng tỷ trọng trong cơ cấu tài sản lại giảm cụ thể: Đầu năm 2011 là 793.283.769 đồng chiếm 7,40%, cuối năm 2011 là 888.611.401 đồng chiếm 6,45%, chênh lệch 95.327.632 tỷ lệ tương đối 12,02%. Lượng tiền mặt tăng chứng tỏ khả năng thanh toán nhanh của Công ty tăng lên nhưng ta biết rằng vốn tiền mặt là loại vốn mà khả năng sinh lợi thấp nhất, do vậy lượng vốn bằng tiền lớn và tăng sẽ làm giảm hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh của Công ty. Công ty cần xem xét lại việc quản trị và sử dụng vốn bằng tiền sao cho vừa phù hợp với nhu cầu của mình vừa nâng cao được hiệu quả sử dụng của đồng vốn mà vẫn đảm bảo khả năng thanh toán của mình với các chủ nợ.

Xét về tài sản dài hạn, cuối năm giảm so với đầu năm là 17.406.311 đồng với tỷ lệ giảm 8,61%, việc giảm tài sản cố định nói trên là do trong năm Công ty đã tăng mức trích khấu hao tài sản cố định.

Xét về cơ cấu tài sản, đầu năm tài sản ngắn hạn là 10.520.513.763 đồng chiếm 98,11% trong tổng tài sản, tài sản dài hạn là 202.171.103 đồng chiếm 1,89%. Cuối năm tài sản ngắn hạn là 13.581.601.973 đồng chiếm 98,66%, tài sản dài hạn là 184.764.792 đồng chiếm 1,34% trong tổng tài sản. Đối với công ty thương mại thì tỷ trọng tài sản ngắn hạn sẽ cao hơn so với tỷ trọng tài sản dài hạn trong tổng tài sản của công ty, vì vậy ZD có cơ cấu tài sản như thế là hợp lý và hơn nữa đang có sự chuyển dịch theo hướng tích cực hơn về cuối năm là tăng tỷ trọng tài sản ngắn hạn. Do vậy trong thời gian tới Công ty cần có biện pháp để duy trì cơ cấu tài sản sao cho phù hợp với mục tiêu mà công ty đã đề ra.

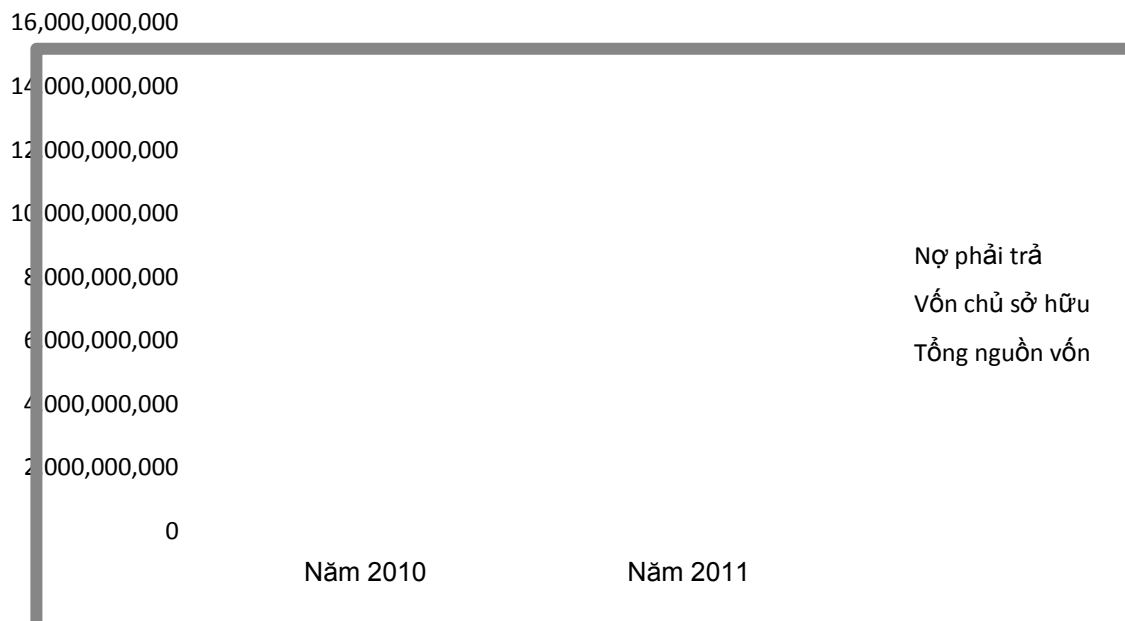
b. Phân tích nguồn vốn của công ty

Bảng 2.2: Cơ cấu nguồn vốn của công ty năm 2011

Đơn vị: VNĐ

Nguồn vốn	Đầu năm		Cuối năm		Chênh lệch	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng
A. Nợ phải trả (300 = 310 + 320)	159,960,737	1.49	3,712,832,738	26.97	3,552,872,001	2,221.09
I. Nợ ngắn hạn	117,875,386	1.10	1,125,787,991	8.18	1,007,912,605	855.07
1. Vay ngắn hạn	-	-	1,004,022,310	7.29	1,004,022,310	0.00
2. Phải trả cho người bán	-	-	-	0.00	-	0.00
3. Người mua trả tiền trước	-	-	-	0.00	-	0.00
4. Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	-	-	-	0.00	-	0.00
5. Phải trả người lao động	-	-	-	0.00	-	0.00
6. Chi phí phải trả	117,875,386	1.10	121,765,681.00	0.88	3,890,295	3.30
7. Các khoản phải trả, phải nộp khác	-	-	-	0.00	-	0.00
8. Dự phòng phải trả ngắn hạn	-	-	-	0.00	-	0.00
II. Nợ dài hạn	42,085,351	0.39	2,587,044,747	18.79	2,544,959,396	6,047.14
1. Vay và nợ dài hạn	-	-	2,587,044,747	18.79	2,587,044,747	0.00
2. Quỹ dự phòng trợ cấp mất việc làm	-	-	-	0.00	-	0.00
3. Phải trả, phải nộp dài hạn khác	42,085,351	0.39	-	0.00	(42,085,351)	-100.00
4. Dự phòng phải trả dài hạn	-	-	-	0.00	-	0.00
B. Vốn chủ sở hữu (400 = 410 + 430)	10,562,724,129	98.51	10,053,534,027	73.03	(509,190,102)	-4.82
I. Vốn chủ sở hữu	10,562,724,129	98.51	10,053,534,027	73.03	(509,190,102)	-4.82
1. Vốn đầu tư của chủ sở hữu	10,000,000,000	93.26	10,000,000,000	72.64	-	0.00
2. Thặng dư vốn cổ phần	-	-	-	-	-	0.00
3. Vốn khác của chủ sở hữu	-	-	-	-	-	0.00
4. Cổ phiếu quỹ (*)	-	-	-	-	-	0.00
5. Chênh lệch tỷ giá hối đoái	-	-	-	-	-	0.00
6. Các quỹ thuộc vốn chủ sở hữu	-	-	-	-	-	0.00
7. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	562,724,129	5.25	53,534,027	0.39	(509,190,102)	-90.49
II. Quỹ khen thưởng, phúc lợi	-	-	-	-	-	0.00
TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN (440 = 300 + 400)	10,722,684,866	100	13,766,366,765	100.00	3,043,681,899	28.39

(Nguồn số liệu: Phụ lục 1)



Hình 2.5: Sự biến động của nguồn vốn

(Nguồn: Bảng 2.2)

Tổng nguồn vốn cuối năm so với đầu năm tăng 3.043.681.899 đồng với tỷ lệ tăng 28,39% phản ánh nguồn vốn tài trợ cho hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty tăng lên. Cụ thể: Nợ phải trả cuối năm so với đầu năm tăng 3.552.872.001 đồng cho thấy mức độ phụ thuộc tài chính của công ty trong năm là khá cao so với năm trước, vốn vay của Công ty tăng mạnh về cuối năm. Trong tổng nợ phải trả tăng chủ yếu là do nợ dài hạn tăng, cụ thể là nợ ngắn hạn tăng 1.007.912.605 đồng, đầu năm số dư này là 117.875.386 đồng, trong đó vay ngắn hạn tăng 1.004.022.310 đồng, phải trả khác tăng 3.890.295 đồng. Việc công ty đi vay từ bên ngoài đã làm tăng rất nhiều gánh nặng lãi suất.

Nợ dài hạn của công ty tăng 2.544.959.396 đồng. Do nhu cầu về vốn mà năm 2011 công ty đã phải đi vay vốn để phục vụ sản xuất kinh doanh.

Xem xét chi tiết về nguồn vốn chủ sở hữu ta thấy: Nguồn vốn chủ sở hữu

trong năm 2011 giảm 509.190.102 đồng với tỷ lệ giảm 4,82% trong đó chủ yếu là do lợi nhuận chưa phân phối giảm 509.190.102 đồng, cuối năm so với đầu năm giảm với tỷ lệ 90,49%. Nguyên nhân giảm như vậy là do trong năm hội đồng quản trị đã quyết định không tiếp tục đầu tư thêm lợi nhuận sau thuế nữa mà rút vốn về tập đoàn.

Xem xét tỷ trọng từng nguồn vốn ta thấy: Tỷ trọng nợ phải trả tăng mạnh vào cuối năm từ 1,49% lên 26,97%. Còn tỷ trọng nguồn vốn chủ sở hữu lại có xu hướng giảm về cuối năm, giảm từ 98,51% xuống 73,03%. Tỷ trọng nợ phải trả cuối năm tăng so với đầu năm là 2.221,09%, lý do tỷ trọng này tăng cao như vậy là do trong năm công ty đã phải đi vay nợ để đáp ứng nhu cầu kinh doanh, nguồn vốn huy động của ZD chủ yếu là do huy động từ bên ngoài và nguồn thu trong kinh doanh. Nợ ngắn hạn tăng 1.004.022.310 đồng với tỷ lệ tăng 855,07%, điều đó cũng phần nào gây áp lực thanh toán cho Công ty.

Ta thấy nguồn vốn chủ sở hữu mặc dù giảm không đáng kể nhưng cũng làm cho nhu cầu vốn lưu động tăng nên công ty phải vay nợ để mở rộng hoạt động kinh doanh.

Nhận xét chung: Nhìn chung tình hình tài chính của Công ty CP TM và PP Zinnia mặc dù có nhiều biến động, việc công ty đã tăng thêm một khoản vay và nợ ngắn hạn đáng kể cũng làm cho công ty tăng thêm một khoản chi phí về lãi vay điều này làm cho lợi nhuận của công ty giảm xuống đáng kể. Vì vậy công ty cần đảm bảo đủ vốn để có thể mở rộng hoạt động kinh doanh, nâng cao được hiệu quả sử dụng vốn của mình để tăng được lợi nhuận, tăng lương cho cán bộ công nhân viên và người lao động. Điều này là rất cần để khuyến khích người lao động làm việc tốt hơn nữa, giúp cho công ty ngày càng phát triển hơn.

2.3.1.2. Báo cáo kết quả kinh doanh

Bảng 2.3: Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty năm 2011

Đơn vị: VNĐ

CHỈ TIÊU	Năm 2011	Năm 2010	Chênh lệch	
			Số tiền	Tăng, giảm %
1.Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	65.657.462,922	44.987.397.218	20.670.065.704	31,48
2.Các khoản giảm trừ doanh thu	-	-	-	0.00
3.Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ (10= 01-02)	65.657.462.922	44.987.397.218	20.670.065.704	31,48
4.Giá vốn hàng bán	48.873.373.304	33.678.491.766	15.194.881.538	31,09
5.Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ (20=10-11)	16.784.089.618	11.308.905.452	5.475.184.166	32,62
6.Doanh thu hoạt động tài chính	28.371.892	51.974.862	(23.602.970)	-83,19
7.Chi phí tài chính	736,894,512	-	736,894,512	100,00
<i>Trong đó: Chi phí lãi tiền vay</i>	736,894,512	-	736,894,512	100,00
8.Chi phí bán hàng	4.951.985.619	2.423.574.608	2.528.411.011	51,06
9.Chi phí quản lý kinh doanh	5.177.706.530	4.374.581.577	803.124.953	15,51
10.Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh (30=20+21-22-24)	5.945.874.849	4.562.724.129	1.383.150.720	23,26
11.Thu nhập khác	48.620.299		48.620.299	100,00
12.Chi phí khác	3.685.250		3.685.250	100,00
13.Lợi nhuận khác (40 = 31 -32)	44.935.049		44.935.049	100,00
14.Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế (50= 30+40)	5.990.809.898	4.562.724.129	1.428.085.769	23,84
15.Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp			-	0,00
16.Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp (60 = 50-51)	5.990.809.898	4.562.724.129	1.428.085.769	23,84

(Nguồn số liệu: Phòng kế toán – tài chính ZD)

Từ bảng phân tích trên ta thấy, doanh thu thuần năm 2011 là 65.657.462.922 đồng, năm 2010 là 44.987.397.218 đồng, tỷ lệ tăng là 31,48%, giá vốn hàng bán tăng 31,09% tương đương với số tuyệt đối

15.194.881.538 đồng. Nhờ vậy lợi nhuận gộp đã tăng 32,62% với số tăng tuyệt đối là 5.475.184.166 đồng. Điều đó chứng tỏ trong năm 2011, hoạt động kinh doanh của công ty là rất tốt và có thể nói là tỷ lệ tăng trưởng tốt nhất từ khi bắt đầu thành lập công ty.

Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh năm 2010 của Công ty tăng 15.194.881.538 đồng tương đương với 31,09%. Việc doanh thu tiêu thụ của Công ty tăng, giá vốn hàng bán tăng nhưng tốc độ tăng của doanh thu là 32,62% nhiều hơn tốc độ tăng của giá vốn hàng bán là 31,09% đã làm cho lợi nhuận thuần từ hoạt động sản xuất kinh doanh tăng thấp hơn so với doanh thu thuần. Tuy nhiên, điều này chứng tỏ mặc dù năm 2011 là năm mà nền kinh tế có nhiều biến động, việc cạnh tranh trên thị trường cũng ngày càng khốc liệt nhưng doanh thu từ hoạt động kinh doanh vẫn tăng khá tốt.

So với năm 2010 thì năm 2011 chi phí quản lý doanh nghiệp tăng 15,51%, chi phí bán hàng tăng 51,06% điều này cho thấy công ty đã đầu tư cho bộ phận quản lý và bộ phận bán hàng đặc biệt là tăng chi phí bán hàng, thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm để có được doanh thu mục tiêu và khá cao như trên.

Tổng lợi nhuận trước thuế năm 2011 tăng 1.428.085.769 đồng với tỷ lệ 23,84%. Lợi nhuận trước thuế tăng cao như vậy là do trong năm công ty đã có những chiến lược như marketing, khuyến mại, đào tạo đội nhân viên để thúc đẩy tiêu thụ hàng hóa. Để đảm bảo nguồn vốn năm 2011 công ty bắt đầu đi vay cả nguồn vay ngắn hạn và dài hạn, vì vậy chi phí tài chính của công ty tăng 736.894.512 đồng. Chính vì thế mà chi phí cho các khoản vay và nợ của công ty là rất lớn, làm giảm đáng kể lợi nhuận của công ty và công ty cần có giải pháp khắc phục tình trạng này. Bù lại thì các khoản thu nhập khác của công ty tăng 44.935.049 đồng đã hỗ trợ phần nào chi phí lãi vay mà công ty phải trả.

Qua việc phân tích Báo cáo kết quả kinh doanh năm 2011 ta thấy tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty trong năm nhìn chung là có hiệu quả song kết quả đạt được là chưa cao so với doanh thu thuần. Đặc biệt ngoài chi phí tài chính tăng thì chi phí bán hàng tăng rất cao cũng ảnh hưởng không nhỏ tới kết quả cuối cùng của hoạt động kinh doanh. Điều này cho thấy chính sách sử dụng vốn vay để tài trợ cho các khoản chi phí là chưa tốt năm tới công ty cần phải có giải pháp khắc phục. Có như thế mới làm tăng được lợi nhuận cho công ty. Đây là cái đích mà công ty cần phải hướng tới.

2.3.1.3. Phân tích biến động của dòng tiền

Đối với bất cứ doanh nghiệp nào kinh doanh có lợi nhuận nhưng không chủ động được về dòng tiền như dòng tiền liên tục âm thì khả năng công ty bị phá sản là rất cao do không có đủ nguồn để chi trả đảm bảo hoạt động kinh doanh. Vì vậy báo cáo dòng tiền rất quan trọng, đó là báo cáo tổng hợp, phản ánh việc hình thành và sử dụng lượng tiền phát sinh trong kỳ báo cáo của doanh nghiệp, nó cung cấp cho người sử dụng thông tin cơ sở để đánh giá khả năng tạo ra các khoản tiền và việc sử dụng các khoản tiền đã tạo ra trong hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty, đánh giá khả năng thanh toán, nhu cầu tiền mặt vào thời điểm cần sử dụng để đạt hiệu quả cao nhất, tối thiểu hóa chi phí sử dụng vốn. Sau đây tác giả phân tích dòng tiền vào theo tỷ lệ và dòng tiền ra theo tỷ lệ để thấy được khả năng tạo tiền từ hoạt động kinh doanh và tỷ lệ tiền thu về có đảm bảo chi trả trong hoạt động kinh doanh hay không?

a. Phân tích dòng tiền vào theo tỷ lệ

So sánh lượng tiền đầu kỳ và cuối kỳ, đầu kỳ lượng tiền mặt giảm từ 927.845.254 đồng còn 793.283.769 đồng, giảm 134.561.485 đồng, tương đương với 15%. Nhưng đến cuối năm thì tình hình bị đảo ngược, lượng tiền tăng từ 793.283.769 lên 888.611.401 đồng, tương đương 12,01%.

Xét trong hai năm 2010 và năm 2011, ta thấy nguồn tiền mặt của công

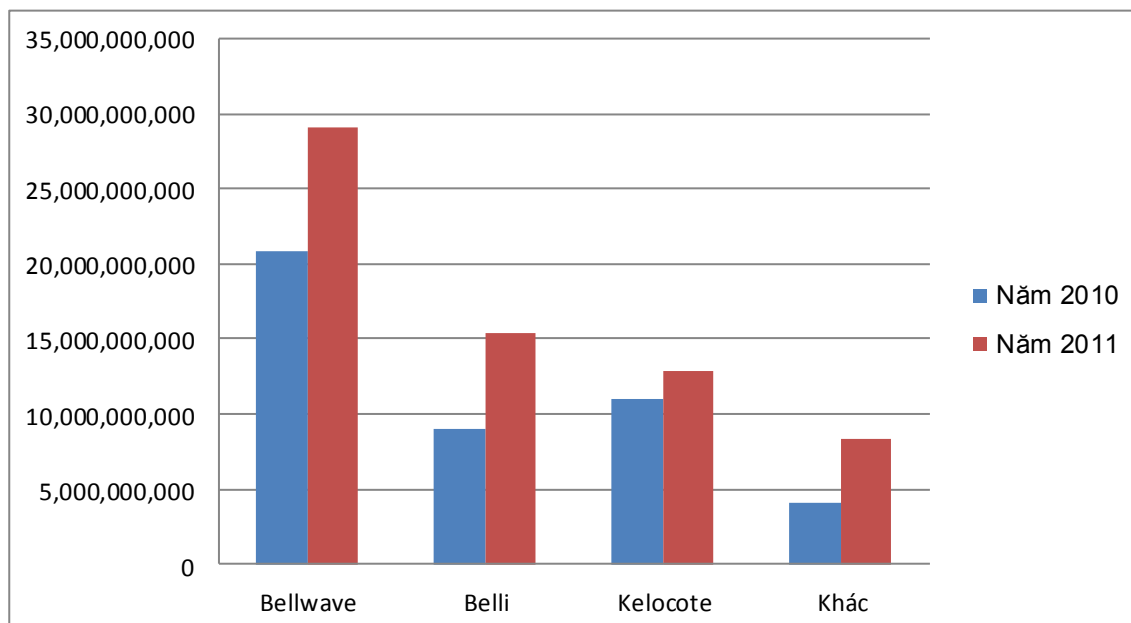
ty được tạo ra chủ yếu từ hoạt động kinh doanh. Đến năm 2011, ngoài nguồn tiền thu được do bán sản phẩm, công ty còn phải đi vay để đảm bảo hoạt động kinh doanh. Nguồn thu chủ yếu của công ty là từ hoạt động kinh doanh, hay nói cách khác là doanh thu từ bán hàng hóa. Ta xét bảng dưới đây:

Năm	Bellwave		Belli		Kelocte		Các
	<i>Doanh thu</i>	<i>Tỷ lệ/tổng doanh thu</i>	<i>Doanh thu</i>	<i>Tỷ lệ/tổng doanh thu</i>	<i>Doanh thu</i>	<i>Tỷ lệ/tổng doanh thu</i>	<i>Do</i>
2010	20.834.865.831	0,46	9.043.255.821	0,20	11.016.530.874	0,24	4.12
2011	29.086.096.724	0,44	15.350.126.538	0,23	12.866.840.455	0,20	8.40
Chênh lệch	8.251.230.893		6.306.870.717		1.850.309.581		4.27
%	40		70		17		

Bảng 2.4: Bảng dòng tiền vào qua các năm

Đơn vị: VNĐ

(Nguồn số liệu: Phòng kế toán – tài chính ZD)



Hình 2.6: So sánh mức độ tạo dòng tiền vào

(Nguồn: Bảng 2.4)

Nhìn vào bảng dòng tiền vào qua các năm và biểu đồ hình 2.6 ta thấy: Năm 2010 sản phẩm mang lại dòng tiền vào nhiều nhất cho công ty là sản phẩm Bellwave - dòng sản phẩm điều tiết và chăm sóc mặt và toàn thân, sản phẩm có xuất xứ từ Mỹ, chiếm 46% tổng dòng tiền vào của công ty. Nguồn thu từ phân phối Bellwave mang lại chiếm tỷ lệ lớn nhất cũng do doanh thu từ việc phân phối sản phẩm này cũng cao nhất. Sản phẩm mang lại dòng tiền vào thứ 2 cho công ty là sản phẩm Kelocote – sản phẩm xuất xứ từ Mỹ - dòng sản phẩm trị sẹo, chiếm 24%. Thứ ba, là dòng sản phẩm Belli – sản phẩm dành cho mẹ và bé - xuất xứ từ Mỹ, chiếm 20% trong tổng dòng tiền vào. Ngoài nguồn thu từ kinh doanh phân phối các sản phẩm Bellwave, Belli, Kelocote mang lại dòng tiền chính cho công ty, bên cạnh đó còn có nguồn thu từ việc bán máy móc công nghệ cao, sản phẩm EZwax và dòng tiền vào khác.

Năm 2011, Bellwave tiếp tục là sản phẩm mang lại dòng tiền vào nhiều

nhất cho công ty, chiếm 44%, tăng 40% so với năm 2010. Tuy nhiên dòng sản phẩm mang lại dòng tiền thứ 2 cho công ty không phải là sản phẩm Kellocote như năm 2010 mà là sản phẩm Belli – sản phẩm cho mẹ và bé, chiếm 23%. Còn sản phẩm Kellocote chiếm 20%. So với năm 2011, dòng sản phẩm cho mẹ và bé tăng mạnh – tăng 70%, điều này chứng tỏ sản phẩm cho mẹ và bé ngày càng được người tiêu dùng quan tâm và đang từng bước chiếm được lòng tin đối với khách hàng. Dòng sản phẩm Kelocote cũng tăng so với năm 2010 nhưng tăng thấp hơn, tăng 17%. Các sản phẩm khác như EXwax, máy công nghệ cao là những sản phẩm vào thị trường Việt Nam từ cuối năm 2010 cũng đã dần khẳng định được vị trí của mình, bằng chứng là dòng tiền vào của những sản phẩm này chiếm 13% trong tổng dòng tiền vào của công ty, tăng 104% so với năm 2010.

Nhìn chung sản phẩm tạo ra dòng tiền vào nhiều nhất cho công ty cho đến cuối năm 2011 vẫn là sản phẩm Bellwave, do sản phẩm này vào thị trường Việt Nam từ những ngày đầu thành lập công ty, sau đó là những sản phẩm khác cũng dần có vị trí vững chắc trên thị trường Việt Nam, ngay cả những sản phẩm mới vào thị trường cũng đã và đang tạo được dòng tiền vào. Mặc dù nợ phải thu tăng đáng kể nhưng dòng tiền vào của công ty khá ổn định, tăng cũng khá nhanh trong hai năm qua, và vẫn tiếp tục tăng.

Phân tích dòng tiền ra theo tỷ lệ

Dòng tiền vào trong năm 2011 so với năm 2010 tăng 20.670.065.704 đồng, tương đương với 46%, tỷ lệ này tăng khá cao nhưng tiền mặt cuối năm lại tăng không nhiều, chỉ tăng 95.327.632 đồng, tương đương với 12,02%. Để hiểu rõ hơn tại sao lại có sự chênh lệch như vậy, ta xem xét dòng tiền ra của công ty như sau:

Bảng 2.5: Bảng dòng tiền ra theo tỷ lệ

Đơn vị: VNĐ

Chỉ tiêu	Năm 2011	Tỷ lệ trên tổng dòng tiền ra	Năm 2010	Tỷ lệ trên tổng dòng tiền ra	Chênh lệch	
					Số tiền	%
I Tiền chi từ hoạt động kinh doanh	68.167.221.393	<i>0,96</i>	45.136.608.710	<i>1.00</i>	23.030.612.683	0,51
1 Tiền chi trả cho người cung cấp và dịch vụ	50.157.350.647	<i>0,71</i>	38.246.874.962	<i>0,85</i>	11.910.475.685	0,31
2 Tiền chi trả cho người lao động	1.446.962.283	<i>0,02</i>	1.256.948.726	<i>0,03</i>	190.013.557	0,15
3 Tiền trả lãi vay	736.894.512	<i>0,01</i>		-	736.894.512	
4 Tiền chi nộp thuế thu nhập doanh nghiệp	1.900.000	<i>0,00</i>	1.558.742	<i>0,00</i>	341.258	0,22
5 Tiền chi khác từ hoạt động kinh doanh	15.824.113.951	<i>0,22</i>	5.631.226.280	<i>0,12</i>	10.192.887.671	1,81
II Dòng tiền ra từ hoạt động đầu tư	30.578.943	<i>0,00</i>	20.598.745	<i>0,00</i>	9.980.198	
1 Tiền chi để mua sắm, xây dựng TSCĐ, BĐS đầu tư và các tài sản dài hạn khác	30.578.943	<i>0,00</i>	20.598.745	<i>0,00</i>	9.980.198	0,48
III Dòng tiền ra từ hoạt động tài chính	2.587.044.747	<i>0,04</i>		-	2.587.044.747	
1 Tiền vay ngắn hạn, dài hạn nhận được	2.587.044.747	<i>0,04</i>		-	2.587.044.747	
Tổng (I + II + III)	70.784.845.083	<i>1.00</i>	45.157.207.455	<i>1.00</i>	25.627.637.628	

(Nguồn số liệu: Phòng tài kế toán – tài chính ZD)

Qua bảng dòng tiền theo tỷ lệ ở trên ta thấy: Năm 2010, dòng tiền ra của công ty chủ yếu chi cho hoạt động kinh doanh cụ thể là người cung cấp hàng hóa và dịch vụ, chiếm 85% tổng dòng tiền ra của công ty. Xếp thứ 2 trong tổng dòng tiền ra của công ty là dòng tiền chi khác phục vụ cho hoạt động kinh doanh ví dụ như chi cho khuyến mại, chi ngoại giao, chi cho marketing, quảng cáo, chiếm 12% tổng dòng tiền ra của công ty. Tiếp đó là dòng tiền ra chi trả cán bộ công nhân viên chiếm 3% trong tổng tiền ra của doanh nghiệp.

Năm 2011, tiền chi trả cho người cung cấp hàng hóa và dịch vụ vẫn chiếm tỷ trọng lớn nhất, chiếm 71%. Tiền chi khác từ hoạt động kinh doanh vẫn chiếm tỷ trọng thứ 2 trong tổng tiền ra của công ty, chiếm 22%, sau đó là dòng tiền ra từ việc chi trả công nhân viên (chiếm 2%), cuối cùng là dòng tiền ra cho trả lãi vay, tiền vay và các khoản chi khác.

So sánh dòng tiền ra của công ty trong năm 2011 và năm 2010 ta thấy dòng tiền chi ra cho hoạt động kinh doanh tăng nhiều nhất, năm 2011 tăng 10.192.887.671 VNĐ, tương đương 181% so với năm 2010. Qua con số này chứng tỏ năm 2011 công ty đã đẩy mạnh hoạt động kinh doanh để giữ vững doanh thu thậm chí còn vượt tăng doanh thu mục tiêu. Do cuối năm 2010 và năm 2011 nền kinh tế có nhiều biến động, vì thế dòng tiền chi ra cho những khoản chi phí như chi phí bán hàng, chi phí khuyến mại, chi phí marketing, chi phí đào tạo để thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm. Tuy nhiên ta thấy lượng tiền mặt tồn tại quỹ vào thời điểm cuối năm vẫn còn đến 888.611.401 đồng trong khi công ty vẫn phải chi ra một khoản chi phí khá lớn để trả tiền lãi vay là 736.894.512 đồng. Vì vậy, trong những năm tới, công ty cần lên kế hoạch cho dòng tiền vào và dòng tiền ra cho hoạt động kinh doanh, để lượng tiền mặt tồn quỹ hợp lý so với nhu cầu về tiền mặt cũng như hoạt động kinh doanh của

công ty, không quá lớn tránh gây lãng phí, và không quá thấp tránh tình trạng kém thanh khoản.

2.3.2. Phân tích khả năng thanh toán của công ty

Tình hình và khả năng thanh toán của doanh nghiệp phản ánh rõ nét chất lượng công tác tài chính. Nếu mọi hoạt động tài chính tốt, doanh nghiệp sẽ ít công nợ, khả năng thanh toán dồi dào, ít bị chiếm dụng vốn cũng như ít đi chiếm dụng vốn của các đơn vị khác, doanh nghiệp khó có thể làm chủ được kế hoạch vốn. Ngược lại nếu hoạt động tài chính yếu kém thì dẫn tới tình trạng các doanh nghiệp chiếm dụng vốn lẫn nhau; các khoản công nợ phải thu, phải trả dây dưa, kéo dài, doanh nghiệp có thể làm chủ được kế hoạch về dòng tiền.

Tuy nhiên trên thực tế, các doanh nghiệp đều thiếu vốn sản xuất kinh doanh, nguồn vốn tự có của doanh nghiệp nhiều khi không đáp ứng đủ nhu cầu sản xuất kinh doanh. Vì vậy trong quá trình sản xuất kinh doanh một mặt doanh nghiệp phải đi huy động vốn, mặt khác doanh nghiệp cũng phải đi chiếm dụng vốn của các chủ thể kinh tế khác như khoản mua hàng hóa chưa trả tiền, người mua hàng của doanh nghiệp trả tiền trước và ngược lại doanh nghiệp cũng không tránh khỏi tình trạng bị các doanh nghiệp khác chiếm dụng vốn như mua hàng chịu, khoản tiền mà doanh nghiệp phải ứng trước cho người bán khi mua các yếu tố đầu vào phục vụ cho quá trình sản xuất kinh doanh. Như vậy doanh nghiệp cần phải có biện pháp để giảm tối đa các khoản bị khách hàng chiếm dụng vốn và nâng cao được việc chiếm dụng vốn của các doanh nghiệp khác để bổ sung nguồn vốn kinh doanh của mình. Sau đây ta sẽ đi xem xét tình hình thực tế về khả năng thanh toán của Công ty CP TM và PP Zinnia qua một số chỉ tiêu về khả năng thanh toán thể hiện qua Bảng dưới đây.

Bảng 2.6: Chỉ tiêu về khả năng thanh toán năm 2010, năm 2011

Đơn vị: VNĐ

Chỉ tiêu	2010	2011	Chênh lệch	
			Số tiền	%
1. Tiền & các khoản tương đương tiền	793.283.769	888.611.401	95.327.632	12,02
2. Tổng tài sản ngắn hạn (Tài sản lưu động)	10.520.513.763	13.581.601.973	3.061.088.210	29,1
3. Hàng tồn kho	5.854.244.511	4.425.155.195	1.420.083.316	-24,21
4. Nợ ngắn hạn	117.875.386	1.125.787.991	1.007.129.605	855,06
5. Hệ số khả năng thanh toán hiện thời (2/4)	89,25	12,06		-77,19
6. Hệ số khả năng thanh toán nhanh ((2-3)/4)	39,59	8,13		-31,46
7. Hệ số khả năng thanh toán tức thời (1/4)	6,73	0,79		-5,4

*(Nguồn số liệu: Phụ lục 1)***2.3.2.1. Hệ số khả năng thanh toán hiện thời**

Hệ số khả năng thanh toán hiện thời của Công ty cuối năm 2010 là 89,25 tức là cứ 1 đồng nợ ngắn hạn thì được đảm bảo bởi 89,25 đồng tài sản lưu động, con số này cuối năm 2011 là 12,06. Hệ số này khá cao trong năm 2010 nhưng đến năm 2011 hệ số này giảm mạnh (giảm 77,19%). Đối với doanh nghiệp bình thường thì hệ số này lớn hơn 1 là an toàn, tuy nhiên với

loại hình doanh nghiệp trong ngành thương mại thì hệ số này sẽ cao hơn thì mới đảm bảo được khả năng thanh toán nên với ZD mặc dù hệ số này giảm mạnh nhưng vẫn khá cao (12,06%) và nằm trong tỷ lệ an toàn.

Ngoài ra, tỷ lệ này còn cho biết chu kỳ hoạt động của công ty có hiệu quả không, hoặc khả năng biến sản phẩm thành tiền mặt có tốt không. Hệ số này lớn có thể do: hàng tồn kho, các khoản phải thu tức nợ không đòi được hoặc không dùng để bù trừ được vẫn lớn. Tài sản lưu động tồn trữ lớn, phản ánh việc sử dụng tài sản không hiệu quả vì ở bộ phận này tài sản không vận động không sinh lời, khi đó khả năng thanh toán của doanh nghiệp thực tế sẽ có nhiều rủi ro nếu không muốn nói là không có khả năng thanh toán. Chính vì vậy, mặc dù hệ số này cao nhưng kết cấu tài sản lưu động của doanh nghiệp còn chưa hợp lý. Cuối năm 2011 tổng tài sản lưu động của công ty là 13.581.601.973 đồng thì vốn bằng tiền là 888.611.401 đồng chiếm 6,54% các khoản phải thu là 7.971.887.064 đồng chiếm 58,7%, hàng tồn kho là 4.425.155.195 đồng chiếm 32,6%, tài sản lưu động khác là 295.948.313 đồng chiếm 2,16%. Như vậy trong kết cấu tài sản lưu động của Công ty cuối năm 2011 thì khoản phải thu chiếm tỷ trọng cao nhất và chiếm quá nửa tổng tài sản lưu động là 58,7% sau đó là hàng tồn kho chiếm 32,6%. Công ty cho khách hàng chiếm dụng vốn quá nhiều và để tỷ trọng hàng lưu kho quá cao, điều này sẽ rất rủi ro trong trường hợp công ty không có biện pháp để thu hồi nợ và không có chiến lược thúc đẩy việc tiêu thụ sản phẩm. Vì thế trong năm tới, công ty nên có chiến lược để thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm giảm tối đa hàng lưu kho tránh lượng hàng tồn kho nhiều gây ứ đọng vốn làm giảm khả năng thanh toán, và công ty cũng cần có biện pháp thu hồi công nợ của khách hàng để giảm rủi ro trong thanh toán.

2.3.2.2. Hệ số khả năng thanh toán nhanh

Hệ số khả năng thanh toán nhanh là một tiêu chuẩn khắt khe hơn về

khả năng thanh toán nợ ngắn hạn so với hệ số khả năng thanh toán tổng quát và hệ số khả năng thanh toán hiện thời. Bởi vì các tổ chức kinh tế bên ngoài đặc biệt là người cho vay, các đối tác, người bán sẽ luôn quan tâm xem tất cả các khoản nợ ngắn hạn, đến hạn yêu cầu được thanh toán ngay tại một thời điểm thì với tình hình tài chính của công ty hiện nay có đáp ứng được ngay yêu cầu đó hay không? Để trả lời cho câu hỏi này, ta xem xét khả năng thanh toán nhanh của công ty CP TM và PP Zinnia.

Nhìn vào bảng 2.6 thấy khả năng thanh toán nhanh của công ty ở năm 2010 là 39,59 có nghĩa là cứ 1 đồng vốn vay ngắn hạn thì có 39,59 đồng tài sản lưu động có khả năng đảm bảo thanh toán ngay nhưng cuối năm 2011, giảm so với năm 2010 là 31,46 đồng hệ số khả năng thanh toán nhanh năm 2011 là 8,13. Cũng như hệ số thanh toán hiện thời, hệ số này gần bằng 1 là tốt nhất nhưng vì ZD là công ty thương mại nên cần lượng vốn lưu động cao, vì thế với hệ số thanh toán 8,13 là khá cao và đảm bảo khả năng thanh toán nhanh. Tuy nhiên xét trong năm 2011 trong số tài sản lưu động của công ty dùng để đảm bảo thanh toán ngay thì các khoản phải thu chiếm 58,7% trong đó phải thu khách hàng chiếm tỷ trọng 80,76% trong các khoản phải thu. Nếu công ty phải thanh toán nợ ngắn hạn mà các khoản phải thu này không thu hồi được thì Công ty sẽ gặp khó khăn trong vấn đề thanh toán nhanh. Do đó Công ty cần phải có biện pháp tháo gỡ khó khăn này và cũng phải có biện pháp sử dụng vốn lưu động có hiệu quả để giải phóng tiền vốn đảm bảo khả năng thanh toán.

2.3.2.3. Hệ số khả năng thanh toán tức thời

Hệ số khả năng thanh toán tức thời của công ty vào cuối năm 2010 là 6,73 và cuối năm 2011 là 0,79, giảm 5,94 lần. Nguyên nhân của việc giảm khả năng thanh toán tức thời là do nợ ngắn hạn tăng 1.007.12.605 đồng, trong khi tiền mặt có tăng nhưng so với sự tăng của nợ ngắn hạn thì quá nhỏ, tăng

95.327.632 đồng. Hệ số này gần bằng 1 là tốt nhất tuy nhiên trong lĩnh vực thương mại thì con số này sẽ cao hơn với các loại hình doanh nghiệp khác. Vì vậy việc giảm khả năng thanh toán hiện thời là một bất lợi với công ty, và hệ số này khá thấp làm giảm lòng tin của khách hàng và các đối tác kinh tế khác đối với công ty. Tuy nhiên thì lượng tiền mặt công ty hiện đang nắm giữ cũng khá cao là một lợi thế với công ty vì khách hàng thường thích tiền mặt. Tuy nhiên, việc giữ tiền mặt lại làm giảm khả năng sinh lời của công ty trong khi công ty vẫn còn phải đi vay vốn để phục vụ cho hoạt động kinh doanh. Cho nên vấn đề đặt ra là công ty cần phải có chính sách hợp lý để tăng hiệu quả sử dụng vốn của công ty.

2.3.2.4. Hệ số khả năng thanh toán lãi vay

Bảng 2.7: Bảng so sánh lợi nhuận và lãi vay

Đơn vị: VNĐ

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2010	Chênh lệch	
			Số tiền	Tỉ lệ tăng, giảm
Lợi nhuận trước lãi vay và thuế	6.727.704.410	4.562.724.129	2.164.980.281	47
Số tiền lãi vay phải trả trong kì	736.894.512		736.894.512	1
Hệ số khả năng thanh toán lãi vay	9,13			9,13

(Nguồn số liệu: Phụ lục 2)

Qua bảng số liệu trên ta thấy năm 2010 không có khoản chi phí lãi vay, năm 2011 chi phí lãi vay là 736.894.512 đồng và hệ số khả năng thanh toán lãi vay là 9,13. Điều đó cho thấy mặc dù lợi nhuận trước lãi vay và thuế của công ty năm 2011 tăng 2.164.980.281 đồng so với năm 2010 tăng 47% nhưng

công ty phải đi vay để đảm bảo nguồn vốn kinh doanh.

Trong năm 2011 công ty phải đi vay để đảm bảo nguồn vốn kinh doanh chứng tỏ công ty đã không dự trù được lượng vốn cần trong sản xuất kinh doanh, điều này sẽ ảnh hưởng lớn đến lợi nhuận của công ty. Trong năm tới, công ty cần phải có các giải pháp để giảm khoản lãi vay này bằng cách huy động các nguồn tài trợ có lãi suất thấp, sử dụng tối ưu hiệu quả nguồn vốn đi vay vẫn đảm bảo đủ vốn phục vụ cho hoạt động kinh doanh của công ty.

Nhận xét chung

Nhìn chung những hệ số về khả năng thanh toán trên đều giảm mạnh thể hiện tình hình tài chính có nhiều biến động. Ngoài những nguyên nhân trực tiếp ở trên thì còn một số nguyên nhân chủ yếu của việc giảm mạnh các hệ số này như sau:

Thứ nhất, là do nền kinh tế chung của năm 2011 khó khăn hơn so với năm 2010 ví dụ như tỷ lệ lạm phát tăng hơn 18%, 79.000 doanh nghiệp đã giải thể theo thủ tục cũng ảnh hưởng nhiều đến sự biến đổi về tài chính đối với doanh nghiệp.

Thứ hai, nền kinh tế có nhiều biến động là nguyên nhân gián tiếp khiến Hội đồng quản trị không tái đầu tư khoản lợi nhuận sau thuế và lãi vay như năm 2010 làm cho lượng vốn của công ty cũng giảm nhiều. Như đã thấy thì năm 2011 công ty đã phải đi vay thêm vốn để đảm bảo cho hoạt động sản xuất kinh doanh.

Thứ ba, Công nợ của khách hàng tăng cao hay nói cách khác công ty bị chiếm dụng vốn cũng làm ảnh hưởng đến khả năng thanh toán của công ty.

Thứ tư, là do công ty đang tìm hiểu thêm một số loại sản phẩm hàng hóa mới nên phải trả trước cho người bán, điều này cũng làm ảnh hưởng đến khả năng thanh toán của doanh nghiệp.

2.3.3 Phân tích tình hình hoạt động

Xem xét các chỉ tiêu thuộc nhóm này sẽ cho thấy hiệu quả hoạt động của Công ty dưới góc độ mối quan hệ giữa doanh thu và các loại vốn. Mỗi đồng vốn bỏ ra đã mang lại bao nhiêu đồng doanh thu.

2.3.3.1. Số vòng quay hàng tồn kho và số ngày một vòng quay hàng tồn kho

Số vòng quay hàng tồn kho là một chỉ tiêu khá quan trọng trong việc đánh giá tình hình kinh doanh và tiêu thụ sản phẩm đặc biệt trong ngành thương mại. Số vòng quay hàng tồn kho càng lớn chứng tỏ việc sản xuất và tiêu thụ sản phẩm hàng hóa trong kỳ của Công ty là thuận lợi, hàng hóa không bị ứ đọng ở kho.

Sau đây ta đi xem xét vòng quay hàng tồn kho năm 2010 và năm 2011 của Công ty Cổ phần thương mại và Phân phối Zinnia:

* Năm 2010

$$\begin{aligned} \text{Giá trị hàng tồn kho bình quân} &= \frac{5.231.024.102 + 5.854.244.511}{2} \\ &= 5.542.634.306 \text{ đồng} \end{aligned}$$

$$\text{Số vòng quay hàng tồn kho} = \frac{33.678.491.766}{5.542.634.306} = 6,08 \text{ vòng}$$

$$\text{Số ngày một vòng quay hàng tồn kho} = \frac{360}{6,08} = 59,25 \text{ ngày}$$

* Năm 2011

$$\begin{aligned} \text{Giá trị hàng tồn kho bình quân} &= \frac{5.854.244.511 + 4.425.155.195}{2} \\ &= 5.139.699.853 \text{ đồng} \end{aligned}$$

$$\text{Số vòng quay hàng tồn kho} = \frac{48.873.373.304}{5.139.699.853} = 9,51 \text{ vòng}$$

$$\text{Số ngày một vòng quay hàng tồn kho} = \frac{360}{9,51} = 37,86 \text{ ngày}$$

Theo kết quả trên thì vòng quay hàng tồn kho năm 2010 là 6,08 vòng có nghĩa là năm 2010 hàng tồn kho của công ty luân chuyển được 6,08 vòng. Đến năm 2011 hàng tồn kho của công ty luân chuyển được 9,51 vòng tăng 3,43 vòng so với năm 2010. Số ngày một vòng quay hàng tồn kho giảm từ 59,25 ngày xuống còn 37,86 ngày, giảm 21,39 ngày.

Công ty Cổ phần Thương mại và Phân phối Zinnia là công ty có số vòng quay hàng tồn kho và số ngày một vòng quay hàng tồn kho là tương đối ổn vì theo như tài liệu tham khảo thì chỉ số này càng cao càng tốt, cao chứng tỏ công ty đầu tư cho hàng tồn kho thấp nhưng vẫn đạt được doanh số cao. Tuy nhiên công ty vẫn nên cố gắng duy trì vòng quay hàng tồn kho lên, điều đó sẽ làm tăng hiệu quả kinh doanh của công ty.

2.3.3.2. Vòng quay các khoản phải thu

Hiện nay trong số tài sản lưu động có khả năng chuyển đổi thành tiền của Công ty thì số dư các khoản phải thu chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng tài sản lưu động. Cụ thể như sau:

$$\text{* Năm 2010} \quad \text{Số dư bình quân các khoản phải thu} = \frac{4.124.506.258 + 3.839.899.815}{2}$$

$$= 3.703.174.151 \text{ đồng}$$

$$\text{Vòng quay các khoản phải thu} = \frac{44.987.397.218}{3.703.174.151}$$

$$= 12,15 \text{ vòng}$$

$$\text{* Năm 2011} \quad \frac{3.839.899.815 + 7.971.887.064}{2}$$

Số dư bình quân các khoản phải thu =

$$= 5.905.893.440 \text{ đồng}$$

$$\text{Vòng quay các khoản phải thu} = \frac{65.657.462.922}{5.905.893.440}$$

$$= 11,12 \text{ vòng}$$

Theo kết quả tính toán ở trên vòng quay các khoản phải thu của Công ty năm 2011 là 11,12 vòng nghĩa là tốc độ chuyển đổi của các khoản phải thu trong năm là 11,12 vòng. So với năm 2010 số vòng quay các khoản phải thu đã giảm tương đối mạnh là 1,03 vòng. Vì vậy công ty cần có biện pháp đẩy mạnh tốc độ tăng vòng quay các khoản phải thu trong thời gian tới để tránh tình trạng ứ đọng vốn và mất đi khả năng sinh lời.

Để hiểu rõ hơn ta đi xem xét, phân tích bảng sau:

Bảng 2.8: Cơ cấu các khoản phải thu của công ty năm 2010, 2011

Đơn vị: VNĐ

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2011		Chênh lệch	
	Số tiền (Đồng)	%	Số tiền (Đồng)	%	Số tiền (Đồng)	%
Các khoản phải thu	3.839.899.815		7.971.887.064		4.131.987.249	
1. Phải thu khách hàng	3.281.842.044	85,47	6.438.389.428	80,76	3.156.547.384	(4,71)
2. Trả trước cho người bán	256.453.605	6,68	1.445.239.602	18,13	1.188.785.997	11,45
3. Các khoản phải thu khác	301.604.166	7,85	88.258.034	1,11	(213.346.132)	(6,74)

(Nguồn số liệu: Phụ lục 1)

Theo bảng trên năm 2010 tỷ lệ phải thu khách hàng trên tổng các khoản phải thu chiếm tỷ trọng cao nhất là 85,47%, tiếp đó là các khoản trả trước cho người bán chiếm 7,85%, cuối cùng là phần trả trước cho người bán chiếm 6,68%.

Năm 2011, khoản phải thu khách hàng vẫn chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng các khoản phải thu của công ty, chiếm 80,76%, tiếp đó là khoản trả trước cho người bán chiếm 18,13%, cuối cùng là các khoản phải thu khác chiếm 1,11%.

So sánh hai năm 2011 và năm 2010, các khoản phải thu tăng 4.131.987.249 đồng, trong đó các khoản phải thu tăng 3.156.547.384 đồng, trả trước cho người bán tăng 1.188.785.997 đồng, các khoản phải thu khác giảm 213.346.132 đồng. Như vậy, các khoản phải thu của khách hàng tăng đã làm cho những chỉ số của khả năng thanh toán giảm. Điều này làm cho công ty bị ứ đọng vốn và bị chiếm dụng vốn, vì vậy trong thời gian tới công ty cần có những biện pháp để thu hồi nợ tránh tình trạng bị chiếm dụng vốn như hiện nay.

2.3.3.3. Kỳ thu tiền trung bình

$$\begin{aligned} & \text{*Năm 2010} \\ \text{Kỳ thu tiền bình quân} &= \frac{360}{12,15} = 29,63 \text{ ngày} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} & \text{* Năm 2011} \\ \text{Kỳ thu tiền bình quân} &= \frac{360}{11,12} = 32,37 \text{ ngày} \end{aligned}$$

Trong quá trình hoạt động kinh doanh việc phát sinh các khoản phải thu, phải trả là tất yếu. Vì vậy các nhà quản trị của doanh nghiệp rất quan tâm đến thời gian thu hồi các khoản phải thu và chỉ tiêu kỳ thu tiền trung bình ra đời với mục đích thông tin về khả năng thu hồi vốn trong thanh toán. Chỉ tiêu này là nghịch đảo của chỉ tiêu vòng quay các khoản phải thu. Theo kết quả

tính toán ở trên thì vòng quay của Công ty giảm từ 12,15 vòng xuống 11,12 vòng năm 2011 làm cho kỳ thu tiền trung bình tăng từ 29,63 ngày lên thành 32,37 ngày, vẫn khá dài nhất là đối với công ty thương mại cần quay vòng vốn nhanh. Do vậy vốn của Công ty bị ứ đọng nhiều trong khâu thanh toán, bị khách hàng chiếm dụng vốn nhiều. Điều này một phần là do trong năm 2011 nền kinh tế khó khăn chung làm cho khách hàng đôi khi không đủ tiền để thanh toán ngay, ngoài ra còn do chính sách thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm nên khoản phải thu của công ty lớn. Vì thế trong năm tới công ty cần xử lý linh hoạt giữa việc thu hồi nợ và chính sách tín dụng với khách hàng để giảm số vốn bị chiếm dụng tới mức thấp nhất.

2.3.3.4. Vòng quay vốn lưu động và số ngày một vòng quay vốn lưu động

$$\begin{aligned} & * \text{ Năm 2010} \\ \text{Vốn lưu động bình quân} &= \frac{9.785.645.823 + 10.520.513.763}{2} \end{aligned}$$

$$= 10.198.079.793 \text{ đồng}$$

$$\text{Vòng quay vốn lưu động} = \frac{44.987.397.218}{10.198.079.793}$$

$$= 4,41 \text{ vòng}$$

$$\text{Số ngày một vòng quay vốn lưu động} = \frac{360}{4,41} = 81,63 \text{ ngày}$$

$$\begin{aligned} & * \text{ Năm 2011} \\ \text{Vốn lưu động bình quân} &= \frac{10.520.513.763 + 13.581.601.973}{2} \end{aligned}$$

$$= 12.051.057.868 \text{ đồng}$$

$$\text{Vòng quay vốn lưu động} = \frac{65.657.462.922}{12.051.057.868}$$

$$= 5,45 \text{ vòng}$$

$$\text{Số ngày một vòng quay vốn lưu động} = \frac{360}{5,45} = 80,9 \text{ ngày}$$

Ta thấy vòng quay vốn lưu động năm 2011 của công ty là 5,45 vòng. Điều đó có nghĩa là trong năm 2011 Công ty cứ đầu tư 1 đồng vốn lưu động thì tạo ra được 5,45 đồng doanh thu thuần, số vòng quay này so với năm 2010 tăng 1,04 vòng, mặc dù công ty kinh doanh trong lĩnh vực thương mại nhưng chỉ số này là khá cao. Điều này có nghĩa là trong năm 2011 công ty đã sử dụng vốn lưu động hiệu quả hơn, tiết kiệm hơn so với năm 2010. Số ngày một vòng quay vốn lưu động năm 2011 cũng đã giảm hơn so với năm 2010 là 0,73 vòng. Điều đó chứng tỏ sản phẩm của công ty cũng như uy tín của công ty đối với khách hàng ngày một tăng.

2.3.3.5. Vòng quay toàn bộ vốn

Chỉ tiêu này có thể cho chúng ta biết rằng 1 đồng vốn sản xuất bình quân thì đem lại bao nhiêu đồng doanh thu và là chỉ tiêu đo lường hiệu quả sử dụng vốn trong kỳ. Sau đây chúng ta xem xét chỉ tiêu này của Công ty CP TM và PP Zinnia.

*** Năm 2010**

$$\text{Vốn kinh doanh bình quân} = \frac{9.549.721.546 + 10.722.684.866}{2}$$

$$= 10.136.203.206 \text{ đồng}$$

$$\text{Vòng quay toàn bộ vốn} = \frac{44.987.397.218}{10.136.203.206}$$

$$= 4,44 \text{ vòng}$$

*** Năm 2011**

$$\text{Vốn kinh doanh bình quân} = \frac{10.722.684.866 + 13.766.366.765}{2}$$

$$= 12.244.525.816 \text{ đồng}$$

$$\text{Vòng quay toàn bộ vốn} = \frac{65.657.462.922}{12.244.525.816}$$

$$= 5,36 \text{ vòng}$$

Trong năm 2011 thì cứ 1 đồng vốn sản xuất kinh doanh bình quân của công ty thì đem lại 5,36 đồng doanh thu và chỉ tiêu này tăng so với năm 2010 là 0,92 vòng nghĩa là 1 đồng vốn sử dụng trong năm 2011 tạo ra được nhiều hơn năm 2010 là 0,92 đồng doanh thu. Một doanh nghiệp có số vòng quay vốn càng cao thì doanh nghiệp được coi là sử dụng vốn hiệu quả. Qua số liệu trên ta thấy vòng quay sử dụng vốn của công ty tương đối ổn định và có tăng so với năm trước, điều đó chứng tỏ công ty đã sử dụng đồng vốn cũng ở mức tăng ổn định nhất là trong giai đoạn nền kinh tế có nhiều biến động như thời điểm năm 2011.

2.3.4. Phân tích khả năng sinh lợi

2.3.4.1. Phân tích chi phí và doanh thu

Bảng 2.9: Bảng tình hình biến động của giá, chi phí giá vốn, chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp

Đơn vị: VNĐ

Chỉ tiêu	2010	2011	Chênh lệch	
			Số tiền	%
1. Doanh thu thuần (DTT)	44.987.397.218	65.657.462.922	20.670.065.704	-45,95
2. Chi phí giá vốn	33.678.491.766	48.873.373.404	15.194.881.538	45,12
3. Chi phí bán	2.423.574.608	4.951.985.619	2.528.411.011	104,33

hàng				
4. Chi phí quản lý doanh nghiệp	4.374.581.577	5.177.706.530	803.124.953	18,36
5. Giá vốn hàng bán/DTT	74,48%	74,44%		
6. Chi phí bán hàng/DTT	5,39%	7,54%		
7. Chi phí quản lý DN/DTT	9,72%	7,88%		

(Nguồn số liệu: Phụ lục 2)

a. Giá vốn hàng bán

Chi phí giá vốn của công ty bao gồm: giá CIF hàng hóa nhập về, thuế nhập khẩu, chi phí vận chuyển hàng hóa phát sinh trong quá trình vận chuyển về kho, và các chi phí khác.

Nhìn vào bảng số liệu trên ta thấy từ năm 2010 đến năm 2011 giá vốn hàng bán tăng nhanh. Năm 2011 giá vốn hàng bán là 48.873.373.404 đồng, tăng 45,12% so với năm 2010, nhưng tỷ trọng giá vốn hàng bán trong doanh thu thuần khá ổn định, chỉ giảm 0,04%.

Nguyên nhân của việc giá vốn hàng bán tăng là do doanh thu bán hàng của công ty tăng 45,95%. Sự gia tăng này không phải thể hiện trong việc giảm chi phí kém hiệu quả mà là do trong năm 2011 có sự gia tăng trong doanh thu bán hàng. Để đáp ứng yêu cầu của khách hàng, công ty bắt buộc phải nhập thêm hàng hóa dẫn đến giá vốn hàng bán tăng.

Tỷ trọng giá vốn hàng bán so với doanh thu lại khá ổn định, chỉ giảm 0,04%. Nguyên nhân là do tỷ giá năm 2010 và năm 2011 không có sự biến động nhiều.

b. Chi phí bán hàng

Chi phí bán hàng phát sinh ở công ty Cổ phần Thương mại và phân phối Zinnia bao gồm:

- ✓ Chi phí nhân viên bán hàng: các khoản tiền lương phải trả cho nhân viên bán hàng, nhân viên đóng gói, bảo quản sản phẩm, hàng hóa, nhân viên vận chuyển hàng đi tiêu thụ và các khoản trích bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, kinh phí công đoàn.
- ✓ Chi phí vật liệu bao bì phục vụ cho việc đóng gói sản phẩm, bảo quản sản phẩm, chi phí nhiên liệu để vận chuyển sản phẩm, hàng hóa đi tiêu thụ, chi phí phụ tùng thay thế sửa chữa TSCĐ cho bộ phận bán hàng.
- ✓ Chi phí dụng cụ, đồ dùng phục vụ cho bộ phận bán hàng như các dụng cụ đo lường, bàn ghế, máy tính cá nhân.
- ✓ Chi phí dịch vụ mua ngoài phục vụ cho bộ phận bán hàng như: chi phí điện, nước, điện thoại, chi phí sửa chữa TSCĐ, tiền thuê kho bãi, tiền thuê bốc vác vận chuyển hàng hóa đi tiêu thụ, chi phí hoa hồng phải trả cho đại lý các đơn vị nhận ủy thác xuất khẩu.
- ✓ Chi phí khác bằng tiền đã chi ra để phục vụ cho hoạt động bán hàng như: chi phí giới thiệu sản phẩm, hàng hóa, chi phí chào hàng, quảng cáo, chi phí tiếp khách cho bộ phận bán hàng, chi phí tổ chức hội nghị khách hàng, chi phí bảo hành sản phẩm.

Chỉ qua 2 năm nhưng chi phí bán hàng của công ty đã tăng đột biến. Cụ thể là năm 2010 chi phí bán hàng là 2.423.574.608 đồng, năm 2011 là 4.951.985.619 đồng, tăng 2.528.411.011 đồng tương đương với 104,33%. Tỷ trọng chi phí bán hàng so với doanh thu thuần từ năm 2010 lên năm 2011 tăng 2,15%. Nguyên nhân của việc tăng chi phí bán hàng đột biến trong năm qua là do nền kinh tế có nhiều biến động, để đạt được doanh thu mục tiêu và tăng mạnh như trên, doanh nghiệp đã phải đầu tư khá nhiều cho kênh bán hàng như chi phí marketing, làm chương trình khuyến mại, các chính sách nhằm thu hút khách hàng mới đồng thời đẩy mạnh bán hàng cho những khách hàng cũ.

c. Chi phí quản lý doanh nghiệp

Chi phí doanh nghiệp của công ty bao gồm:

- ✓ Chi phí nhân sự quản lý: các khoản tiền lương phải trả cho nhân viên quản lý, và các khoản trích bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, kinh phí công đoàn.
- ✓ Chi phí đào tạo nhân viên: đào tạo về kỹ năng, nghiệp vụ, đào tạo về sản phẩm mới.
- ✓ Chi phí dụng cụ, đồ dùng phục vụ cho bộ phận quản lý như các dụng cụ đo lường, bàn ghế, máy tính cá nhân.
- ✓ Chi phí dịch vụ mua ngoài phục vụ cho bộ phận quản lý như: chi phí điện, nước, điện thoại, chi phí sửa chữa TSCĐ.
- ✓ Chi phí khác bằng tiền đã chi ra để phục vụ cho hoạt động bán hàng như: chi phí tiếp khách, ngoại giao.

Qua bảng 2.9 ta thấy, năm 2011 chi phí quản lý doanh nghiệp của công ty là 5.177.706.530 đồng, tăng 803.124.953 đồng tương đương 18,36%. Chi phí quản lý của công ty năm 2011 tăng khá cao so với năm 2010. Lý giải cho sự tăng lên của chi phí quản lý doanh nghiệp là do năm 2011 công ty đã mở rộng thị trường để thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm nên đã tuyển dụng thêm nhân sự đồng thời đã mở những lớp đào tạo nghiệp vụ cho nhân viên, các khóa học nâng cao năng lực quản lý và bán hàng. Ngoài ra công ty cũng đã đầu tư thêm cho nhân viên bán hàng trang thiết bị mới để phục vụ cho việc bán hàng tốt hơn.

d. Phân tích doanh thu bán hàng, cung cấp dịch vụ và doanh thu khác

Mặc dù trong thời kỳ 2010 – 2011 nền kinh tế của Việt Nam gặp khó khăn nhưng doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ qua 2 năm ta thấy vẫn tăng khá mạnh. Qua bảng trên ta thấy tình hình kinh doanh của công ty có sự biến đổi lớn. Cụ thể, doanh thu năm 2011 tăng đột biến từ 44.987.397.218 lên 44.987.397.218, tăng 20.670.065.704 tức là tăng 45,95% so với năm 2011, đây là tốc độ tăng trưởng tương đối cao. Sở dĩ doanh thu của công ty tăng trưởng mạnh như vậy là do năm 2011 công ty đã mở rộng thị trường mới, đồng thời vẫn có những chính sách ưu đãi với thị trường cũ, tuyển dụng thêm

nhân sự, đào tạo bồi dưỡng nhân sự, đầu tư trang thiết bị. Đây cũng là dấu hiệu tốt cho thấy sản phẩm của công ty ngày càng có uy tín trên thị trường, nâng cao vị thế cạnh tranh trong ngành trên thị trường.

Doanh thu hoạt động tài chính và doanh thu từ hoạt động khác của công ty chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng doanh thu của công ty.

2.3.4.2. Phân tích tỷ suất sinh lợi

Như ta đã biết với bất cứ một doanh nghiệp nào thì mục tiêu cuối cùng đó là lợi nhuận. Lợi nhuận là một chỉ tiêu tài chính tổng hợp phản ánh hiệu quả toàn bộ quá trình đầu tư kinh doanh, tiêu thụ sản phẩm và những giải pháp kỹ thuật, quản lý kinh tế tại doanh nghiệp. Để hiểu rõ hơn điều này ta đi phân tích tỷ suất sinh lợi của doanh nghiệp được thể hiện qua một số chỉ tiêu dưới đây:

a. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu – ROS

Để xem xét chỉ tiêu này, ta đi xem xét bảng chỉ tiêu dưới đây:

Bảng 2.10: Bảng phân tích tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu

Đơn vị: VNĐ

Chỉ tiêu	2010	2011	Chênh lệch	
			Số tiền	%
Doanh thu thuần	44.987.397.218	65.657.462.922	20.670.065.704	45,95
Lợi nhuận sau thuế	4.562.724.129	5.990.809.898	1.428.085.769	31,2
Tỷ suất lợi nhuận/Doanh thu	10,14%	9,12%		

(Nguồn số liệu: Phụ lục 2)

Năm 2011, tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu là 9,12% tức là cứ 100 đồng doanh thu thuần thì đem lại 9,12 đồng lợi nhuận. Mặc dù so với năm 2010, năm 2011 lợi nhuận sau thuế tăng 1.428.085.769 đồng nhưng tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu lại giảm 1,02%. Tỷ suất lợi nhuận giảm điều này chứng tỏ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp đang có chiều hướng đi xuống, doanh nghiệp cần có những định hướng và chính sách để tăng tỷ suất lợi nhuận.

b. Tỷ suất lợi nhuận trên vốn lưu động

Bảng 2.11: Bảng phân tích lợi nhuận trên vốn lưu động

Đơn vị: VNĐ

Chỉ tiêu	2010	2011	Chênh lệch	
			Số tiền	%
Vốn lưu động	10.520.513.763	13.581.601.973	3.061.088.210	29,1
Lợi nhuận sau thuế	4.562.724.129	5.990.809.898	1.428.085.769	31,2
Tỷ suất lợi nhuận trên vốn lưu động	43,37%	44,11%		

(Nguồn số liệu: Phụ lục 1, phụ lục 2)

Trong năm 2011, cứ 100 đồng vốn lưu động thì tạo ra 44,11 đồng lợi nhuận sau thuế, so với năm 2010 thì công ty sử dụng vốn lưu động hiệu quả hơn, bằng chứng là tỷ suất lợi nhuận trên vốn lưu động năm 2011 tăng 0,74%.

Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn lưu động của công ty tăng, mặc dù tăng nhẹ nhưng cũng phản ánh được hiệu quả sản xuất của công ty tăng, ổn định nhất là trong giai đoạn nền kinh tế khó khăn như năm 2011.

c. Phân tích khả năng sinh lời qua phương trình Dupont

Doanh lợi vốn chủ sở hữu phản ánh khả năng sinh lời của vốn chủ sở hữu và được các nhà đầu tư đặc biệt quan tâm khi họ quyết định bỏ vốn đầu tư vào Công ty. Tăng mức tỷ suất lợi nhuận vốn chủ sở hữu là một trong những mục tiêu quan trọng hàng đầu của hoạt động quản trị tài chính doanh nghiệp. Bởi vì bất cứ doanh nghiệp nào thì mục tiêu cuối cùng là tạo ra càng nhiều lợi nhuận cho chủ doanh nghiệp thì càng tốt. Do đó chỉ tiêu này nhằm đánh giá mức độ tạo ra lợi nhuận ròng cho chủ sở hữu doanh nghiệp.

Phân tích khả năng sinh lời qua phương trình Dupont thực chất chính là phân tích khả năng sinh lời của vốn chủ sở hữu, đây là tiêu chuẩn phổ biến nhất người ta dùng để đánh giá tình hình hoạt động tài chính của doanh nghiệp. Việc phân tích dựa vào phương trình Dupont sẽ giúp ta kết hợp đánh

giá tổng hợp khả năng sinh lời của doanh nghiệp, đồng thời giúp ta đề xuất những biện pháp để gia tăng suất sinh lời của vốn chủ sở hữu.

$$ROE = \frac{LNST}{VCSH} = \frac{LNST}{TTS} \times \frac{TTS}{VCSH} = ROA \times EM$$

$$ROA = \frac{LNST}{TTS} = \frac{LNST}{DT} \times \frac{DT}{TTS} = PM \times AU$$

$$ROE = PM \times AU \times EM$$

Bảng 2.12: Chỉ số đánh giá ảnh hưởng các chỉ tiêu trên doanh thu

Đơn vị: VNĐ

Chỉ tiêu	2010	2011	Chênh lệch	
			Số tiền	%
1. Lợi nhuận sau thuế	4.562.724.129	5.990.809.898	1.428.085.769	31,2
2. Doanh thu	44.987.397.218	65.657.462.922	20.670.065.704	45,95
3. Tổng tài sản	10.722.684.866	13.766.366.765	3.043.681.899	-28,39%
4. Vốn chủ sở hữu	10.562.724.129	10.053.534.027	509.190.102	-4,82%
5. ROE (1/4)	43,20%	59,59%		
6. PM ((1/2)	10,14%	9,12%		
7. AU (2/3)	4,20	4,77		
8. EM (3/4)	1,02	1,37		

(Nguồn số liệu: Phụ lục 1, Phụ lục 2)

Áp dụng mô hình Dupont phân tích chỉ tiêu lợi nhuận trên vốn Chủ sở hữu

- * Để đánh giá chỉ tiêu ROE trước hết ta cần xác định đối tượng phân tích:

$$\begin{aligned} \Delta ROE &= ROE_{2011} - ROE_{2010} \\ &= 59,59\% - 43,20\% \\ &= 16,39\% \end{aligned}$$

* Xác định nhân tố ảnh hưởng: tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu, hệ số vòng quay tổng tài sản, tỷ lệ Vốn chủ sở hữu:

- Ảnh hưởng của tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu:

$$\begin{aligned}\Delta PM &= PM_{2011} \times AU_{2010} \times EM_{2010} - PM_{2010} \times AU_{2010} \times EM_{2010} \\ &= PM_{2011} \times AU_{2010} \times EM_{2010} - ROE_{2010} \\ &= 9,12\% \times 4,2 \times 1,02 - 43,20\% \\ &= -4,13\%\end{aligned}$$

- Ảnh hưởng của vòng quay tổng tài sản:

$$\begin{aligned}\Delta AU &= PM_{2011} \times AU_{2011} \times EM_{2010} - PM_{2011} \times AU_{2010} \times EM_{2010} \\ &= PM_{2011} \times AU_{2010} \times EM_{2011} - ROE_{2010} \\ &= 9,12\% \times 1,02 \times (4,77 - 4,2) \\ &= 5,30\%\end{aligned}$$

- Ảnh hưởng của tỷ lệ vốn chủ sở hữu

$$\begin{aligned}\Delta EM &= PM_{2011} \times AU_{2011} \times EM_{2011} - PM_{2011} \times AU_{2011} \times EM_{2010} \\ &= ROE_{2011} - PM_{2011} \times AU_{2011} \times EM_{2010} \\ &= 59,59\% - 9,12\% \times 4,77\% \times 1,02\% \\ &= 15,22\%\end{aligned}$$

Tổng hợp ảnh hưởng các nhân tố:

$$\begin{aligned}\Delta ROE &= 15,22\% + 5,30\% - 4,13\% \\ &= 16,39\%\end{aligned}$$

Áp dụng mô hình Dupont phân tích chỉ tiêu lợi nhuận trên vốn Chủ sở hữu

* Để đánh giá chỉ tiêu ROE trước hết ta cần xác định đối tượng phân tích:

$$\begin{aligned}\Delta ROE &= ROE_{2011} - ROE_{2010} \\ &= 59,59\% - 43,20\%\end{aligned}$$

$$= 16,39\%$$

* Xác định nhân tố ảnh hưởng: tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu, hệ số vòng quay tổng tài sản, tỷ lệ Vốn chủ sở hữu:

- Ảnh hưởng của tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu:

$$\begin{aligned}\Delta PM &= PM_{2011} \times AU_{2010} \times EM_{2010} - PM_{2010} \times AU_{2010} \times EM_{2010} \\ &= PM_{2011} \times AU_{2010} \times EM_{2010} - ROE_{2010} \\ &= 9,12\% \times 4,2 \times 1,02 - 43,20\% \\ &= -4,13\%\end{aligned}$$

- Ảnh hưởng của vòng quay tổng tài sản:

$$\begin{aligned}\Delta AU &= PM_{2011} \times AU_{2011} \times EM_{2010} - PM_{2011} \times AU_{2010} \times EM_{2010} \\ &= PM_{2011} \times AU_{2010} \times (EM_{2011} - ROE_{2010}) \\ &= 9,12\% \times 1,02 \times (4,77 - 4,2) \\ &= 5,30\%\end{aligned}$$

- Ảnh hưởng của tỷ lệ vốn chủ sở hữu

$$\begin{aligned}\Delta EM &= PM_{2011} \times AU_{2011} \times EM_{2011} - PM_{2011} \times AU_{2011} \times EM_{2010} \\ &= ROE_{2011} - PM_{2011} \times AU_{2011} \times EM_{2010} \\ &= 59,59\% - 9,12\% \times 4,77\% \times 1,02\% \\ &= 15,22\%\end{aligned}$$

Tổng hợp ảnh hưởng các nhân tố:

$$\begin{aligned}\Delta ROE &= 15,22\% + 5,30\% - 4,13\% \\ &= 16,39\%\end{aligned}$$

Như vậy so với năm 2010 thì năm 2011 tỷ suất lợi nhuận trên vốn Chủ sở hữu tăng 16,39%. Nguyên nhân là do:

Ảnh hưởng của hệ số vốn chủ sở hữu giảm 4,13%. Mặc dù tỷ lệ vốn chủ sở hữu giảm 509.190.102 đồng nhưng tổng tài sản của công ty so với cuối năm trước tăng 3.043.681.899 đồng làm cho hệ số này giảm như vậy

Hệ số vòng quay tài sản tăng làm cho ROE năm 2011 tăng so với năm 2010 là 5,30%

Ảnh hưởng của tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu làm cho cho ROE năm 2011 tăng 15,22%, đây là nhân tố ảnh hưởng lớn nhất làm cho ROE tăng như vậy. Mặc dù hệ số vốn chủ sở hữu giảm nhưng hệ số vòng quay tài sản, tỷ suất lợi nhuận lại tăng đặc biệt là tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu tăng khá cao nên làm cho ROE tăng tới 16,39%.

Thông qua phương trình Dupont giúp ta xác định mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến sự biến động của ROE.

2.3.5. Phân tích triển vọng

Để phân tích triển vọng của công ty ta xét bảng sau:

Bảng 2.13: Dự đoán doanh thu chi phí năm 2012, 2013

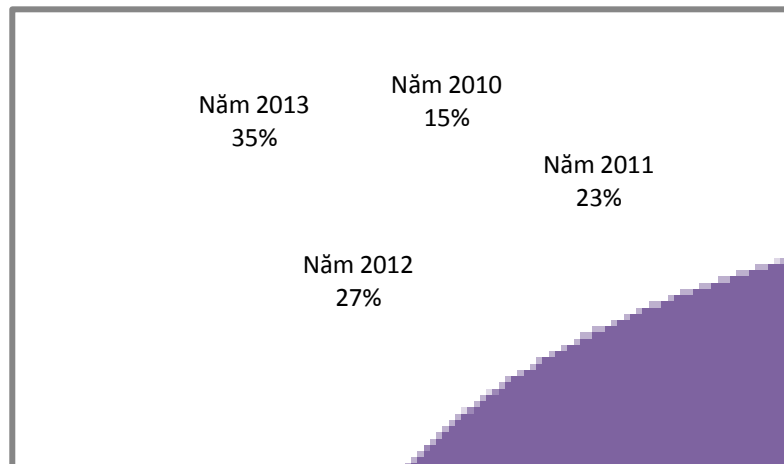
Đơn vị: VNĐ

2010	2,011	Tăng trưởng 2011		Dự đoán tăng trưởng 2012		2012	Dự đoán năm 2013	
		Số tiền	%	Số tiền	%		%	Số tiền
397.218	65.657.462.922	20.670.065.704	46	13.131.492.584	20	78.788.955.506	27	22.060.907.542
24.129	5.990.809.898	1.428.085.769	31,3	748.851.237	12,5	6.739.661.135	21	1.347.932.227
491.766	48.873.373.304	15.194.881.538	45,1	9.774.674.661	20	58.648.047.965	28	15.248.492.471
74.608	4.951.985.619	2.528.411.011	104	1.980.794.248	40%	6.932.779.867	30	2.079.833.960
81.577	5.177.706.530	803.124.953	18,4	517.770.653	10%	5.695.477.183	10	569.547.718

(Nguồn: Phòng kế toán – tài chính ZD)

2.3.5.1. Doanh thu

Ta xét biểu đồ sau:



Hình 2.7: Doanh thu 2010, 2011, dự đoán 2012, 2013

(Nguồn: Bảng 2.13)

Thông qua biểu đồ trên ta thấy tăng trưởng doanh thu qua các năm có nhiều biến động rõ rệt. Ở đây, ta phân tích báo cáo tài chính qua hai năm 2011 và năm 2010, kế hoạch kinh doanh để dự đoán doanh thu trong năm 2012, 2013. Ta thấy doanh thu năm 2011 so với năm 2010 tăng rất cao 45,95% nhất là đối với tình hình kinh tế trong giai đoạn có nhiều biến động. Ở đây có thể nói doanh thu của công ty qua 2 năm gia tăng là do công ty đã chú trọng đầu tư vào mạng lưới phân phối với việc mở thêm showroom bán hàng và giới thiệu sản phẩm, đồng thời ngày càng mở rộng phân phối sản phẩm tới tất cả các tỉnh thành trên cả nước. Ngoài ra, công ty cũng đã đầu tư cho kế hoạch chiến lược marketing hiệu quả với những chương trình khuyến mại, quảng cáo, đào tạo kỹ năng cũng như kiến thức cho nhân viên kinh doanh để hỗ trợ cho việc bán hàng tạo doanh thu cho công ty. Qua con số tăng trưởng ở trên chứng tỏ công ty đã có những chiến lược phát triển và tiêu thụ sản phẩm khá tốt.

Hiện nay con người ngày càng quan tâm nhiều hơn đến vẻ đẹp và sức khỏe, mặt khác dân số của Việt Nam ngày càng gia tăng, nhu cầu của người dân ngày tăng cao. Người tiêu dùng ngày càng hiểu biết và thông minh hơn khi lựa chọn sản phẩm, họ có nhiều thay đổi trong lựa chọn sản phẩm. Các sản phẩm cao cấp ngày càng được tiêu thụ mạnh do mức sống và thu nhập của người dân ngày càng được cải thiện. Người tiêu dùng có xu hướng lựa chọn nhiều sản phẩm uy tín, đảm bảo nhất là những sản phẩm về sức khỏe và làm đẹp, vì thế những sản phẩm được nhập khẩu hoàn toàn từ Mỹ, Pháp mà công ty phân phối được người tiêu dùng rất quan tâm.

Mặc dù hiện nay có rất nhiều các hãng mỹ phẩm hay thực phẩm chức năng có mặt tại thị trường Việt Nam, nhưng với những sản phẩm mà công ty phân phối có xuất xứ từ Châu Âu như Mỹ, Pháp tạo được rất nhiều uy tín và đảm bảo về chất lượng. Bằng chứng là đã có rất nhiều spa, trung tâm chăm sóc sắc đẹp, bệnh viện uy tín trên khắp cả nước đặc biệt là Hà Nội, Thành Phố Hồ Chí Minh tin dùng và được khách hàng đánh giá cao.

Do điều kiện nền kinh tế mở cửa, các tiêu chuẩn về thuế cũng ngày càng thông thoáng hơn. Chính những điều kiện này cũng làm cho hoạt động kinh doanh của công ty cũng phát triển hơn, giúp cho việc nhập hàng hóa thuận lợi hơn, hàng hóa được đảm bảo hơn, giúp cho doanh thu của công ty ổn định hơn.

Ngoài những thuận lợi cho sự phát triển trong hoạt động kinh doanh của công ty nêu trên, công ty cũng đã liên tục nghiên cứu và nhận phân phối cho nhiều nhãn hàng chất lượng khác. Năm 2012 công ty đã nghiên cứu và dự định sẽ là đại lý độc quyền tại Việt Nam cho một số mặt hàng khác như dòng sản phẩm trang điểm, cho mẹ và bé nhưng phù hợp hơn với túi tiền của người dân Việt Nam. Vì vậy theo kế hoạch kinh doanh của công ty trong năm tới doanh thu

lệch tỷ giá. Do đó theo kế hoạch kinh doanh của công ty dự đoán giá vốn hàng bán cũng sẽ tăng thêm khoảng 20% so với năm 2011, năm 2013 chi phí giá vốn tăng 28% so với năm 2012.

b. Chi phí quản lý doanh nghiệp

Chi phí quản lý doanh nghiệp được dự đoán trong kế hoạch kinh doanh năm 2012 của công ty là tăng 10% so với năm 2011. Chi phí này năm 2011 tăng 18,36% so với năm 2010. Sở dĩ của việc tăng này là do năm 2012 công ty sẽ nhập một số mặt hàng về để làm nhà phân phối độc quyền, vì vậy công ty sẽ phải mất chi phí lương cho nhân viên, và còn phải trích một khoản chi phí để đào tạo nhân sự. Ngoài ra còn những chi phí khác sẽ phát sinh như chi phí ngoại giao, tiếp khách, mua thêm tài sản, công cụ dụng cụ để phục vụ cho bộ phận quản lý để việc kinh doanh có hiệu quả hơn.

Năm 2013, chi phí quản lý dự đoán sẽ tăng 10% so với năm 2012 do chi phí quản lý chi ra để duy trì quản lý giúp công ty có thể hoàn thành doanh thu theo kế hoạch. Ngoài ra công ty cũng tiếp tục nghiên cứu những dòng sản phẩm phù hợp hơn với thị trường Việt Nam về cả giá cả lẫn chất lượng.

c. Chi phí bán hàng

Chi phí bán hàng năm 2011 tăng so với năm 2010 là 104,33%, nhưng năm 2012 chi phí bán hàng được dự đoán tăng 40% so với năm 2011, chênh lệch 64,33%, năm 2013 chi phí này sẽ tăng 30% so với năm 2012. Sở dĩ chi phí bán hàng năm 2011 tăng cao như thế một phần là do những chi phí chuẩn bị cho những dòng sản phẩm mới ra. Tuy nhiên đến năm 2012 dự đoán chi phí sẽ tăng thấp hơn, tăng khoảng 40% so với năm 2011. Việc tăng chi phí là do dự đoán năm 2011 do số lượng khách hàng tăng, vì thế những chi phí như chi phí giới thiệu sản phẩm, hàng hóa, chi phí tiếp khách của bộ phận bán hàng, chi phí tổ chức hội nghị khách hàng sẽ tăng dẫn đến chi phí bán hàng sẽ

tăng. Và đến năm 2013, sản phẩm đã được marketing rộng khắp thị trường Việt Nam do đó chi phí bán hàng dự đoán sẽ tiếp tục giảm.

2.3.5.3. Lợi nhuận

Lợi nhuận là phần mà được các nhà quản trị, các chủ thể kinh tế bên trong cũng như bên ngoài công ty quan tâm nhất vì đó là mục tiêu cuối cùng mà công ty muốn hướng đến. Sau khi phân tích doanh thu và một số chi phí chủ yếu ở trên, lợi nhuận của công ty được dự đoán tăng 12,5% so với năm 2011, trong khi đó lợi nhuận này của năm 2011 tăng 31,3% so với năm 2010. Sự tăng trưởng lợi nhuận của năm 2011 so với năm 2012 thấp hơn so với sự tăng trưởng lợi nhuận của năm 2011 so với năm 2010 mặc dù chi phí giảm rất nhiều so với năm trước là do thị trường của những sản phẩm cũ mà công ty phân phối gần như khá ổn định vì thế nếu tăng lên mạnh là điều rất khó. Đối với những sản phẩm mới doanh thu vẫn hạn chế vì sản phẩm mới tiếp cận thị trường, nên thị trường vẫn còn hạn chế. Dự đoán năm 2013 sẽ có doanh thu và lợi nhuận tăng mạnh trở lại, tăng 27% so với năm 2012.

2.4. Kết luận ưu nhược điểm về tài chính của ZD

2.4.1. Ưu điểm

**** Năng lực thanh toán***

Như phân tích ở trên, các số hệ số thanh toán ngắn hạn, hệ số thanh toán nhanh, hệ số thanh toán lãi vay mặc dù có nhiều biến động, tuy nhiên vẫn ở mức khá cao, điều đó chứng tỏ ZD có khả năng thanh toán đúng hạn và đầy đủ đối với các khoản vay cũng như công nợ khách hàng.

**** Tình hình hoạt động***

Vòng quay vốn lưu động, vòng quay toàn bộ vốn của công ty năm 2011 so với năm 2010 đều tăng, điều này chứng tỏ việc sử dụng vốn của công ty ngày càng hiệu quả hơn.

****Khả năng sinh lợi***

Năm 2011 là năm mà nền kinh tế có nhiều biến động, mặc dù vậy nhưng doanh thu của công ty tăng khá cao 45,95%, lợi nhuận sau thuế tăng 31,30%. Với con số này chứng minh tính ổn định về khả năng sinh lợi của công ty. Điều này cũng phần nào chứng minh được khả năng thanh toán và uy tín của công ty đối với các nhà đầu tư.

**** Năng lực kinh doanh***

Công ty phân phối những nhãn hàng liên quan đến sức khỏe và sắc đẹp, hơn nữa các sản phẩm này xuất xứ từ Châu Âu như Mỹ, Pháp, Thụy Điển có uy tín và đảm bảo về chất lượng. Đối với thị trường Việt Nam, các sản phẩm này cũng đã tạo được rất nhiều uy tín đối với phân khúc thị trường mà công ty lựa chọn, vì vậy lượng doanh thu tạo ra khá ổn định. Bên cạnh đó công ty cũng được nhiều hãng uy tín tìm đến để làm đối tác làm đại diện phân phối độc quyền tại Việt Nam, ngoài ra công ty cũng không ngừng tìm kiếm mở rộng thị trường cho những sản phẩm cũ và tạo những phân khúc thị trường mới cho những sản phẩm mới.

2.4.2. Nhược điểm

**** Năng lực thanh toán***

Các hệ số để đánh giá về năng lực thanh toán là khá cao và ổn định. Tuy nhiên hệ số thanh toán tức thời năm 2011 khá thấp so với ngành và giảm khá nhiều. Do đó công ty cần phải cân đối lượng tiền mặt sao cho phù hợp để đảm bảo thanh toán các khoản nợ tức thời.

**** Tình hình hoạt động***

Vòng quay hàng tồn kho tuy giảm nhưng vẫn ổn định và tương đối cao so với ngành. Bởi vì hàng tồn kho càng cao càng chứng tỏ chi phí lưu kho càng cao, điều đó ảnh hưởng đến lợi nhuận doanh nghiệp.

Tỷ lệ các khoản phải thu của khách hàng còn chiếm tỷ trọng tương đối

cao so với tổng các khoản phải thu. Điều này ảnh hưởng rất lớn đến nguồn vốn của công ty cũng như tăng khả năng rủi ro không thu hồi được công nợ trong kinh doanh .

Đối với công ty thương mại thì cần lượng tiền xoay vòng nhanh nhưng kỳ thu tiền trung bình của công ty khá dài.

*** *Năng lực sinh lợi***

Mặc dù doanh thu tăng nhưng chi phí bán hàng của công ty tăng 104,33%, nếu công ty không lập kế hoạch tốt và kiểm soát tốt về các khoản chi phí này sẽ ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động kinh doanh mà thể hiện trực tiếp trên lợi nhuận của doanh nghiệp.

*** *Năng lực kinh doanh***

Chi phí bán hàng năm 2011 tăng vọt ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận kinh doanh như phân tích ở phần trên nguyên nhân là do chi phí khuyến mại, chi phí quảng cáo để tiêu thụ sản phẩm. Tuy nhiên việc tiêu thụ sản phẩm phụ thuộc vào tình hình thị trường, nhưng phần lớn thông tin về thị trường lại không phải do bộ phận marketing nghiên cứu mà dựa vào thông tin bộ phận sale mang về, hơn nữa bộ phận sale chưa thực sự đủ những kỹ năng về thị trường nên sẽ khó tránh khỏi những rủi ro về thị trường.

Mặc dù sản phẩm của công ty phân phối đã tạo được lòng tin đối với khách hàng nhưng sản phẩm mà công ty phân phối giá cả còn khá cao, trong khi thu nhập của người dân còn thấp, nền kinh tế có nhiều biến động vì thế cũng sẽ bỏ qua nhiều phân khúc thị trường.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO TÀI CHÍNH CÔNG TY

3.1. Cải thiện công tác kế toán tài chính

3.1.1. Tính cấp thiết hoàn thiện công tác tài chính công ty

Khi xã hội ngày càng phát triển, nhu cầu tiêu dùng của khách hàng cũng ngày càng được nâng cao, thị trường ngày một mở rộng hơn để đáp ứng nhu cầu của khách hàng, từ đó đặt ra yêu cầu nâng cao chất lượng hoạt động và chất lượng ra quyết định của mỗi doanh nghiệp. Chính vì vậy mỗi doanh nghiệp luôn phải cố gắng hoàn thiện bộ máy của công ty nói chung và mỗi hoạt động nói riêng, trong đó có bộ máy kế toán tài chính và phân tích tài chính công ty.

Với bất kỳ doanh nghiệp nào thì bộ máy kế toán tài chính luôn có mối quan hệ mật thiết với tất cả các bộ phận khác tại doanh nghiệp vì thế tài chính kế toán còn được gọi là xương sống của doanh nghiệp. Để đánh giá hoạt động tài chính nói riêng cũng như hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nói chung chỉ có thể thông qua việc phân tích các chỉ tiêu tài chính và ảnh hưởng của các chỉ tiêu đó lên kết quả hoạt động kinh doanh. Ngoài ra thông qua các chỉ tiêu tài chính đó, công ty có thể nhận định được những ưu nhược điểm về tài chính, nguyên nhân và xu hướng của sự biến động các chỉ tiêu đó. Nhờ vậy, mà các nhà quản trị cũng nắm bắt được tình hình tài chính doanh nghiệp, căn cứ vào kế hoạch mục tiêu đề ra và kết quả phân tích để từ đó có những quyết định tác động nhằm phát huy những điểm tích cực, khắc phục những tồn tại, và có thể tối ưu hóa lợi nhuận, nâng cao giá trị doanh nghiệp.

Hơn nữa, kết quả phân tích còn cho phép cũng cho phép nhà quản trị có những dự báo về xu hướng phát triển của doanh nghiệp, đồng thời qua các chỉ

tiêu đó ta cũng có thể dự đoán được những rủi ro có thể xảy ra trong tương lai.

Với những lý luận trên chứng tỏ phân tích tài chính có vai trò hết sức quan trọng đối với doanh nghiệp. Nó không những giúp các đối tượng quan tâm đánh giá được kết quả hoạt động trong quá khứ, nhận thức được tình hình tài chính hiện tại mà còn giúp họ dự báo những xu hướng phát triển trong tương lai của doanh nghiệp. Trên cơ sở đó, họ sẽ có những quyết định và chiến lược thích hợp nhằm đạt được mục đích của mình. Với tầm quan trọng đó công ty cần sắp xếp bộ máy tài chính kế toán, lựa chọn phân tích các chỉ tiêu sao cho phù hợp với loại hình kinh doanh mà doanh nghiệp đang hoạt động kinh doanh. [9, 76-77]

3.1.2 Yêu cầu cơ bản của việc hoàn thiện tài chính doanh nghiệp

**** Tài chính phải đáp ứng được mục tiêu quản trị doanh nghiệp***

Mục tiêu quan trọng nhất của tài chính hay phân tích tài chính là giúp các đối tượng quan tâm, đặc biệt là các nhà quản lý nhận thức được tình hình tài chính của doanh nghiệp. Do đó, khi xây dựng các mục tiêu để phân tích tài chính doanh nghiệp phải luôn thể hiện được tính xác thực hiện trạng tài chính của doanh nghiệp, qua đó cung cấp đầy đủ kịp thời những thông tin tới các nhà quản lý.

**** Đảm bảo cung cấp trung thực chính xác kịp thời những thông tin tài chính cần thiết***

Hệ thống tài chính kế toán, cụ thể là chỉ tiêu phân tích tài chính sử dụng những thông tin tài chính và phi tài chính làm căn cứ. Thông tin cung cấp nếu được đảm bảo thì chỉ tiêu mới được tính toán chính xác, phân tích tài chính mới được sát thực. Do đó, công ty phải đặt ra yêu cầu phải hoàn thiện hệ thống cung cấp thông tin tài chính, cụ thể là bộ máy kế toán trong doanh nghiệp.

**** Phù hợp với pháp luật và chính sách quản lý của Nhà nước Việt Nam***

Hoạt động tài chính và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp chịu sự quản lý của nhà nước thông qua luật pháp mà cụ thể là các văn bản pháp lý, các chính sách quản lý... Do đó, hoàn thiện hệ thống chỉ tiêu phân tích tài chính trong doanh nghiệp luôn phải đảm bảo tuân thủ các quy định của pháp luật.

**** Phù hợp với thông lệ quốc tế***

Việt Nam đang hội nhập ngày càng sâu vào nền kinh tế thế giới nhất là đối với ZD hiện nay cũng đang làm việc với các đối tác nước ngoài. Vì vậy, hoạt động tài chính cũng như mọi hoạt động của các doanh nghiệp phải tuân thủ thông lệ quốc tế, nhằm tạo được uy tín đối với bạn hàng và nâng cao vị thế của công ty trên thị trường quốc tế. Vì những lý do đó, hoàn thiện hệ thống phân tích tài chính cũng phải phù hợp với thông lệ quốc tế. Hiện nay công ty cũng đã khẳng định vị trí của mình đối với các bạn hàng, trong năm vừa qua cũng đã có rất nhiều bạn hàng trên khắp các quốc gia muốn đặt vấn đề với công ty là nhà phân phối độc quyền cho sản phẩm của hãng tại thị trường Việt Nam.

**** Đảm bảo tính thống nhất nội dung, phương pháp và phạm vi tính toán***

Yêu cầu này nhằm đảm bảo tính có thể so sánh được giữa các kỳ phân tích cũng như có thể so sánh với các chỉ tiêu có liên quan. Điều này giúp tạo ra mối liên hệ giữa cùng một chỉ tiêu qua các kỳ và mối liên hệ giữa các chỉ tiêu khác nhau nhằm tạo ra một hệ thống phản ánh đầy đủ thực trạng hoạt động tài chính tại doanh nghiệp.

**** Phù hợp với đặc điểm và tiêu chí hoạt động của doanh nghiệp***

Mỗi doanh nghiệp có những đặc trưng riêng nhất định, vì vậy xây dựng hệ thống chỉ tiêu phân tích cũng phải gắn liền với đặc thù riêng của doanh nghiệp.

Việc tuân thủ những yêu cầu cơ bản trên đây có ý nghĩa về mặt lý luận cũng như thực tiễn đối với việc hoàn thiện hệ thống chỉ tiêu phân tích tài chính tại công ty Viễn thông liên tỉnh.[9, 77 – 79]

3.1.3 Một số đề xuất để nâng cao quản lý tài chính của công ty

Hiện tại công tác tài chính là phù hợp với nhu cầu quản lý, kiểm soát của bộ phận kế toán tài chính và tạo ra được báo cáo nhanh, chính xác cho ty mở rộng ngành hàng kinh doanh với những yêu cầu kiểm soát chặt chẽ hơn, số lượng cũng như chất lượng báo cáo yêu cầu cao hơn thì với việc hạch toán vào tài khoản quá chi tiết chưa được khoa học như hiện nay sẽ làm phức tạp thêm vấn đề, kiểm soát khó hơn do kho tài khoản có hạn, và yêu cầu về số lượng cũng như chất lượng về báo cáo như hiện nay cũng sẽ không đảm bảo. Vì vậy trong thời gian tới công ty cũng nên nghiên cứu quy trình hạch toán sao cho phù hợp với yêu cầu của công ty, ban giám đốc yêu cầu, đổi mới về quản lý tài chính của Nhà nước.

Đánh giá về chất lượng đội ngũ nhân viên phòng kế toán tài chính: Mặc dù chất lượng đội ngũ nhân viên chưa được đồng đều nhưng họ đã làm khá tốt vai trò và trách nhiệm của kế toán viên và yêu cầu của kế toán trưởng. Tuy nhiên vai trò của họ trong bộ máy kế toán đang sắp xếp chông chéo và chưa được khoa học ví dụ như kế toán thanh toán kiêm thủ quỹ vì công ty muốn giảm chi phí và tăng thu nhập cho nhân viên. Tuy nhiên vì bộ máy kế toán là xương sống của toàn công ty nên công ty cũng cần xem xét năng lực cũng như trách nhiệm của mỗi nhân viên vừa chuyên môn hóa vừa tạo điều kiện môi trường cho nhân viên trau dồi kiến thức, phát huy năng lực và có thể phát triển tốt năng lực của bản thân.

Công việc hạch toán công tác kế toán được hạch toán vào phần mềm Misa so với quy mô kinh doanh của công ty hiện nay là đáp ứng được yêu cầu quản lý cũng như báo cáo của ban giám đốc. Tuy nhiên sắp tới công ty mở

rộng quy mô kinh doanh thì với phần mềm như hiện nay e rằng sẽ không đảm bảo việc quản lý có hiệu quả cũng như yêu cầu quản lý và báo cáo của ban giám đốc. Vì vậy công ty nên nghiên cứu phần mềm mới để đưa vào sử dụng, nhất là trong năm tới công ty sẽ chính thức phân phối cho một số mặt hàng từ Pháp, Ý, Thụy Điển..... Mặc dù vậy, việc thay đổi phần mềm và chuyển giao phần mềm phải được nghiên cứu rất kỹ trước khi áp dụng nếu không sẽ gây khó khăn trong công tác quản lý tài chính, nhưng không phải là không làm được, và công ty nên nghiên cứu áp dụng trong năm tới.

Việc phân tích tài chính công ty hiện tại do kế toán trưởng đảm nhiệm và trình lên giám đốc kèm theo báo cáo tài chính từng tháng. Chính vì vậy việc phân tích vẫn còn sơ sài chủ yếu là phân tích các báo cáo tài chính – giống như mục 2.3.1 ở luận văn mà chưa phân tích theo chỉ số tài chính như tác giả đã phân tích ở mục 2.3.2 đến 2.3.4 để thấy chi tiết cụ thể hiện trạng tài chính doanh nghiệp từ đó đưa ra những biện pháp sát với tình hình hoạt động kinh doanh của công ty. Chính vì vậy mà ngoài sự ảnh hưởng của yếu tố khách quan thì tình hình tài chính của công ty có nhiều biến động do việc lập kế hoạch còn chưa sát thực với tình hình tài chính cũng như hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Trong thời gian tới công ty nên có một bộ phận tài chính đảm nhiệm việc phân tích tài chính chi tiết và định hướng tài chính cho giám đốc điều hành.

3.2. Kiểm tra theo dõi khả năng thanh toán của doanh nghiệp cũng như khả năng thu hồi nợ của doanh nghiệp

Trong năm 2011 thì các khoản phải thu của khách hàng là rất lớn chiếm 80,76% trong tổng các khoản phải thu còn các khoản phải thu chiếm đến 58,69% vốn lưu động của công ty. Do đó để nhanh chóng thu hồi nợ, hạn chế các chi phí phát sinh không cần thiết hoặc rủi ro, công ty có thể sử dụng một

số biện pháp sau:

Do việc cung ứng là theo nhu cầu thị trường, lòng tin của khách hàng với Công ty và được thực hiện bằng việc ký kết các hợp đồng nên trong các hợp đồng cung cấp hàng hóa thì Công ty nên có một số điều khoản ràng buộc chặt chẽ như qui định rõ thời hạn trả tiền, phương thức thanh toán, điều khoản vi phạm hợp đồng một cách cụ thể. Nếu bên nào vi phạm hợp đồng thì bên đó phải chịu hoàn toàn trách nhiệm bồi thường và thực hiện đầy đủ các điều khoản đã cam kết trong hợp đồng.

Mặt khác trong quá trình tiến hành hoạt động kinh doanh của Công ty nên thực hiện chính sách chiết khấu với các mức chiết khấu thanh toán linh động ứng với các khoảng thời gian. Thực hiện giảm giá đối với hợp đồng có giá trị lớn, khách hàng thường xuyên và khách hàng thanh toán tiền sớm. Điều này sẽ thúc đẩy khách hàng thanh toán nhanh chóng hơn, giảm bớt nợ dầy dụa, thu hồi vốn nhanh, tránh bị chiếm dụng vốn lâu. Vì vậy, Công ty phải xác định mức chiết khấu hợp lý để nó phát huy hiệu quả cao nhất. Tuy nhiên khi xác định mức chiết khấu này Công ty phải đặt nó trong mối quan hệ với lãi suất vay vốn ngân hàng. Bởi vì khi cho khách hàng trả tiền chậm thì trong thời gian đợi khách hàng thanh toán Công ty phải đi vay vốn để đảm bảo cho quá trình kinh doanh liên tục. Vì vậy nên Công ty cần chiết khấu một khoản tiền nhất định nhỏ hơn hoặc bằng lãi vay ngân hàng để có thể có ngay tiền do khách hàng thanh toán thì vẫn có lợi hơn là khách hàng sẽ trả tiền nhưng trong thời gian đó Công ty lại phải đi vay vốn và trả lãi tiền vay.

Phân loại từng đối tượng nợ sau đó tổ chức ra một bộ phận chuyên trách làm nhiệm vụ thu hồi nợ, bộ phận này sẽ theo dõi chặt chẽ từng khoản nợ. Đối với những khoản nợ cũ thì cần thu hồi và tiến hành dứt điểm. Cụ thể, nếu tình trạng nợ quá hạn diễn ra thường xuyên và đơn vị mắc nợ không chịu

trả nợ cho Công ty theo đúng hạn thì Công ty kiên quyết không ký hợp đồng bán hàng với đơn vị đó hoặc ngay lập tức ngừng việc xuất hàng. Như hiện nay, công ty đã có bộ phận kế toán chuyên làm nhiệm vụ theo dõi và thu hồi công nợ, tuy nhiên chưa xử lý nghiêm, dứt điểm những khoản nợ khó đòi nên tỷ trọng nợ còn rất cao. Vấn đề này công ty có thể làm được và làm dứt điểm ngay trong năm tới nếu không tình trạng nợ sẽ tăng và kéo dài gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến tình hình tài chính của công ty.

Mặt khác đối với các khoản nợ quá hạn thì Công ty nên tìm hiểu nguyên nhân của nó để có biện pháp xử lý như cho gia hạn nợ, thoả ước xử lý nợ, xoá một phần nợ cho khách hàng hoặc yêu cầu toà án giải quyết. Với những khoản nợ quá hạn khó có khả năng thu hồi thì Công ty nên lập quỹ dự phòng các khoản nợ khó đòi. Tuy nhiên như trong báo cáo tài chính hiện nay, công ty chưa có khoản dự phòng công nợ khó đòi, vì vậy trong những năm tới công ty nên trích lập dự phòng nhất là tỷ lệ công nợ của công ty chiếm đến 80,76% trong tổng các khoản phải thu còn các khoản phải thu chiếm đến 58,69% vốn lưu động của công ty.

Công tác thu hồi nợ nên tiến hành theo phương pháp cuốn chiếu, tiến hành đều đặn không nên dồn dập vào cuối năm làm cho vốn bị chiếm dụng lâu, gây lãng phí. Trong khi đó cuối năm lượng tiền thu về sẽ làm tồn quỹ tăng nhanh gây dư tiền mặt giả tạo.

Ngoài ra công ty cũng nên sử dụng những phương pháp ví dụ như chiết khấu thanh toán nhằm khuyến khích khách hàng thanh toán tránh việc tồn đọng vốn như hiện nay.

Cùng với việc đôn đốc thu hồi nợ, Công ty cũng cần có phương án thích hợp để trả các khoản nợ, các khoản vốn đi chiếm dụng, Trong năm 2011 ta thấy công ty đã phải đi vay vốn để đảm bảo hoạt động kinh doanh, vì vậy

công ty cần có kế hoạch thu nợ để trả các khoản nợ giảm bớt chi phí vay vốn. Tuy nhiên, trong nền kinh tế thị trường việc chiếm dụng vốn lẫn nhau trong quan hệ mua bán là điều khó tránh khỏi. Nếu chiếm dụng vốn trong chừng mực nào đó và Công ty có phương án trả nợ phù hợp thì giảm bớt phần nào sự thiếu vốn đồng thời không gây ra những ảnh hưởng xấu đến mối quan hệ với khách hàng. Nếu Công ty chiếm dụng vốn quá giới hạn cho phép, không chấp hành đúng kỷ luật thanh toán sẽ làm mất uy tín với bạn hàng mặt khác vốn đi chiếm dụng quá lớn còn là gánh nặng nợ nần với Công ty. Vì vậy nếu Công ty không có kế hoạch trả nợ phù hợp với tình hình hiện tại sẽ dẫn đến rủi ro tài chính đối với Công ty. Biện pháp cụ thể:

Đối với nợ phải trả đã đến hạn, quá hạn mà Công ty không có khả năng thanh toán thì xin gia hạn thêm một thời gian nữa, sau đó tích cực tìm nguồn huy động để trả nợ đúng như đã cam kết.

Đối với nợ đến hạn, sắp đến hạn Công ty cần chủ động tìm nguồn để trả nợ. Thực hiện biện pháp này phải kết hợp chặt chẽ với việc thu hồi nợ nhằm thanh toán đúng hạn từ đó không gây ra biến động tới tình hình tài chính của Công ty đảm bảo uy tín với khách hàng.

3.3. Chủ động huy động vốn trong hoạt động kinh doanh, để đảm bảo đầy đủ vốn cho hoạt động kinh doanh

Đối với bất kỳ một doanh nghiệp nào, vốn là một trong những yếu tố quan trọng hàng đầu quyết định đến sự thành bại của một doanh nghiệp trên thị trường. Doanh nghiệp muốn hoạt động kinh doanh tốt, đáp ứng nhu cầu của thị trường và không ngừng nghiên cứu mở rộng thị trường thì không thể thiếu vốn sản xuất kinh doanh được. Do vậy việc chủ động xây dựng kế hoạch huy động và sử dụng vốn kinh doanh là một việc cần thiết và không thể thiếu được trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất

kinh doanh của Công ty.

Do đặc điểm ngành nghề kinh doanh của Công ty Cổ phần Thương mại và Phân phối Zinnia – là công ty kinh doanh trong lĩnh vực thương mại, cần lượng vốn lưu động quay vòng lớn để đáp ứng hoạt động kinh doanh. Vì vậy, việc lập kế hoạch chủ yếu là dựa vào tình hình kinh doanh của Công ty trong năm trước, khả năng phát triển mở rộng thị trường và chính sách của Nhà nước. Do đó nhu cầu về vốn kinh doanh trong năm vượt quá khả năng của công ty.

Trong những năm từ năm 2010 về trước công ty có thể tự chủ được về nguồn vốn do thị trường còn hạn chế, số lượng mặt hàng còn ít, nền kinh tế ổn định. Nhưng sang năm 2011 nền kinh tế có nhiều biến động, công ty mở rộng thị trường, số lượng hàng hóa nhiều, đồng thời công ty cũng nghiên cứu mở rộng thị trường mới cho những sản phẩm mới nên công ty đã phải đi vay để đảm bảo nguồn vốn. Thực tế nợ phải trả năm 2011 là 26,97% trong tổng nguồn vốn, trong khi đó năm 2010 nợ phải trả chỉ chiếm 1,5% trong tổng nguồn vốn. Điều đó chứng tỏ công ty đã gặp khó khăn trong việc huy động vốn, đảm bảo lượng lớn ngoại tệ để phục vụ cho việc nhập khẩu hàng hóa.

Do vậy, để khắc phục tình trạng trên thì Công ty cần phải chú trọng các vấn đề sau:

Xác định chính xác nhu cầu vốn tối thiểu cho hoạt động kinh doanh trong một năm, điều chỉnh theo từng quý do ngành nghề kinh doanh của công ty cần lượng vốn lưu động cao và luôn thay đổi. Tránh tình trạng thiếu vốn làm cho hoạt động kinh doanh bị ngừng lại, gián đoạn..... hoặc tình trạng thừa vốn làm cho vốn bị ứ đọng.

Trên cơ sở nhu cầu vốn theo kế hoạch đã lập Công ty cần bổ sung, lựa chọn nguồn tài trợ thích hợp, cần lựa chọn nguồn có chi phí sử dụng vốn thấp

nhất. Trên thực tế ta thấy, năm 2011 hội đồng quản trị của công ty đã không tái đầu tư lợi nhuận sau thuế chưa phân phối, điều này chứng tỏ bắt đầu đã có dấu hiệu về việc cần vốn từ phía hội đồng quản trị, như vậy cũng sẽ có ảnh hưởng nếu công ty xin cấp vốn từ phía hội đồng quản trị. Vì vậy, công ty nên xem xét các nguồn vốn từ công nhân viên, các nguồn quỹ, các tổ chức tín dụng có nguồn chi phí thấp.

Ngoài kế hoạch tổ chức huy động, Công ty cần chủ động lập kế hoạch về phân phối và sử dụng vốn đã tạo lập nhằm đạt hiệu quả cao nhất như xác định lượng vốn bằng tiền là bao nhiêu cho phù hợp, và có điều chỉnh hàng quý, ổn định thị trường hiện tại, nghiên cứu mở rộng thị trường cho sản phẩm cũ và đầu tư vào việc nghiên cứu sản phẩm mới trước khi nhập và đưa sản phẩm ra thị trường.

Khi đưa nguồn vốn vào sử dụng Công ty cần phải căn cứ vào kế hoạch huy động và sử dụng vốn hoạt động kinh doanh đã lập làm cơ sở điều chỉnh cho phù hợp với tình hình thực tế của Công ty. Nếu phát sinh thêm nhu cầu vốn cho hoạt động kinh doanh, công ty cần chủ động đáp ứng kịp thời nhằm đảm bảo cho quá trình hoạt động kinh doanh không bị gián đoạn. Ngược lại, nếu thừa vốn công ty cần phải có biện pháp xử lý linh hoạt như: cho vay, hạn chế các khoản vay hoặc đầu tư vào các thị trường khác nhằm làm cho dòng vốn luôn vận động và không ngừng sinh sôi nảy nở.

Do nguồn vốn là việc làm rất quan trọng đối với bất cứ công ty nào nên kế hoạch huy động và sử dụng vốn kinh doanh cũng là một bộ phận quan trọng của công ty, việc này có ảnh hưởng trực tiếp đến kế hoạch tài chính cũng như đối với các kế hoạch khác. Do đó việc lập kế hoạch nhất thiết phải dựa vào sự phân tích, tính toán các chỉ tiêu kinh tế tài chính của các kỳ trước làm cơ sở. Đồng thời kết hợp với những mục hoạt động kinh doanh mục tiêu,

sự biến động của thị trường và đặc điểm hoạt động kinh doanh của công ty kỳ kế hoạch.

3.4. Tiết kiệm chi phí để hạ giá thành sản phẩm từ đó nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

Trong quá trình kinh doanh thì việc tiết kiệm các chi phí kinh doanh là nhân tố quan trọng hàng đầu làm tăng lợi nhuận trực tiếp cho doanh nghiệp. Ngoài ra việc nghiên cứu giảm chi phí sẽ hạ được giá thành sản phẩm tăng khả năng cạnh tranh sản phẩm trên thị trường. Vì vậy trong quá trình hoạt động thì bất cứ doanh nghiệp nào cũng phấn đấu giảm thiểu các khoản chi phí.

Thực tế việc đánh giá tình hình tài chính của Công ty cho thấy các khoản chi phí trong giá vốn của Công ty là rất lớn. Tỷ trọng của giá vốn hàng bán trong doanh thu thuần chiếm 74,43%. Tỷ trọng này quá cao dẫn đến lợi nhuận thu được của Công ty còn hạn chế. Công ty nên nghiên cứu phương thức nhập hàng qua đường biển hay đường hàng không, giảm tối đa những chi phí không cần thiết giúp giảm giá thành để sản phẩm có thể đến tay nhiều đối tượng khách hàng hơn vì hiện tại giá thành của sản phẩm còn khá cao.

Đối với các khoản chi phí làm giảm trực tiếp lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh là chi phí quản lý doanh nghiệp thì Công ty cần phải xây dựng định mức chi tiêu cho các khoản chi phí này qua bảng kế hoạch kinh doanh cho năm tới để cân đối lãi dự kiến đặc biệt là trong năm tới sẽ có nhiều chi phí phát sinh khi đưa những sản phẩm mới vào thị trường. Những chi phí này để giảm là rất khó.

Nắm bắt rõ nhu cầu của thị trường để lên được kế hoạch chính xác số lượng hàng nhập sao cho hàng hóa không bị thiếu nhưng không tồn quá nhiều tránh tình trạng không có hàng bán hoặc số lượng hàng quá nhiều sẽ tăng chi phí

hàng lưu kho. Đồng thời nên trích lập dự phòng hàng tồn kho để bù vào chi phí đối với sản phẩm hỏng, cận và hết hạn. Hiện tại công ty chưa có khoản trích lập dự phòng hàng tồn kho, mặc dù chi phí đối với sản phẩm hỏng, cận và hết hạn trong năm là không quá nhiều tuy nhiên công ty vẫn nên có khoản trích lập khoản dự phòng này, tránh tình trạng gây thụ động đối với chi phí này làm ảnh hưởng đến tình hình tài chính công ty.

3.5. Thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm, để tăng doanh thu và lợi nhuận cho doanh nghiệp

Đối với mỗi doanh nghiệp nói chung và với doanh nghiệp thương mại nói riêng thì vấn đề tiêu thụ sản phẩm để tăng doanh thu và từ đó tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp là một trong những vấn đề quan trọng nhất, và được các nhà quản trị quan tâm đến nhiều nhất. Sau đây là một số vấn đề còn tồn đọng trong kênh bán hàng và giải pháp nhằm thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm tăng doanh thu tại công ty Cổ phần thương mại và phân phối Zinnia.

3.5.1. Tăng cường đầu tư cho công tác khảo sát, điều tra, nghiên cứu thị trường

Để có thể tiêu thụ tốt sản phẩm, đòi hỏi doanh nghiệp phải có công tác khảo sát, điều tra, nghiên cứu nhanh nhạy, chính xác, kịp thời phù hợp với tình hình thực tế của thị trường. Công việc nghiên cứu này thuộc bộ phận marketing của công ty phụ trách. Tuy nhiên, hiện nay bộ phận marketing đang không đảm nhiệm vai trò của mình, mà hầu hết những thông tin về thị trường là do bộ phận kinh doanh của công ty mang về, do bộ phận kinh doanh tiếp xúc trực tiếp với khách hàng thường xuyên hơn. Vì vậy trong thời gian tới, bộ phận marketing của công ty nên có chiến lược, kế hoạch nghiên cứu thị trường để hiểu rõ hơn thị trường cũ và tìm hiểu thị trường mới giúp ban quản trị đưa ra những chiến lược nhằm thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm hoặc thay thế sản phẩm khác hoặc phát triển sản phẩm mới hoàn toàn.

Tạo kênh bán hàng, hiện nay công ty thực hiện kênh bán hàng thông qua các đại lý rồi mới đến tay người tiêu dùng, nhưng trong thời gian tới công ty nên mở rộng kênh bán hàng mới tùy vào đặc điểm của từng sản phẩm ví dụ như bán trực tiếp, qua siêu thị, qua shop, đại lý để tăng thị trường cho sản phẩm.

3.5.2. Chú trọng nâng cao chất lượng sản phẩm hàng hóa

Uy tín của doanh nghiệp cũng ảnh hưởng rất nhiều đến khả năng tiêu thụ sản phẩm. Bởi vì mục tiêu của doanh nghiệp là phải hướng ra thị trường và sự tồn tại của doanh nghiệp là do thị trường quyết định. Mà chất lượng của sản phẩm có tốt thì mới tạo được uy tín trên thị trường nhất là hiện nay ngày càng nhiều hãng dược mỹ phẩm có mặt tràn lan trên thị trường và gây không ít hoang mang đối với người tiêu dùng. Ngoài ra với những sản phẩm hiện nay công ty cũng nên đề xuất với hãng nghiên cứu tăng cường chất lượng đối với sản phẩm cũ để giữ vững thị trường đang có và nghiên cứu mở rộng thị trường tiềm năng, đồng thời cũng nên nghiên cứu những dòng sản phẩm mới phù hợp với con người và văn hóa Việt Nam.

3.5.3. Xây dựng chính sách giá cả phù hợp

Giá cả cũng là yếu tố rất quan trọng trong kênh bán hàng, nó thúc đẩy tiêu thụ, thu hút khách hàng, mở rộng thị trường, tăng uy tín và đặc biệt tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường. Chính sách giá của doanh nghiệp phải luôn linh hoạt phù hợp theo tình hình thị trường thì mới gây được sự bất ngờ cho khách hàng và đẩy mạnh được quá trình tiêu thụ sản phẩm. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng nên áp dụng phương thức thanh toán một cách đa dạng, phong phú, phù hợp với mọi đối tượng khách hàng nhằm tạo tâm lý thoải mái đối với người mua. Trong thời gian ngắn tới thì công ty không thể thực hiện được việc này, do khi đưa sản phẩm ra thị trường công ty cũng đã nghiên cứu lợi nhuận nhất là khi chi phí nghiên cứu, bán hàng, quản lý còn rất lớn như

hiện nay, nhưng trong tương lai công ty cũng nên nghiên cứu giảm chi phí để giảm giá sản phẩm thành sản phẩm từ đó tăng khả năng cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường.

3.5.4. Chú trọng đầu tư thực hiện đa dạng hóa, không ngừng cải tiến mẫu mã sản phẩm

Trong cơ chế thị trường hiện nay việc đa dạng hóa chủng loại sản phẩm và cải tiến mẫu mã là một trong những yếu tố quan trọng để thu hút khách hàng, khuyến khích tiêu thụ sản phẩm.

Công ty nên yêu cầu hãng cải tiến mẫu mã ví dụ như bao bì, vỏ sản phẩm phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng, hay cải tiến chất lượng sản phẩm tốt hơn hoặc có nhiều công dụng hơn, hoặc đưa ra những sản phẩm mới có tính năng ưu việt hơn. Hiện nay cũng đã có một số sản phẩm thay đổi về bao bì, chất lượng được cải tiến, tuy nhiên còn chưa đồng loạt dẫn đến việc khách hàng có những băn khoăn khi sử dụng sản phẩm có bao bì mới. Vì thế trước khi đưa sản phẩm phẩm có bao bì mới ra thị trường nên có thông báo nhằm giải thích với khách hàng công dụng cũng như những thay đổi mới tránh việc gây sự hoang mang đối với khách hàng và người tiêu dùng. Thực hiện đa dạng hóa các chủng loại sản phẩm và cải tiến mẫu mã sẽ giúp cho doanh nghiệp tăng khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường và giảm bớt rủi ro trong kinh doanh.

3.5.5. Tổ chức công tác bán hàng và dịch vụ bán hàng

Nhân viên kinh doanh: Trong công tác tiêu thụ sản phẩm vai trò của bộ phận bán hàng hết sức quan trọng. Để khuyến khích nhân viên bán hàng năng động hơn, có thái độ phục vụ khách hàng tận tình, chu đáo và gần gũi với khách hàng. Doanh nghiệp nên sử dụng chế độ thưởng, phạt và chế độ khoán. Căn cứ vào chế độ đó nhân viên được khuyến khích bằng chính sách thưởng, phạt theo tỷ lệ % của doanh thu vượt khoán, đó chính là đòn bẩy kích

thích họ tích cực đi tìm kiếm những khách hàng làm đại lý mua với khối lượng lớn và trung thành hơn.

Đại lý: Đại lý của công ty hầu hết là các spa vừa sử dụng sản phẩm trực tiếp để làm dịch vụ cho khách hàng vừa là kênh bán lẻ giới thiệu sản phẩm tới tay người tiêu dùng, là người tiếp xúc trực tiếp tới tay người tiêu dùng, vì vậy công ty cũng nên có các chính sách ưu đãi nhằm thúc đẩy đại lý tin dùng sản phẩm của công ty.

Điều kiện được làm đại lý: Khi khách hàng làm đại lý của công ty sẽ được hưởng những chế độ ưu đãi đặc biệt mà chỉ đại lý mới có. Trong giai đoạn kinh tế khó khăn, công ty cũng nên xem xét để giảm bớt điều kiện làm đại lý giúp có kênh phân phối rộng hơn.

Chính sách chiết khấu thương mại: là việc doanh nghiệp khấu trừ cho đại lý mua nhiều một số tiền tương ứng với tỷ lệ phần trăm nhất định trên giá trị hàng đã mua. Hoạt động này nhằm khuyến khích đại lý mua với số lượng sản phẩm lớn.

Chiết khấu thanh toán: Áp dụng cho khách hàng thanh toán tiền hàng nhanh: thanh toán ngay thì được tỷ lệ chiết khấu cao hơn so với thanh toán sau, thời gian thanh toán càng ngắn thì tỷ lệ được chiết khấu càng cao.

Cước phí vận chuyển: Công ty đảm bảo đưa sản phẩm đến tận tay khách hàng.

Tỷ lệ hoa hồng: Là tỷ lệ % trên doanh thu bán hàng mà doanh nghiệp cho các đại lý tiêu thụ sản phẩm của mình.

Hoạt động khuyến mại: Hoạt động này thường tiến hành trong thời gian ngắn, tạo nên một đợt tiêu thụ mạnh, đồng thời thu hút thêm được nhiều khách hàng mới. Khuyến mại có thể làm giảm giá bán hoặc kèm theo quà tặng có phiếu dự thưởng. Hiện nay, công cụ chiết khấu khuyến mại được sử dụng phổ biến trong các doanh nghiệp vì công cụ này đã kích thích được tâm

lý của đại lý nhập hàng cũng như người tiêu dùng mua sản phẩm, đồng thời đây cũng là một công cụ tài chính đắc lực giúp cho việc đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp.

Khách hàng: Khách hàng là người tiêu dùng cuối cùng, vì vậy công ty cũng nên có những chương trình thông qua các phương tiện truyền thông để người tiêu dùng có thể hiểu rõ hơn về sản phẩm, đồng thời cũng nên có chương trình khuyến mãi tác động trực tiếp vào người tiêu dùng để tăng khả năng tiêu thụ sản phẩm.

3.5.6. Đẩy mạnh hoạt động quảng cáo, giới thiệu sản phẩm, hàng hóa và áp lực các đòn bẩy tài chính thúc đẩy tiêu thụ

Hoạt động quảng cáo và giới thiệu sản phẩm sẽ giúp cho khách hàng biết và hiểu rõ hơn về doanh nghiệp cũng như các sản phẩm mà doanh nghiệp đó đang kinh doanh. Hoạt động quảng cáo có thể thực hiện bằng nhiều hình thức: qua các phương tiện thông tin đại chúng như truyền hình, báo hoặc tại các cửa hàng đại lý bán các sản phẩm của công ty hoặc thông qua các hội nghị tiếp xúc khách hàng, triển lãm, hội chợ.

Hiện tại công ty đang có những showroom nhằm giới thiệu trực tiếp cho khách hàng, cho khách hàng sử dụng thử dịch vụ và sản phẩm. Công ty nên tận dụng và nên có các chương trình quảng cáo lớn nhằm thu hút khách hàng hiểu nhiều hơn và hiểu rõ hơn về sản phẩm.

KẾT LUẬN

Đối với mỗi doanh nghiệp, hiệu quả hoạt động kinh doanh thể hiện ở nhiều mặt và phụ thuộc vào nhiều yếu tố, trong đó tài chính là một trong những yếu tố hết sức quan trọng. Hiện nay, việc phân tích tình hình tài chính doanh nghiệp đang dần được áp dụng vào trong quản lý và hoạt động kinh doanh. Để hoạt động tài chính đạt hiệu quả cao, công ty cần thu thập tài liệu, hạch toán, lập báo cáo và phân tích tài chính tốt, thấy được hiện trạng tài chính doanh nghiệp từ đó đưa ra những giải pháp nhằm ngày một hoàn thiện tài chính công ty. Điều đó cũng sẽ giúp công ty lựa chọn phương án kinh doanh tốt giúp doanh nghiệp ngày càng phát triển lớn mạnh hơn nữa.

Dựa trên quá trình nghiên cứu và tìm hiểu thực tiễn công tác phân tích tại ZD, luận văn “Phân tích tình hình tài chính Công ty Cổ phần Thương mại và Phân Phối Zinnia” đã hoàn thiện được một số vấn đề sau:

1. Hệ thống hóa lại một số vấn đề lý thuyết liên quan tới phân tích tình hình tài chính Công ty Cổ phần Thương mại và Phân phối.
2. Phân tích tình hình thực trạng tài chính, nêu ra những ưu nhược điểm về tài chính ZD, những bất lợi và hạn chế của loại hình kinh doanh của công ty.
3. Trên cơ sở lý luận, thực trạng tài chính ZD, luận văn kiến nghị một số giải pháp với mục đích góp phần nâng cao tài chính nói riêng và hoạt động kinh doanh của công ty nói chung.

Do trình độ nhận thức, thời gian nghiên cứu có hạn, hơn nữa vấn đề đánh giá tình hình tài chính khá phức tạp, hạn chế thông tin về chỉ số ngành nên những giải pháp mà tôi đưa ra chưa hẳn đã thích hợp và tối ưu nhưng cũng có thể giúp cho các nhà quản lý của Công ty làm cơ sở để tìm ra các biện pháp hữu hiệu nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty. Nhưng tôi cũng hy vọng rằng những giải pháp mà tôi đưa ra sẽ góp phần

vào việc nâng cao hiệu quả tài chính nói riêng và hoạt động kinh doanh của Công ty nói chung. Ngoài ra tôi cũng kính mong sự đóng góp của Hội đồng bảo vệ luận văn và các thầy cô giáo trong khoa Tài chính – Ngân hàng, Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội để đề tài này hoàn thiện hơn.

Trong suốt quá trình viết luận văn, tôi đã nhận được sự giúp đỡ nhiệt tình, to lớn của ban giám đốc Công ty Cổ phần Thương mại và Phân phối Zinnia, các thầy cô giáo trong khoa Tài chính – Ngân hàng, và đặc biệt là sự chỉ bảo tận tình chu đáo của TS. Trần Thị Vân Anh đã giúp đỡ tôi hoàn thành luận văn này. Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành của mình đối với sự giúp đỡ quý báu đó.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng việt

1. Bộ tài chính (2006), *Thông tư 20/2006/TT-BCTC ngày 20/03/2006 của Bộ Tài Chính hướng dẫn kế toán thực hiện sáu (06) chuẩn mực kế toán ban hành theo quyết định số 12/2005/QĐ-BCTC ngày 15/02/2005 của Bộ trưởng Bộ Tài chính*, Hà Nội.
2. Ngô Thế Chi, Nguyễn Trọng Cơ (2008), *Giáo trình phân tích tài chính doanh nghiệp*, Nxb Tài chính.
3. Dương Đăng Chinh (2005), *Giáo trình Lý thuyết tài chính*, Nxb tài chính.
4. Công ty Cổ phần Thương mại và Phân phối Zinnia (2010-2011), *Báo cáo tài chính năm 2010, 2011*.
5. Nguyễn Minh Kiều (2009), *Tài chính doanh nghiệp căn bản*, Nxb Thống kê.
6. Nguyễn Minh Kiều (2007-2008), *Phân tích các báo cáo tài chính – Chương trình giảng dạy kinh tế Fullbright*
7. Nguyễn Đình Kiệt, Bạch Đức Hiền (2008), *Giáo trình tài chính doanh nghiệp*, Nxb tài chính.
8. Huỳnh Thị Thanh Nhân (2011), *Hoàn thiện các chỉ tiêu phân tích tài chính phục vụ công tác quản lý kinh doanh tại công ty cổ phần VTC truyền thông trực tuyến*, Đại học kinh tế quốc dân.
9. Trần Đại Nghĩa (2011), *Hoàn thiện hệ thống chỉ tiêu phân tích tài chính tại công ty Viễn thông liên tỉnh trực thuộc tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam*, Trường đại học kinh tế quốc dân.
10. Nguyễn Năng Phúc (2007), *Phân tích kinh doanh lý thuyết và thực hành*, Nxb Đại học kinh tế quốc dân, Hà Nội.

Website

11. [http:// www.reportshop.com.vn](http://www.reportshop.com.vn), *Giải pháp nâng cao chất lượng phân tích tài chính doanh nghiệp tại công ty Bóng đèn phích nước Rạng Đông.*
12. <http://www.saga.vn>, *Chỉ tiêu phân tích báo cáo tài chính doanh nghiệp.*
13. [http:// www.tailieu.vn](http://www.tailieu.vn), *Phân tích báo cáo tài chính công ty Cổ phần Vận tải và Thuê Tàu.*
14. [http:// www.tailieu.vn](http://www.tailieu.vn), *Phân tích tình hình tài chính của công ty Cổ phần Tân Trần Phương.*

PHỤ LỤC 1

Công ty CP thương mại và phân phối Zinnia

Địa chỉ: 286 Thụy Khuê, Tây Hồ, Hà Nội

Mẫu số B 01/DNN

(Ban hành theo QĐ số 15/2006/QĐ-BTC
ngày 14/9/2006 của Bộ trưởng Bộ Tài Chính)

BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

Năm 2011

Đơn vị tính: VNĐ

Chỉ tiêu	Mã số	2010	2011
A. TÀI SẢN NGẮN HẠN (100 = 110 + 120 + 130 + 140 + 150)	100	10.520.513.763	13.581.601.973
I. Tiền và các khoản tương đương tiền	110	793.283.769	888.611.401
II. Đầu tư tài chính ngắn hạn	120	-	-
1. Đầu tư tài chính ngắn hạn	121	-	-
2. Dự phòng giảm giá đầu tư tài chính ngắn hạn (*)	129	(...)	(...)
III. Các khoản phải thu ngắn hạn	130	3.839.899.815	7.971.887.064
1. Phải thu của khách hàng	131	3.281.842.044	6.438.389.428
2. Trả trước cho người bán	132	256.453.605	1.445.239.602
3. Các khoản phải thu khác	138	301.604.166	88.258.034
4. Dự phòng phải thu ngắn hạn khó đòi (*)	139	(...)	(...)
IV. Hàng tồn kho	140	5,854,244,511	4,425,155,195
1. Hàng tồn kho	141	5,854,244,511	4,425,155,195
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho (*)	149	(...)	(...)
V. Tài sản ngắn hạn khác	150	33,085,668	295,948,313
1. Thuế giá trị gia tăng được khấu trừ	151	33,085,668	295,948,313
2. Thuế và các khoản khác phải thu Nhà nước	152		
3. Tài sản ngắn hạn khác	158	-	-
B. TÀI SẢN DÀI HẠN (200 = 210 + 220 + 230 + 240)	200	202.171.103	184.764.792
I. Tài sản cố định	210	202.171.103	184.764.792
1. Nguyên giá	211	231.218.554	261.797.497
2. Giá trị hao mòn lũy kế (*)	212	(29.047.451)	(77.032.705)

3. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	213	-	-
II. Bất động sản đầu tư	220		
1. Nguyên giá	221	-	-
Giá trị hao mòn lũy kế (*)	222	(...)	(...)
III. Các khoản đầu tư tài chính dài hạn	230	-	-
1. Đầu tư tài chính dài hạn	231	-	-
2. Dự phòng giảm giá đầu tư tài chính dài hạn (*)	239	(...)	(...)
IV. Tài chính dài hạn khác	240		
1. Phải thu dài hạn	241		
2. Tài sản dài hạn khác	248		
3. Dự phòng phải thu dài hạn khó đòi(*)	249	(...)	(...)
TỔNG CỘNG TÀI SẢN (250 = 100 +200)	250	10.722.684.866	13.766.366.765
NGUỒN VỐN	430	10.722.684.866	13.766.366.765
A. Nợ phải trả (300 = 310 + 320)	300	159.960.737	3.712.832.738
I. Nợ ngắn hạn	310	117.875.386	1.125.787.991
1.Vay ngắn hạn	311	-	1.004.022.310
2. Phải trả cho người bán	312	-	-
3. Người mua trả tiền trước	313	-	-
4. Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	314	-	-
5. Phải trả người lao động	315	-	-
6. Chi phí phải trả	316	117.875.386	121.765.681.00
7. Các khoản phải trả, phải nộp khác	318	-	-
8. Dự phòng phải trả ngắn hạn	319		
II. Nợ dài hạn	320	42.085.351	2.587.044.747
1. Vay và nợ dài hạn	321	-	2.587.044.747
2. Quỹ dự phòng trợ cấp mất việc làm	322	-	-
3. Phải trả, phải nộp dài hạn khác	328	42.085.351	
4. Dự phòng phải trả dài hạn	329		
B. Vốn chủ sở hữu (400 = 410 + 430)	400	10.562.724.129	10.053.534.027
I.Vốn chủ sở hữu	410	10.562.724.129	10.053.534.027
1. Vốn đầu tư của chủ sở hữu	411	10.000.000.000	10.000.000.000
2. Thặng dư vốn cổ phần	412	-	-
3. Vốn khác của chủ sở hữu	413	-	-
4. Cổ phiếu quỹ (*)	414	-	-
5. Chênh lệch tỷ giá hối đoái	415	-	-

6. Các quỹ thuộc vốn chủ sở hữu	416		
7. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	417	562.724.129	53.53.,027
II. Quỹ khen thưởng, phúc lợi	430	-	-
TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN (300 + 400)	(440 = 440	10.722.684.866	13.766.366.765

CÁC CHỈ TIÊU NGOÀI BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

CHỈ TIÊU	Mã số	Số đầu năm	Số cuối năm
1. Tài sản thuê ngoài	001	-	-
2. Vật tư hàng hoá nhận giữ hộ, gia công	002	-	-
3. Hàng hoá nhận bán hộ, nhận ký gửi	003	-	-
4. Nợ khó đòi đã xử lý	004	-	-
5. Ngoại tệ các loại	007	-	-

Kế toán
(Ký, ghi rõ họ tên)

Giám đốc
(Ký, đóng dấu)

PHỤ LỤC 2

Công ty CP thương mại và phân phối Zinnia

Địa chỉ: 286 Thụy Khuê, Tây Hồ, Hà Nội

Mẫu số: B02-DNN

(Ban hành kèm theo QĐ số 15/2006/QĐ-BTC ngày 14/9/2006 của Bộ Trưởng Bộ Tài Chính)

KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

Năm 2011

Đơn vị tiền: VNĐ

CHỈ TIÊU	MÃ SỐ	2011	2010
A	B	1	2
1.Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	01	65.657.46.922	44.987397.218
2.Các khoản giảm trừ doanh thu	02	0	0
3.Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ (10= 01-02)	10	65.657462.922	44.987.397.218
4.Giá vốn hàng bán	11	48.873.373.304	33.678.491.766
5.Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ (20=10-11)	20	16.784.089.618	11.308.905.452
6.Doanh thu hoạt động tài chính	21	28.371.892	51.974.862
7.Chi phí tài chính	22	736.894,512	0
<i>Trong đó: Chi phí lãi tiền vay</i>	23	736.894.512	0
8.Chi phí bán hàng		4.951.985.619	2.423.574.608
9.Chi phí quản lý kinh doanh	24	5.177.706.530	4.374.58.,577
10.Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh (30=20+21-22-24)	30	5.945.874.849	4.562.724.129
11.Thu nhập khác	31	4.,620299	
12.Chi phí khác	32	3.685.250	
13.Lợi nhuận khác (40 = 31 -32)	40	44.935.049	
14.Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế (50= 30+40)	50	5.990.809.898	4.562.724.129
15.Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp	51		
16.Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp (60 = 50-51)	60	5.990.809.898	4.562.724.129

Hà Nội, Ngày 31 tháng 12 năm 2011

Giám đốc
(Ký, đóng dấu)

PHỤ LỤC 3

BÁO CÁO LƯU CHUYỂN TIỀN TỆ (THEO PHƯƠNG PHÁP TRỰC TIẾP)

(Ban hành theo QĐ số 15/2006/QĐ-BTC Ngày 20/03/2006 của Bộ trưởng BTC)

Đơn vị : VND

CHỈ TIÊU	Mã	2011	2010
(2)	(3)	(5)	(6)
I. Lưu chuyển tiền từ hoạt động kinh doanh			
1. Tiền thu từ bán hàng, cung cấp dịch vụ và doanh thu khác	01	65.657.462.922	44.987.397.218
2. Tiền chi trả cho người cung cấp hàng hoá và dịch vụ	02	(50.157.350.647)	(38.246.871.962)
3. Tiền chi trả cho người lao động	03	(1.44.962.283)	(1.256.948.726)
4. Tiền chi trả lãi vay	04	(73.894.512)	0
5. Tiền chi nộp thuế thu nhập doanh nghiệp	05	(1.900.000)	(1.558.742)
6. Tiền thu khác từ hoạt động kinh doanh	06	48.620.299	35.248.752
7. Tiền chi khác từ hoạt động kinh doanh	07	(15.824.113.951)	(5.63.226.280)
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động kinh doanh	20	(2.461.138.172)	(113.962.740)
II. Lưu chuyển tiền từ hoạt động đầu tư			
1. Tiền chi để mua sắm, xây dựng TSCĐ, BĐS đầu tư và các tài sản dài hạn khác	21	(30.578.943)	(20.598.745)

2. Tiền thu từ thanh lý, nhượng bán TSCĐ, BĐS đầu tư và các tài sản dài hạn khác	22	0	0
3. Tiền chi cho vay, mua các công cụ nợ của đơn vị khác	23	0	0
4. Tiền thu hồi cho vay, bán lại các công cụ nợ của đơn vị khác	24	0	0
5. Tiền chi đầu tư góp vốn vào đơn vị khác	25	0	0
6. Tiền thu hồi đầu tư góp vốn vào đơn vị khác	26	0	0
7. Tiền thu lãi cho vay, cổ tức và lợi nhuận được chia	27	0	0
Lưu chuyển tiền thuần từ hoạt động đầu tư	30	(30.578.943)	(20.598.745)
III. Lưu chuyển tiền từ hoạt động tài chính			
1. Tiền thu từ phát hành cổ phiếu, nhận vốn góp của chủ sở hữu	31	0	0
2. Tiền chi trả vốn góp cho các chủ sở hữu, mua lại cổ phiếu của doanh nghiệp đã phát hành	32	0	0
3. Tiền vay ngắn hạn, dài hạn nhận được	33	2.587.044.747	0
4. Tiền chi trả nợ gốc vay	34	0	0
5. Tiền chi trả nợ thuê tài chính	35	0	0
6. Cổ tức, lợi nhuận đã trả cho chủ sở hữu	36	0	0
Lưu chuyển tiền thuần	40	2.587.044.747	0

từ hoạt động tài chính			
Lưu chuyển tiền thuần trong năm (50 = 20+30+40)	50	95.327.632	(134.561.485)
Tiền và tương đương tiền đầu năm	60	793.283.769	927.845.254
Ảnh hưởng của thay đổi tỷ giá hối đoái quy đổi ngoại tệ	61	0	0
Tiền và tương đương tiền cuối năm (70 = 50 + 60 + 61)	70	888.611.401	793.283.769

Kế toán
(Ký, ghi rõ họ tên)

Giám đốc
(Ký, đóng dấu)

Phụ lục 4:

Các chính sách kế toán áp dụng

❖ Cơ sở lập báo cáo tài chính

Báo cáo tài chính được trình bày theo nguyên tắc giá gốc

❖ Tiền và các khoản tương đương tiền

Tiền và các khoản tương đương tiền bao gồm tiền mặt, tiền gửi ngân hàng, tiền đang chuyển và các khoản đầu tư ngắn hạn có thời hạn thu hồi hoặc đáo hạn không quá 3 tháng kể từ ngày mua, dễ dàng chuyển đổi thành một lượng tiền xác định cũng như không có nhiều rủi ro trong việc chuyển đổi

❖ Hàng tồn kho

Hàng tồn kho được xác định trên cơ sở giá gốc. Giá gốc hàng tồn kho bao gồm chi phí mua, chi phí bao bì và các chi phí liên quan trực tiếp khác phát sinh để có được hàng tồn kho ở địa điểm và trạng thái hiện tại.

Giá gốc hàng tồn kho được tính theo phương pháp bình quân gia quyền và được hạch toán theo phương pháp kê khai thường xuyên.

Dự phòng giảm giá hàng tồn kho được ghi nhận khi giá gốc lớn hơn giá trị thuần có thể thực hiện. Giá trị thuần có thể thực hiện được là giá bán ước tính của hàng tồn kho trừ chi phí ước tính để hoàn thành sản phẩm và chi phí ước tính cần thiết cho việc tiêu thụ chúng.

❖ Các khoản phải thu thương mại và phải thu khác

.Các khoản phải thu thương mại và các khoản phải thu khác được ghi nhận theo hóa đơn, chứng từ. Dự phòng phải thu khó đòi được lập dựa vào đánh giá về khả năng thu hồi của từng khoản nợ.

❖ Tài sản cố định hữu hình

Tài sản cố định được thể hiện theo nguyên giá trừ hao mòn lũy kế. Nguyên giá tài sản cố định bao gồm toàn bộ các chi phí mà Công ty phải bỏ ra để có được tài sản cố định tính đến thời điểm đưa tài sản đó vào trạng thái đang sử dụng. Các chi phí phát sinh sau ghi nhận ban đầu chỉ được ghi tăng nguyên giá tài sản cố định nếu các

chi phí này chắc chắn làm tăng lợi ích kinh tế trong tương lai do sử dụng tài sản đó. Các chi phí không thỏa mãn điều kiện trên được ghi nhận là chi phí trong kỳ

Khi tài sản cố định được bán hay thanh lý, nguyên giá và khấu hao lũy kế được xóa sổ và bất kỳ khoản lãi lỗ nào phát sinh do việc thanh lý đều được tính vào thu nhập hay chi phí trong kỳ.

Tài sản cố định được khấu hao theo phương pháp đường thẳng dựa trên thời gian hữu dụng ước tính phù hợp với hướng dẫn tại Quyết định số 206/2003/QĐ-BTC ngày 12 tháng 12 năm 2003 của Bộ Tài Chính

Tài sản cố định trích khấu hao theo nguyên tắc tài sản cố định tăng (giảm) tháng này thì được trích (hoặc thôi trích) khấu hao từ tháng sau.

❖ Chi phí đi vay

Chi phí đi vay được vốn hóa khi có liên quan trực tiếp đến việc đầu tư xây dựng hoặc sản xuất tài sản dở dang cần có một thời gian đủ dài (trên 12 tháng) để có thể đưa vào sử dụng theo mục đích định trước hoặc bán. Các chi phí đi vay khác được ghi nhận vào chi phí trong kỳ

Đối với các khoản vốn vay chung trong đó có sử dụng cho mục đích đầu tư xây dựng hoặc sản xuất tài sản dở dang thì chi phí đi vay vốn hóa được xác định theo tỷ lệ vốn hóa đối với chi phí lũy kế bình quân gia quyền phát sinh cho việc đầu tư xây dựng cơ bản hoặc sản xuất tài sản đó. Tỷ lệ vốn hóa được tính theo tỷ lệ lãi suất bình quân gia quyền của các khoản vay chưa trả trong kỳ, ngoại trừ các khoản vay riêng biệt phục vụ cho mục đích hình thành một tài sản cụ thể

❖ Đầu tư tài chính

Các khoản đầu tư vào chứng khoán được ghi nhận theo giá gốc.

Dự phòng giảm giá chứng khoán được lập cho từng loại chứng khoán được mua bán trên thị trường và có giá thị trường giảm so với giá đang hạch toán trên sổ sách.

Khi thanh lý một khoản đầu tư, phần chênh lệch giữa giá trị thanh lý thuần và giá trị ghi sổ được hạch toán vào thu nhập hoặc chi phí trong kỳ.

❖ Chi phí trả trước

Chi phí trả trước ngắn hạn

Chi phí quảng cáo tiền thuê văn phòng, showroom Được phân bổ theo thời gian quy định

Chi phí sửa chữa, công cụ dụng cụ thiết bị xuất dùng Được phân bổ trong thời gian 12 tháng

Chi phí trả trước dài hạn

Chi phí sửa chữa, công cụ dụng cụ xuất dùng Được phân bổ từ 12 đến 36 tháng.

❖ Các khoản phải trả thương mại khác

Các khoản phải trả thương mại và các khoản phải trả khác được ghi nhận theo hóa đơn, chứng từ.

❖ Chi phí phải trả

Chi phí phải trả được ghi nhận dựa trên các ước tính hợp lý về số tiền phải trả cho các hàng hóa, dịch vụ đã sử dụng trong kỳ

❖ Vốn cổ phần

Vốn cổ phần ưu đãi

Vốn cổ phần ưu đãi được phân loại là vốn chủ sở hữu trong trường hợp vốn không phải hoàn trả và việc chia cổ tức là không bắt buộc. Các khoản chia cổ tức được ghi nhận như là các khoản phân phối từ vốn chủ sở hữu.

Vốn cổ phần ưu đãi được phân loại là nợ phải trả nếu vốn phải được hoàn trả vào một thời điểm cụ thể hoặc tùy theo lựa chọn của cổ đông hoặc việc chia cổ tức là bắt buộc. Cổ tức trả cho các cổ phiếu ưu đãi này được ghi nhận trên Báo cáo kết quả hoạt động kinh như là chi phí tiền lãi.

Cổ phiếu mua lại

Khi cổ phần trong vốn chủ sở hữu được mua lại, khoản tiền trả bao gồm cả các chi phí liên quan đến giao dịch được ghi nhận như là một thay đổi trong vốn chủ sở

hữu. Các cổ phần mua lại được phân loại là các cổ phiếu ngân quỹ và được phản ánh là một khoản giảm trừ trong vốn sở hữu.

❖ **Cổ tức**

Các cổ tức trả cho các cổ phiếu ưu đãi phải hoàn trả được ghi nhận là một khoản nợ phải trả trên cơ sở dồn tích. Các cổ tức khác được ghi nhận là nợ phải trả trong kỳ cổ tức được công bố.

❖ **Thuế thu nhập doanh nghiệp.**

Thuế suất Thuế thu nhập doanh nghiệp bằng 25% trên lợi nhuận thu được.

Tiền thuê đất được phân bổ theo thời hạn thuê qui định trên hợp đồng thuê đất.

Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp trong năm bao gồm thuế thu nhập hiện hành và thuế thu nhập hoãn lại.

Thuế thu nhập hiện hành là khoản thuế được tính dựa trên thu nhập chịu thuế trong năm với thuế suất áp dụng tại ngày kết thúc năm tài chính. Thu nhập chịu thuế chênh lệch so với lợi nhuận kế toán do điều chỉnh các khoản chênh lệch toạm thời giữa thuế và kế toán cũng như điều chỉnh các khoản thu nhập và chi phí không phải chịu thuế hay không được khấu trừ.

Thuế thu nhập hoãn lại là khoản thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp hoặc sẽ được hoàn lại do chênh lệch tạm thời giữa giá trị ghi sổ của tài sản và nợ phải trả cho mục đích báo cáo tài chính và các giá trị dùng cho mục đích thuế. Thuế thu nhập hoãn lại phải trả được ghi nhận cho tất cả các khoản chênh lệch tạm thời chịu thuế. Tài sản thuế thu nhập hoãn lại chỉ được ghi nhận khi chắc chắn trong tương lai sẽ có lợi nhuận tính thuế để sử dụng những chênh lệch tạm thời được khấu trừ này.

❖ **Nguyên tắc chuyển đổi ngoại tệ**

Các nghiệp vụ phát sinh bằng ngoại tệ được chuyển đổi theo tỷ giá tại ngày phát sinh nghiệp vụ. Số dư các khoản mục tiền tệ có gốc ngoại tệ cuối kỳ chưa được qui đổi theo tỷ giá tại ngày cuối kỳ.

Chênh lệch tỷ giá phát sinh trong kỳ được ghi nhận vào thu nhập hoặc chi phí trong kỳ.

❖ Nguyên tắc ghi nhận doanh thu

Khi bán hàng hóa, thành phẩm doanh thu được ghi nhận khi phần lớn rủi ro và lợi ích gắn liền với việc sở hữu hàng hóa đó được chuyển giao cho người mua và không còn tồn tại yếu tố không chắc chắn đáng kể liên quan đến việc thanh toán tiền, chi phí kèm theo hoặc khả năng hàng bán bị trả lại.

Khi cung cấp dịch vụ, doanh thu được ghi nhận khi không còn những yếu tố không chắc chắn đáng kể liên quan đến việc thanh toán tiền hoặc chi phí kèm theo. Trường hợp dịch vụ được thực hiện trong nhiều kỳ kế toán thì việc xác định doanh thu trong từng kỳ được thực hiện căn cứ vào tỷ lệ hoàn thành dịch vụ tại ngày kết thúc năm tài chính.

Tiền lãi, cổ tức và lợi nhuận được chia được ghi nhận khi Công ty có khả năng thu được lợi ích kinh tế từ giao dịch và doanh thu được xác định tương đối chắc chắn. Tiền lãi được ghi nhận trên cơ sở thowfi gia và lãi suất từng kỳ. Cổ tức và lợi nhuận được chia được ghi nhận khi cổ đông được quyền nhận cổ tức hoặc các bên tham gia góp vốn được quyền nhận lợi nhuận từ việc góp vốn.

❖ Thay đổi chính sách kế toán

Công ty áp dụng chế độ kế toán doanh nghiệp ban hành theo quyết định số 15/2006/QĐ-BTC ngày 20/03/2006 của Bộ Tài chính, quyết định số 20/2006 TT-BTC ngày 20/03/2006, quyết định số 21/2006/TT-BTC ngày 20/03/2006 của Bộ Tài chính hướng dẫn thực hiện một số chuẩn mực kế toán.