

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**



DƯƠNG HOÀNG AN

**NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH
CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN VẠN TÀI BIỂN SÀI GÒN**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Thành phố Hồ Chí Minh, Năm 2013

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**



DƯƠNG HOÀNG AN

NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN VẬN TẢI BIỂN SÀI GÒN

Chuyên Ngành : **QUẢN TRỊ KINH DOANH**
Mã Số : **60340102**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học : **PGS.TS HỒ TIẾN DŨNG**

Thành phố Hồ Chí Minh, Năm 2013

LỜI CAM KẾT

Tôi xin cam kết luận văn này là đề tài nghiên cứu độc lập của riêng cá nhân tôi dưới sự hướng dẫn của PGS.TS. Hồ Tiến Dũng và sự hỗ trợ giúp đỡ của các lãnh đạo và đồng nghiệp tại Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn. Các nguồn tài liệu trích dẫn, các số liệu sử dụng và nội dung trong luận văn này là trung thực. Đồng thời, tôi cam kết rằng kết quả nghiên cứu này chưa được từng công bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu nào.

Tôi xin chịu trách nhiệm cá nhân về luận văn của mình.

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình hoàn thành luận văn này, tôi đã nhận được rất nhiều sự giúp đỡ và đóng góp ý kiến quý báu từ các thầy, các cô, bạn bè, đồng nghiệp và gia đình.

Trước hết cho tôi được gửi lời cảm ơn sâu sắc đến PGS.TS. Hồ Tiến Dũng đã tận tâm hướng dẫn, giúp đỡ tôi để hoàn thành luận văn này.

Tôi xin chân thành cảm ơn các quý thầy, cô Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh tham gia giảng dạy đã nhiệt tình truyền đạt những kiến thức bổ ích làm cơ sở nền tảng cho học tập, công việc và cuộc sống của tôi.

Tôi xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ của lãnh đạo, đồng nghiệp tại Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn trong quá trình thực hiện luận văn này.

Tôi xin cảm ơn các bạn bè, các bạn đồng học tại các Lớp Cao học Khóa 19, Ngành Quản trị Kinh doanh của Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh đã đồng viên, đóng góp ý kiến giúp đỡ tôi trong quá trình thực hiện luận văn này.

Xin trân trọng cảm ơn !

MỤC LỤC

Mục lục	
Danh mục các bảng biểu	
Danh mục các sơ đồ	
Danh mục các chữ viết tắt	

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu	3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	3
4. Phương pháp nghiên cứu	3
5. Kết cấu luận văn	4

Chương 1: Những lý luận cơ bản về hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường hiện nay

5

1.1 Các khái niệm, bản chất, ý nghĩa về hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp

5

1.1.1 Các khái niệm về hiệu quả kinh doanh

5

1.1.2 Bản chất của hiệu quả kinh doanh

7

1.1.3 Ý nghĩa của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh

8

1.2 Các quan điểm cơ bản trong việc đánh giá hiệu quả kinh doanh

8

1.3 Ý nghĩa và nhiệm vụ của việc đánh giá hiệu quả kinh doanh

10

1.3.1	Ý nghĩa của việc đánh giá hiệu quả kinh doanh	10
1.3.2	Nhiệm vụ của đánh giá hiệu quả kinh doanh	12
1.4	Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh	12
1.4.1	Các yếu tố bên trong doanh nghiệp	13
1.4.1.1	Vốn kinh doanh	13
1.4.1.2	Nguồn nhân lực	13
1.4.1.3	Trình độ tổ chức quản lý	14
1.4.1.4	Mức độ áp dụng kỹ thuật, công nghệ, thông tin liên lạc	15
1.4.1.5	Sản phẩm dịch vụ	16
1.4.1.6	Chi phí kinh doanh	16
1.4.1.7	Quản trị chiến lược	17
1.4.1.8	Quản trị marketing	17
1.4.2	Các yếu tố bên ngoài	18
1.4.2.1	Môi trường chính trị, pháp luật của nhà nước sở tại	18
1.4.2.2	Các yếu tố về kinh tế vĩ mô	19
1.4.2.3	Môi trường tự nhiên	19
1.4.2.4	Khoa học, kỹ thuật, công nghệ	19
1.4.2.5	Thị trường	20
1.4.2.6	Đối thủ cạnh tranh	20
1.5	Các hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh	21
1.5.1	Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh tổng hợp	21
1.5.1.1	Chỉ tiêu tổng lợi nhuận	21
1.5.1.2	Chỉ tiêu tỉ suất lợi nhuận trên doanh thu	22

1.5.2	Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng các yếu tố cơ bản của hoạt động kinh doanh	22
1.5.2.1	Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu	22
1.5.2.2	Hiệu quả sử dụng tài sản	23
1.5.2.3	Hiệu quả sử dụng chi phí	24
1.5.2.4	Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động	25
1.5.3	Các chỉ tiêu hiệu quả về mặt kinh tế xã hội	26
Tóm tắt về chương I		27

Chương 2 : Phân tích hiệu quả kinh doanh của Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn giai đoạn 2007 - 2011

2.1	Giới thiệu về ngành dịch vụ vận tải đường biển và Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn	28
2.1.1	Giới thiệu về dịch vụ vận tải đường biển	28
2.1.1.1	Khái niệm, phân loại và đặc điểm của dịch vụ vận tải đường biển	28
2.1.1.2	Tình hình ngành dịch vụ vận tải đường biển trong giai đoạn hiện nay	30
2.1.1.3	Tiềm năng ngành dịch vụ vận tải đường biển Việt Nam	31
2.1.2	Giới thiệu về đặc điểm, quá trình hình thành và phát triển của Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn	33
2.1.2.1	Đặc điểm của Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn	33
2.1.2.2	Quá trình hình thành và phát triển của Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn	34

2.1.2.3	Nguyên tắc tổ chức quản lý, cơ cấu tổ chức của Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn	35
2.2	Đánh giá hiệu quả kinh doanh của Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn	37
2.2.1	Kết quả kinh doanh qua các năm của Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn	37
2.2.2	Phân tích các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh của Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn	39
2.2.2.1	Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh tổng hợp	39
2.2.2.2	Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng các yếu tố cơ bản của hoạt động kinh doanh	40
2.2.2.3	Các chỉ tiêu hiệu quả về mặt kinh tế xã hội	46
2.3	Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của Công ty	47
2.3.1	Các nhân tố bên trong Công ty	47
2.3.1.1	Vốn kinh doanh	47
2.3.1.2	Nguồn nhân lực	49
2.3.1.3	Trình độ tổ chức quản lý	50
2.3.1.4	Mức độ áp dụng kỹ thuật, công nghệ, thông tin liên lạc	51
2.3.1.5	Sản phẩm dịch vụ	52
2.3.1.6	Chi phí kinh doanh	57
2.3.1.7	Chiến lược kinh doanh	59
2.3.1.8	Hoạt động marketing	59
2.3.2	Các yếu tố bên ngoài	60

2.3.2.1	Môi trường chính trị, chính sách, pháp luật của nhà nước	60
2.3.2.2	Các yếu tố kinh tế vĩ mô	61
2.3.2.3	Môi trường tự nhiên	61
2.3.2.4	Khoa học, kỹ thuật, công nghệ	62
2.3.2.5	Thị trường	62
2.3.2.6	Đối thủ cạnh tranh	63
	Tóm tắt chương 02	64

	Chương 3 : Các giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn	65
--	---	-----------

3.1	Quan điểm, mục tiêu phát triển kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn trong giai đoạn 2012 – 2017	65
------------	---	-----------

3.1.1	Quan điểm	65
-------	-----------	----

3.1.2	Mục tiêu	66
-------	----------	----

3.1.2.1	Mục tiêu tổng quát	66
---------	--------------------	----

3.1.2.2	Mục tiêu cụ thể giai đoạn 2012 -2017	67
---------	--------------------------------------	----

3.2	Một số giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn	67
------------	--	-----------

3.2.1	Giải pháp về vốn kinh doanh	67
-------	-----------------------------	----

3.2.2	Giải pháp về nguồn nhân lực	69
-------	-----------------------------	----

3.2.3	Giải pháp về tổ chức quản lý	75
-------	------------------------------	----

3.2.4	Giải pháp về sản phẩm dịch vụ	76
-------	-------------------------------	----

3.2.5	Giải pháp về chi phí kinh doanh	79
-------	---------------------------------	----

3.2.6	Giải pháp về chiến lược kinh doanh	80
-------	------------------------------------	----

3.2.7	Giải pháp về hoạt động marketing	81
Tóm tắt chương 3	82

KẾT LUẬN

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

STT	TÊN BẢNG BIỂU	Trang
1	Bảng 2.1 : Tình hình kinh doanh của Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn giai đoạn 2007 – 2011.	37
2	Bảng 2.2 : Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu.	39
3	Bảng 2.3 : Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu của các công ty cùng ngành năm 2011.	39
4	Bảng 2.4 : Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu (ROE).	40
5	Bảng 2.5 : Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu các công ty cùng ngành năm 2011.	41
6	Bảng 2.6 : Hiệu quả sử dụng tài sản (ROA).	42
7	Bảng 2.7 : Hiệu quả sử dụng tài sản so với các doanh nghiệp cùng ngành 2011.	42
8	Bảng 2.8: Hiệu quả sử dụng chi phí .	43
9	Bảng 2.9: Hiệu quả sử dụng chi phí của các doanh nghiệp cùng ngành năm 2011.	44
10	Bảng 2.10 : Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động giai đoạn 2007 – 2011.	45
11	Bảng 2.11 : Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động các công ty cùng ngành năm 2011.	45
12	Bảng 2.12 : Một số chỉ tiêu tài chính của Công ty giai đoạn 2007 – 2011.	47
13	Bảng 2.13 : Tỷ trọng doanh thu các dịch vụ trong doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ của Công ty từ 2009 đến 2011.	53
14	Bảng 2.14 : Tỷ trọng lợi nhuận gộp các dịch vụ trong lợi nhuận bán hàng và cung cấp dịch vụ của Công ty từ 2009 đến 2011.	53

15	Bảng 2.15 : Cơ cấu chi phí trong dịch vụ bán hàng và cung cấp dịch vụ từ 2009 đến 2011.	57
16	Bảng 3.1 : Các chỉ tiêu hoạt động kinh doanh cơ bản giai đoạn 2012 – 2017.	67

DANH MỤC SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ

STT	TÊN SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ	Trang
1	Sơ đồ 2.1 : Sơ đồ tổ chức Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn	36
2	Biểu đồ 2.1 : Tình hình sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn giai đoạn 2007 – 2011.	38

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

STT	TỪ VIẾT TẮT	DIỄN GIẢI
1	BOT	Xây dựng – Kinh doanh – Chuyển giao
2	BCTC	Báo cáo tài chính
3	CTCP	Công ty cổ phần
4	Công ty; SAIGONSHIP	Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn
5	CFS	Trạm thu gom hàng lẻ
6	DWT	Trọng tải toàn phần
7	DOC	Giấy chứng nhận phù hợp
8	ĐHĐCĐ	Đại hội đồng cổ đông
9	ICD	Cảng cạn
10	ROA	Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản
11	ROE	Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu
12	SXKD	Sản xuất kinh doanh
13	Thành phố	Thành phố Hồ Chí Minh
14	TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
15	TNCS	Thanh niên cộng sản
16	TEU	Đơn vị đo của hàng hóa được container hóa tương đương một container tiêu chuẩn 20f.
17	UBND	Ủy ban nhân dân
18	VAT	Thuế giá trị gia tăng
19	WTO	Tổ chức thương mại thế giới

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong nền kinh tế toàn cầu, dịch vụ vận tải nói chung và dịch vụ vận tải đường biển nói riêng luôn đóng vai trò quan trọng. Nó không chỉ là cầu nối, là công cụ phân phối hàng hóa giữa các vùng miền trong một quốc gia mà còn giữa các quốc gia, các châu lục trên thế giới. Do các ưu thế so với các ngành vận tải khác, dịch vụ vận tải đường biển luôn được ưu tiên phát triển, kể cả ở các quốc gia không có hệ thống bờ biển.

Trong nền kinh tế toàn cầu hiện nay, dịch vụ vận tải đường biển càng đóng vai trò quan trọng hơn, nó trở thành một trong những ngành vận tải hiện đại trong hệ thống vận tải quốc tế và là một ngành kinh doanh dịch vụ rất tiềm năng.

Nhận thức được tầm quan trọng của dịch vụ vận tải đường biển, những ưu thế của Việt Nam về vị trí địa lý, bờ biển, cảng biển, Đảng và Nhà nước luôn quan tâm, chú trọng phát triển các lĩnh vực dịch vụ vận tải đường biển ở Việt Nam. Nghị quyết số 09-NQ/TW ngày 09/02/2007 của Trung ương Đảng đã xác định các quan điểm chỉ đạo về định hướng chiến lược biển Việt Nam đến năm 2020 :

“... Nước ta phải trở thành quốc gia mạnh về biển, làm giàu từ biển trên cơ sở phát huy mọi tiềm năng từ biển, phát triển toàn diện các ngành, nghề biển với cơ cấu phong phú, hiện đại, tạo ra tốc độ phát triển nhanh, bền vững, hiệu quả cao với tầm nhìn dài hạn..”

Do đặc thù của ngành mang tính quốc tế cao, nên vận tải đường biển là một trong những ngành kinh tế của Việt Nam hội nhập nền kinh tế thế giới

sớm nhất. Để có thể tồn tại và phát triển trong môi trường quốc tế khắc nghiệt với các tập đoàn đa quốc gia, các doanh nghiệp vận tải có qui mô lớn, hiện đại, có nhiều năm kinh nghiệm....đòi hỏi các doanh nghiệp vận tải đường biển Việt Nam không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh của mình. Một trong những giải pháp cơ bản, mang tính quyết định và bền vững để nâng cao năng lực cạnh tranh là luôn nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Xu hướng toàn cầu hóa, quá trình hội nhập quốc tế và chuyển đổi sang nền kinh tế thị trường có định hướng xã hội chủ nghĩa, quá trình tham gia vào các hiệp định tự do thương mại song phương và đa phương với các nước và các nền kinh tế trên thế giới, khối ASEAN và Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) trong những thập niên gần đây của Việt Nam...đã và đang tạo ra nhiều cơ hội nhưng cũng đem lại không ít khó khăn, thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam, đòi hỏi các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ vận tải đường biển luôn phải tìm các giải pháp để nâng cao hiệu quả kinh doanh của mình.

Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn, tên giao dịch quốc tế là Saigon shipping joint stock company, tiền thân là doanh nghiệp nhà nước: Công ty Vận tải biển Sài Gòn, chính thức đi vào hoạt động từ ngày 1/5/2006.

Hiện nay, Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn đang gặp phải một số khó khăn rất lớn ảnh hưởng đến sự tồn tại và sự phát triển của doanh nghiệp. Bên cạnh các lý do mang tính chất vĩ mô của nền kinh tế, ngành...thì các vấn đề nội tại của Công ty trong đó có vấn đề hiệu quả kinh doanh đang được đặt ra. Làm thế nào để nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty giúp Công ty có thể vượt qua giai đoạn khó khăn hiện nay và thực hiện mục tiêu phát triển bền vững của mình?. Muốn thực hiện được điều này, trước hết phải xác định một cách khoa học, có hệ thống và mang tính đặc thù ngành các yếu

tổ, tiêu chuẩn, chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh của Công ty. Trên cơ sở đó đề ra các giải pháp tối ưu để nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty.

Xuất phát từ yêu cầu cấp thiết nói trên, bằng kiến thức kinh tế tiếp cận được từ Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh và thời gian công tác tại Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn, tác giả chọn đề tài “**Nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn**” làm đề tài luận văn thạc sĩ của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Trên cơ sở lý thuyết về hiệu quả kinh doanh, phân tích đánh giá thực trạng kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn trong giai đoạn 2007 – 2011, phân tích những yếu tố chủ yếu tác động hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Trên cơ sở đó đề ra những giải pháp khắc phục yếu kém, nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Luận văn nghiên cứu về hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Đánh giá hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn thông qua các hệ thống chỉ tiêu như: hiệu quả kinh doanh tổng hợp, hiệu quả sử dụng các yếu tố cơ bản của hoạt động kinh doanh, hiệu quả về mặt kinh tế xã hội, các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn... dựa trên các số liệu thu thập trong giai đoạn 2007 - 2011.

4. Phương pháp nghiên cứu

Trong quá trình nghiên cứu, tác giả sử dụng các phương pháp nghiên cứu cơ bản như: Phỏng vấn chuyên gia, tổng hợp thông kê, phân tích dữ liệu, so sánh, phương pháp suy luận để đánh giá kết quả đạt được, các yếu tố tác động đến hiệu quả kinh doanh để từ đó đề ra được các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty cho giai đoạn tiếp theo.

Phương pháp thu thập số liệu :

- Sử dụng các số liệu thứ cấp từ các báo cáo tổng kết, bảng quyết toán, báo cáo kết quả kinh doanh, báo cáo tài chính của các năm 2007, 2008, 2009, 2010, 2011; các tài liệu có liên quan thu thập từ báo chí, internet. Ngoài ra các báo cáo khoa học, các báo cáo phân tích ngành, các luận văn cũng được tham khảo một cách hợp lý.

- Số liệu sơ cấp : Tập hợp trên cơ sở tiến hành phỏng vấn các chuyên gia về các lĩnh vực liên quan đến hoạt động kinh doanh của Công ty tại các phòng, ban, đơn vị nội bộ của Công ty.

5. Kết cấu luận văn

Ngoài phần mở đầu và kết luận, luận văn gồm có 03 chương :

Chương 1 : Những lý luận cơ bản về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Chương 2 : Phân tích hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn trong giai đoạn 2007- 2011.

Chương 3 : Các giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn.

Chương 1

NHỮNG LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

1.2. Các khái niệm, bản chất, ý nghĩa về hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp

1.1.1 Các khái niệm về hiệu quả kinh doanh

Không ngừng nâng cao hiệu quả là mối quan tâm của tất cả mọi người, của mọi tổ chức trong xã hội.

Doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển thì đòi hỏi kinh doanh phải có hiệu quả.

Trong điều kiện nền kinh tế nước ta hiện nay đang chuyển dịch từ cơ chế quan liêu bao cấp sang nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, song song với việc hội nhập quốc tế, tạo nên sự cạnh tranh mạnh mẽ giữa các doanh nghiệp trong và ngoài nước, thì việc kinh doanh có hiệu quả càng đòi hỏi cấp thiết hơn.

Như vậy hiệu quả trong kinh doanh không chỉ là thước đo về chất lượng tổ chức, quản lý kinh doanh mà còn là vấn đề sống còn của doanh nghiệp.

Cho đến ngày hôm nay, có rất nhiều quan điểm khác nhau về hiệu quả kinh doanh, để hiểu rõ hơn khái niệm này, chúng ta tiến hành xem xét một số quan điểm về hiệu quả kinh doanh.

Quan điểm thứ nhất cho rằng: “Hiệu quả kinh doanh là quan hệ tỷ lệ giữa phần tăng thêm của kết quả và phần tăng thêm của chi phí, hay quan hệ tỷ lệ giữa kết quả bổ sung và chi phí bổ sung”. Trong thực tế, kết quả kinh

doanh đạt được là do hệ quả của các chi phí sẵn có cộng với chi phí bổ sung. Ở các mức chi phí sẵn có khác nhau thì hiệu quả của chi phí bổ sung cũng sẽ khác nhau. “Nguồn: Giáo trình phân tích hoạt động kinh doanh, 2010” [12].

Quan điểm thứ hai cho rằng: “Hiệu quả kinh doanh là hiệu số giữa kết quả đạt được và các chi phí bỏ ra để đạt kết quả đó”. Quan điểm thứ hai đã xem xét hiệu quả kinh doanh trong sự vận động của tổng thể các yếu tố. Quan niệm này đã gắn kết được hiệu quả với chi phí, coi hiệu quả kinh doanh là sự phản ánh trình độ sử dụng chi phí của doanh nghiệp. Tuy nhiên nếu chỉ đánh giá hiệu quả kinh doanh ở khía cạnh lợi nhuận thuần túy thì chúng ta chưa xác định được năng suất lao động xã hội và chưa so sánh được khả năng cung cấp sản phẩm cho xã hội của những doanh nghiệp có hiệu số kết quả kinh doanh và chi phí như nhau. Bên cạnh đó, mối quan hệ giữa kết quả và chi phí thể hiện bằng giá trị tuyệt đối của lợi nhuận chưa cho chúng ta thấy được để thu một đồng kết quả phải bỏ ra bao nhiêu đồng chi phí. “Nguồn: Giáo trình phân tích hoạt động kinh doanh, 2010” [12].

Quan điểm thứ ba cho rằng: Hiệu quả kinh doanh được xác định bởi tỷ số giữa kết quả đạt được và các chi phí bỏ ra để đạt được kết quả đó. Quan điểm này đã thể hiện rõ ràng hơn mối tương quan giữa kết quả và chi phí thông qua các quan hệ tỷ lệ. Tuy nhiên, nếu chỉ tập trung vào các chỉ tiêu tỷ số giữa kết quả với chi phí thì lại chưa toàn diện, nó chưa phân tích được sự tác động, ảnh hưởng của các yếu tố nguồn lực. Cùng một tỷ số hiệu quả kinh doanh nhưng ở thời gian, không gian và các điều kiện khác nhau các tác động của các yếu tố nguồn lực cũng sẽ khác nhau và do vậy hiệu quả kinh tế cũng không giống nhau. “Nguồn: Quản trị kinh doanh, 2011” [5].

Quan điểm thứ tư cho rằng: “Hiệu quả hoạt động kinh doanh là phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn nhân lực, vật lực của doanh nghiệp nhằm đạt được kết quả của mục tiêu kinh doanh”. Quan điểm này mang tính tổng quát và thể hiện được bản chất hiệu quả kinh doanh của

doanh nghiệp. “Nguồn: Giáo trình phân tích hoạt động kinh doanh, 2010” [12].

Quan điểm thứ năm cho rằng: “Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù kinh tế biểu hiện tập trung của sự phát triển kinh tế theo chiều sâu phản ánh trình độ khai thác các nguồn lực và trình độ chi phí các nguồn lực đó trong quá trình tái sản xuất nhằm mục tiêu kinh doanh”. Quan điểm thứ năm gắn quan điểm hiệu quả với cơ sở lý luận kinh tế hiệu đại là nền kinh tế của mỗi quốc gia được phát triển đồng thời theo chiều rộng và chiều sâu. Phát triển kinh tế theo chiều rộng là huy động mọi nguồn lực vào sản xuất. Phát triển kinh tế theo chiều sâu là đẩy mạnh cách mạng khoa học kỹ thuật và công nghệ sản xuất, nâng cao cường độ sử dụng các nguồn lực, chú trọng chất lượng sản phẩm, dịch vụ. Phát triển kinh tế theo chiều sâu tức là nâng cao hiệu quả kinh tế. “Nguồn: Giáo trình phân tích hoạt động kinh doanh, 2010” [12].

Ở góc độ doanh nghiệp, theo tác giả thì quan điểm thứ tư “Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp là phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn nhân lực, vật lực của doanh nghiệp nhằm đạt được kết quả của mục tiêu kinh doanh” là phù hợp.

Trong điều kiện hiện nay, do sự gắn bó chặt chẽ giữa kinh tế và các yếu tố khác như văn hóa, xã hội, môi trường ... thì hiệu quả không đơn thuần là hiệu quả kinh tế mà nó phải thỏa mãn các vấn đề về tiết kiệm thời gian, tài nguyên, bảo vệ môi trường. Hiệu quả phải đảm bảo sự hài hòa về lợi ích kinh tế, xã hội, chính trị.

1.1.2 Bản chất của hiệu quả kinh doanh

Bản chất của hiệu quả kinh doanh có thể được hiểu là một phạm trù kinh tế phản ánh mặt chất lượng của các hoạt động kinh doanh. Hiệu quả kinh doanh phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực sản xuất trong quá trình

tiến hành các hoạt động của doanh nghiệp. “Nguồn: Quản trị kinh doanh, 2011” [5].

Thực chất của hiệu quả kinh doanh là sự so sánh giữa các kết quả đầu ra với các yếu tố đầu vào của doanh nghiệp trong một kỳ nhất định, tùy theo yêu cầu của nhà quản trị. “Nguồn: Giáo trình phân tích báo cáo tài chính, 2011”[11].

1.1.3 Ý nghĩa của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh

Ở góc độ một doanh nghiệp, để có thể duy trì và phát triển hoạt động kinh doanh của mình, doanh nghiệp phải thu được kết quả không chỉ đủ bù đắp chi phí mà còn phải có lợi nhuận. Việc nâng cao hiệu quả kinh doanh chính là cơ sở để giảm chi phí, tăng lợi nhuận, từ đó doanh nghiệp có cơ hội, điều kiện để mở rộng sản xuất, đổi mới công nghệ, nâng cao năng suất lao động, chất lượng sản phẩm dịch vụ, giảm giá thành, tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Nâng cao hiệu quả kinh doanh còn là cơ sở để cải thiện đời sống cho người lao động, cải thiện điều kiện làm việc để họ có thể phát huy hết vai trò của mình, gắn bó lâu dài với doanh nghiệp.

Trong giai đoạn hiện nay, khi đất nước của chúng ta đang trong thời kỳ hội nhập quốc tế, bên cạnh những thuận lợi do quá trình này đem lại, các doanh nghiệp hiện nay đang phải đối diện với thách thức rất lớn đó là các doanh nghiệp nước ngoài có các tiềm lực khổng lồ về tài chính, công nghệ, thị trường, trình độ quản lý...do vậy việc nâng cao hiệu quả kinh doanh đang là vấn đề gắn liền với sự sống còn của doanh nghiệp. “Nguồn: Giáo trình phân tích kinh doanh, 2009” [1].

Với các lý do nêu trên thì việc nâng cao hiệu quả kinh doanh trong các doanh nghiệp nói riêng và toàn bộ nền kinh tế nói chung là một tất yếu khách quan.

1.2 Các quan điểm cơ bản trong việc đánh giá hiệu quả kinh doanh

Việc đánh giá hiệu quả kinh doanh phải được tiến hành xem xét một cách toàn diện, do vậy khi đánh giá hiệu quả kinh doanh cần phải quán triệt một số yêu cầu sau .

Khi tiến hành đánh giá hiệu quả kinh doanh chúng ta phải đánh giá cả về mặt định tính và định lượng. Đánh giá hiệu quả về mặt định tính cho chúng ta biết một cách tổng quan về trình độ và khả năng sử dụng các nguồn lực trong quá trình kinh doanh, sự kết hợp giữa hiệu quả kinh tế và các yêu cầu về chính trị, xã hội.

Về mặt định lượng, hiệu quả kinh doanh là mối tương quan giữa kết quả đạt được và chi phí bỏ ra. Ở mức độ chung nhất, người ta chỉ thu được hiệu quả kinh doanh khi nào kết quả thu được lớn hơn chi phí. Việc đánh giá hiệu quả kinh doanh về mặt định lượng thông qua hệ thống các chỉ tiêu định lượng và biểu hiệu bằng con số cụ thể. “Nguồn: Giáo trình phân tích báo cáo tài chính, 2011” [11].

Đánh giá hiệu quả kinh doanh phải xem xét các yếu tố về không gian, thời gian.

- Về không gian: Các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh thường gắn liền với một không gian cụ thể. Ở mỗi không gian đó có môi trường kinh doanh với những đặc điểm khác nhau và mức độ tác động đến hoạt động của doanh nghiệp của môi trường kinh doanh khác nhau là khác nhau.

- Về thời gian: Các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh thường là kết quả của một quá trình thực hiện trong một khoảng thời gian nhất định. Do vậy khi phân tích các chỉ tiêu thường gắn với thời gian cụ thể để tiện so sánh.

“Nguồn: Giáo trình phân tích báo cáo tài chính, 2011” [11].

Đánh giá hiệu quả kinh doanh phải xem xét cả lợi ích của người lao động, doanh nghiệp và xã hội. Nhân lực luôn đóng vai trò cực kỳ quan trọng quyết định đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Việc đánh giá hiệu

quả kinh doanh cũng phải xem xét trong mối liên hệ với lợi ích của người lao động, việc nâng cao hiệu quả kinh doanh phải gắn liền với việc nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của người lao động tạo điều kiện cho người lao động tái sản xuất sức lao động, yên tâm lao động từ đó nâng cao chất lượng lao động, nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Doanh nghiệp là một tế bào của nền kinh tế do vậy nó có ảnh hưởng đến sự phát triển chung của cả ngành, khu vực và cả nền kinh tế. Tác động này có thể là tích cực thúc đẩy sự phát triển, nhưng cũng có thể là tiêu cực kìm hãm sự phát triển. Vì vậy, khi đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp chúng ta phải xem xét trong cả phạm vi ngành, khu vực và cả nền kinh tế. Lợi ích của xã hội và lợi ích của doanh nghiệp có sự ràng buộc lẫn nhau, vì vậy khi xem xét hiệu quả kinh doanh không chỉ đơn thuần đánh giá hiệu quả mang lại cho bản thân doanh nghiệp mà còn phải chú trọng tới cả lợi ích của cả xã hội “Nguồn: Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của bưu điện tỉnh Long An, 2010 ” [6].

Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp phải thống nhất với hiệu quả chính trị - xã hội.

Ổn định và phát triển chính trị - xã hội là nhiệm vụ quan trọng của bất kỳ quốc gia nào. Doanh nghiệp đóng một vai trò cực kỳ quan trọng trong việc thực hiện nhiệm vụ này. Mặt khác, sự ổn định và phát triển chính trị - xã hội của một quốc gia là nhân tố quan trọng tạo điều kiện thuận lợi thúc đẩy sự phát triển của doanh nghiệp. Điều này rất quan trọng đối với nền kinh tế nước ta hoạt động theo cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa . “Nguồn: Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của bưu điện tỉnh Long An, 2010 ” [6].

1.3 Ý nghĩa và nhiệm vụ của việc đánh giá hiệu quả kinh doanh

1.3.1 Ý nghĩa của việc đánh giá hiệu quả kinh doanh

Việc đánh giá hiệu quả kinh doanh sẽ cung cấp các thông tin về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp cho các đối tượng có liên quan để từ đó có cơ sở nhận định và đưa ra các quyết định đúng đắn không chỉ cho bản thân doanh nghiệp mà còn cho các đối tượng có liên quan khác.

Đối với các nhà quản trị doanh nghiệp như: Hội đồng quản trị, ban giám đốc, kế toán trưởng, trưởng các phòng ban, bộ phận... thông qua việc đánh giá hiệu quả kinh doanh để đánh giá hiệu quả của việc sử dụng các yếu tố sản xuất như: vốn, tài sản, nhân lực... để từ đó phát huy những mặt tích cực, hạn chế các mặt tiêu cực và đề ra các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Đối với các nhà đầu tư như: Các cổ đông, các bên liên doanh... thông qua việc đánh giá hiệu quả kinh doanh để từ đó đưa ra các quyết định liên quan đến việc rút vốn, duy trì đầu tư, hay đầu tư thêm... nhằm mục đích thu lợi nhuận cao nhất và bảo đảm an toàn cho vốn đầu tư.

Đối với các định chế tài chính như: Ngân hàng, các công ty tài chính... hiệu quả kinh doanh chính là cơ sở để xem xét và đưa ra các quyết định liên quan đến các khoản cho doanh nghiệp vay.

Các cơ quan chức năng của nhà nước thông qua các chỉ tiêu về hiệu quả kinh doanh để kiểm tra tình hình thực hiện các nghĩa vụ, luật kinh doanh, các chế độ tài chính... của doanh nghiệp, cũng như đánh giá được tình hình hoạt động, mức độ tăng trưởng của các doanh nghiệp, ngành và của cả nền kinh tế; từ đó có những biện pháp, chính sách kịp thời về các vấn đề có liên quan hỗ trợ, thúc đẩy hoạt động kinh doanh phát triển.

Thông tin về đánh giá hiệu quả kinh doanh còn giúp cho các cán bộ, nhân viên trong doanh nghiệp nắm rõ thực chất hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, các chiến lược của doanh nghiệp trong tương lai... để từ đó họ an tâm công tác và gắn bó với doanh nghiệp. “Nguồn: Giáo trình phân tích hoạt động kinh doanh, 2010” [12].

1.3.2 Nhiệm vụ của đánh giá hiệu quả kinh doanh

Khi đánh giá hiệu quả kinh doanh phải xuất phát từ mục tiêu và nhu cầu của các nhà quản trị, để từ đó xây dựng hệ thống chỉ tiêu cho phù hợp nhằm cung cấp các thông tin chính xác cho các đối tượng để đưa ra các quyết định đúng đắn, kịp thời. Mỗi phương pháp đánh giá thường phù hợp với những mục tiêu và nội dung đánh giá hiệu quả kinh doanh khác nhau, do vậy, khi tiến hành đánh giá hiệu quả kinh doanh phải sử dụng các phương pháp phù hợp với từng mục tiêu và nội dung cụ thể có vậy mới đảm bảo quá trình đánh giá đạt hiệu quả cao và tiết kiệm chi phí cho doanh nghiệp. “Nguồn: Giáo trình phân tích hoạt động kinh doanh, 2010” [12].

1.4 Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh

Trong quá trình hoạt động kinh doanh, doanh nghiệp phải chịu tác động của rất nhiều các yếu tố khác nhau. Muốn đưa ra biện pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh, doanh nghiệp phải xác định được các yếu tố tác động đến hoạt động kinh doanh và hiệu quả kinh doanh, nguồn gốc, phạm vi, mức độ tác động của chúng phù hợp với đặc thù của mình. Xác định yếu tố ảnh hưởng, mức độ, xu hướng tác động đến hoạt động kinh doanh là nhiệm vụ của các nhà quản trị trong doanh nghiệp.

Các yếu tố ảnh hưởng thông thường được chia làm hai nhóm chính là các nhân tố bên trong, nội tại doanh nghiệp và các nhân tố bên ngoài. Do các yếu tố đặc thù của doanh nghiệp như: ngành nghề, qui mô, sản phẩm dịch vụ ...mà các nhân tố tác động, mức độ, qui mô tác động của các yếu tố đối với các doanh nghiệp khác nhau cũng khác nhau.

Đối với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ vận tải đường biển có một số đặc thù riêng so với các hoạt động kinh tế khác và dịch vụ hoạt động vận tải nói chung, do vậy tác giả xin đưa ra một số yếu tố bên trong và bên ngoài có ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh vận tải đường biển.

1.4.1 Các yếu tố bên trong doanh nghiệp

Một doanh nghiệp để có thể hoạt động được đòi hỏi phải có một hệ thống các yếu tố nhân lực, vật lực...đây chính gọi là các yếu tố chủ quan hay các yếu tố bên trong của doanh nghiệp.

1.4.1.1 Vốn kinh doanh

Vốn kinh doanh của doanh nghiệp là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ tài sản và các nguồn lực của doanh nghiệp sử dụng trong hoạt động kinh doanh.

Vốn kinh doanh là yếu tố không thể thiếu trong hoạt động kinh doanh của mọi doanh nghiệp, là cơ sở, tiền đề để doanh nghiệp tính toán, hoạch định các chiến lược và kế hoạch kinh doanh của mình. Vốn kinh doanh chỉ phát huy được tác dụng khi nó được bảo tồn và tăng thêm sau mỗi chu kỳ kinh doanh. Nếu vốn không được bảo tồn và phát triển thì đó là hiện tượng mất vốn. “Nguồn: Giáo trình quản trị doanh nghiệp, 2012” [10].

Trong ngành vận tải nói chung và ngành vận tải đường biển nói riêng , ngoài một số dịch vụ hàng hải như: đại lý tàu biển, giao nhận, khai thuê hải quan...không đòi hỏi có vốn kinh doanh lớn, nếu doanh nghiệp có đội tàu biển và tàu sông, cảng biển, kinh doanh kho, bãi...thì vấn đề vốn kinh doanh có sự ảnh hưởng vô cùng đặc biệt. Bên cạnh khối lượng vốn khổng lồ đầu tư ban đầu để trang bị, mua sắm, xây dựng các tài sản cố định, trang thiết bị, phương tiện ban đầu có giá thành cao, thời gian thu hồi vốn chậm (từ 10 – 20 năm) như: Tàu biển, tàu sông, cảng biển, kho bãi, trang thiết bị cho kho bãi...thì hàng năm chi phí để duy tu, bảo dưỡng, sửa chữa, thay thế, nâng cấp các tài sản, phương tiện vận tải....cũng rất lớn, chính vì thế các doanh nghiệp phải huy động vốn từ nhiều nguồn, trong đó nguồn vốn từ các định chế tài chính chiếm một tỉ lệ cao.

1.4.1.2 Nguồn nhân lực

Theo Triết học Mác-Lênin, trong các yếu tố của lực lượng sản xuất, yếu tố hàng đầu là “người lao động”. Chính người lao động là chủ thể của quá trình lao động sản xuất. Bằng thể lực, tri thức và kỹ năng lao động của mình, người lao động sử dụng tư liệu lao động tác động vào đối tượng lao động để sản xuất ra của cải vật chất. “Nguồn: Triết học (phần II) , 2008” [9].

Thành công của một doanh nghiệp bao giờ cũng gắn chặt với yếu tố con người. Với tư cách vừa là chủ thể của quá trình kinh doanh, vừa là yếu tố đầu vào của quá trình kinh doanh, con người luôn là yếu tố quan trọng và có tính quyết định đến sự thành bại và hiệu quả của hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Ngày nay, mặc dù nhân loại đã đạt được rất nhiều thành tựu mang tính đột phá, cách mạng về khoa học, kỹ thuật, công nghệ, thông tin.... Các yếu tố này đã, đang và sẽ can thiệp hoặc thay thế lao động của con người ở nhiều công đoạn, lĩnh vực, tuy nhiên cho đến hiện nay thì yếu tố con người vẫn mang ý nghĩa quyết định.

1.4.1.3 Trình độ tổ chức quản lý

Ở bất cứ một doanh nghiệp nào, bộ máy quản lý đều có ảnh hưởng rất lớn đến quá trình kinh doanh. Bộ máy quản lý có hiệu quả sẽ góp phần xây dựng một cơ cấu tổ chức hợp lý, từ đó tạo ra một cơ cấu kinh doanh phù hợp thúc đẩy doanh nghiệp hoạt động có hiệu quả.

Trình độ tổ chức bộ máy quản lý của doanh nghiệp thể hiện qua các tiêu chí như: sự lựa chọn mô hình cấu trúc tổ chức tốt, bộ máy tổ chức gọn gàng và hiệu quả, sự phân công chức năng nhiệm vụ quản lý rõ ràng và không chồng chéo, sự phân cấp về trách nhiệm quyền hạn giải quyết công việc hợp lý, tổ chức hệ thống thông tin trong tổ chức hợp lý...

Trình độ tổ chức, quản lý của các cấp lãnh đạo trong doanh nghiệp có vai trò quyết định đến sự thành công của bộ máy tổ chức, quản lý nói riêng

hay hiệu quả kinh doanh nói chung. “Nguồn: Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của bưu điện tỉnh Long An, 2010” [6]

1.4.1.4 Mức độ áp dụng kỹ thuật, công nghệ, thông tin liên lạc

Theo Triết học Mác-Lênin, cùng với người lao động, công cụ lao động là yếu tố cơ bản của lực lượng sản xuất, đóng vai trò quyết định trong tư liệu sản xuất. Công cụ lao động là yếu tố động nhất trong tư liệu sản xuất, nó không ngừng được cải tiến và hoàn thiện trong quá trình sản xuất. Chính sự cải tiến và hoàn thiện không ngừng công cụ lao động đã làm biến đổi toàn bộ tư liệu sản xuất. Trình độ phát triển của công cụ lao động là thước đo trình độ chinh phục tự nhiên của con người, là tiêu chuẩn phân biệt các thời đại kinh tế trong lịch sử. “Nguồn: Triết học (phần II), 2008” [9].

Trong hoạt động dịch vụ vận tải đường biển, việc làm chủ, đổi mới công nghệ, kỹ thuật, trang thiết bị phải luôn được coi trọng không chỉ bởi vì do việc đòi hỏi ngày càng cao của các cơ quan đăng kiểm, các công ước về hàng hải mà nó còn là lợi thế to lớn trong việc cạnh tranh tìm nguồn hàng, dịch vụ. Tuy nhiên việc áp dụng kỹ thuật, công nghệ còn phụ thuộc rất nhiều vào các yếu tố khác, đòi hỏi phải có sự phối hợp một cách đồng bộ như: Vốn đầu tư, nguồn nhân lực, cơ sở hạ tầng, sự đồng bộ với các trang thiết bị khác...

Một đặc thù của dịch vụ vận tải đường biển là các thiết bị, phương tiện vận tải thường có tuổi thọ cao, thời gian khai thác kéo dài, giá trị lớn do đó mức độ áp dụng kỹ thuật, công nghệ phải dựa trên cơ sở nắm bắt, tính toán những thông tin liên quan đến sự biến đổi đang diễn ra của các yếu tố khoa học, kỹ thuật, công nghệ liên quan đến ngành để có thể đạt hiệu quả cao nhất.

Trong một doanh nghiệp, thông tin là một nguồn lực quan trọng để đảm bảo mọi hoạt động của các thành viên trong doanh nghiệp phù hợp với mục đích hoạt động của mình trong mọi hoạt động của doanh nghiệp, là

nguồn sức mạnh đảm bảo thắng lợi trong cạnh tranh. Thông tin giúp doanh nghiệp có thể vượt qua đối thủ cạnh tranh của mình ở những thời điểm cạnh tranh quyết liệt. “Nguồn: Quản trị kinh doanh, 2011” [5].

Trong hoạt động dịch vụ vận tải đường biển, bên cạnh những vai trò chung trong kinh tế, thông tin còn đóng vai trò cực kỳ quan trọng trong việc đảm bảo an toàn cho các phương tiện vận tải và các lao động hoạt động trên các phương tiện đó.

1.4.1.5 Sản phẩm dịch vụ

Trong quá trình sản xuất thì đầu vào là các yếu tố sản xuất như tư liệu sản xuất, công cụ sản xuất, lao động... còn đầu ra là các sản phẩm hoặc dịch vụ. Trong suốt quá trình hoạt động, sự chấp nhận của thị trường đối với sản phẩm hoặc dịch vụ mà doanh nghiệp cung ứng là yếu tố quan trọng nhất quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Nếu sản phẩm dịch vụ được chấp nhận ngay từ ban đầu sẽ tạo điều kiện cho việc thâm nhập thị trường một cách thuận lợi, từ đó làm tăng doanh thu, giảm chi phí, tăng lợi nhuận, tức là làm tăng hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, tăng sức cạnh tranh của sản phẩm, dịch vụ trên thị trường.

Trong dịch vụ vận tải đường biển, việc xác định đúng dịch vụ mà doanh nghiệp dự kiến đưa ra thị trường có ý nghĩa vô cùng quan trọng do vốn đầu tư lớn, thời gian thu hồi vốn dài vì vậy nó đòi hỏi phải có những tính toán, dự báo về thị trường đầu vào, đầu ra, xu hướng phát triển một cách chính xác. Việc xác định sai lầm trong chiến lược sản phẩm sẽ dẫn tới hậu quả to lớn.

1.4.1.6 Chi phí kinh doanh

Chi phí là những phí tổn mà doanh nghiệp phải chịu trong quá trình kinh doanh của mình.

Chi phí trong quá trình kinh doanh chiếm tỉ lệ không nhỏ và ảnh hưởng đến lợi nhuận của doanh nghiệp theo một tỷ lệ ngược chiều. Do vậy việc quản lý chi phí trong doanh nghiệp phải luôn được coi trọng và phải thực hiện liên tục trong suốt quá trình hoạt động của doanh nghiệp. “Nguồn: Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của bưu điện tỉnh Long An, 2010” [6].

1.4.1.7 Quản trị chiến lược

Quản trị chiến lược có vai trò rất quan trọng đối với doanh nghiệp. Quản trị chiến lược giúp doanh nghiệp xác định được sứ mạng và mục tiêu, lựa chọn phương hướng để đạt mục tiêu và cho biết vị trí của doanh nghiệp trong quá trình thực hiện mục tiêu. Quản trị chiến lược giúp các nhà quản trị và nhân viên biết được các công việc cần làm để đạt được mục tiêu.

Quản trị chiến lược là một quá trình thường xuyên, liên tục đòi hỏi sự tham gia của tất cả các thành viên trong tổ chức. “Nguồn: Giáo trình quản trị chiến lược, 2009” [15].

Trong xu thế hội nhập ngày càng sâu, rộng của ngành dịch vụ vận tải đường biển với khu vực và thế giới, các doanh nghiệp dịch vụ vận tải đường biển Việt Nam phải tìm mọi cách nâng cao năng lực cạnh tranh của mình ngay cả trên sân nhà trong đó có việc nâng cao hiệu quả kinh doanh. Để thực hiện được điều đó liên quan mật thiết đến việc lập kế hoạch và sử dụng các nguồn lực hiện có và tiềm tàng của doanh nghiệp, nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ, tối ưu hóa quá trình kinh doanh của doanh nghiệp.... Tất cả các hoạt động liên quan đến giải quyết các vấn đề đó đều có thể được coi như là hoạt động quản trị chiến lược trong doanh nghiệp dịch vụ vận tải đường biển. “Nguồn: Quản trị chiến lược trong các doanh nghiệp vận tải biển Việt Nam, 2007” [2].

1.4.1.8 Quản trị marketing

Trong hoạt động kinh doanh của một doanh nghiệp, marketing giữ một vai trò rất quan trọng. Marketing chính là cầu nối giữa người mua và người bán, giữa người cung cấp dịch vụ và người sử dụng dịch vụ, giúp cho người bán hiểu được nhu cầu đích thực của người mua nhằm thỏa mãn một cách tối ưu nhất.

Quản trị marketing là sự phân tích, hoạch định, thực hiện và kiểm tra các chương trình đã đề ra, nhằm tạo dựng, bồi đắp và duy trì những trao đổi với người mua mà mình muốn hướng đến, trong mục đích đạt được các mục tiêu của doanh nghiệp. “Nguồn: Quản trị doanh nghiệp , 2012” [10].

1.4.2 Các yếu tố bên ngoài

Trong quá trình kinh doanh của mình, bản thân doanh nghiệp không chỉ chịu tác động của các yếu tố nội tại bản thân doanh nghiệp mà còn phải chịu tác động thường xuyên và quan trọng của các yếu tố bên ngoài. Cùng với các yếu tố nội tại doanh nghiệp, những yếu tố bên ngoài sẽ có những ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

1.4.2.1 Môi trường chính trị, pháp luật của nhà nước sở tại

Trong mọi hoạt động của mình, doanh nghiệp đều phải tuân thủ pháp luật của nước sở tại. Đây cũng là môi trường pháp lý cho hoạt động của doanh nghiệp, nó qui định các hành vi của doanh nghiệp, đồng thời cũng là cơ sở để giải quyết các tranh chấp có thể xảy ra trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp.

Do tính chất toàn cầu, môi trường pháp lý luôn thay đổi trong hoạt động dịch vụ vận tải đường biển, các doanh nghiệp khi tiến hành quá trình kinh doanh của mình, phải luôn quan tâm, nắm bắt các yếu tố về chính trị, pháp luật...tại các địa phương mà phương tiện của mình sắp đến thông qua các kênh thông tin mà quan trọng nhất là thông tin từ hệ thống đại lý của mình, để có thể có các quyết sách kịp thời tránh gây tổn thất cho bản thân doanh nghiệp.

1.4.2.2 Các yếu tố về kinh tế vĩ mô

Các yếu tố kinh tế vĩ mô có ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động của doanh nghiệp như: Tình hình phát triển kinh tế-xã hội, lạm phát, các chính sách kinh tế-xã hội, tài chính tiền tệ của chính phủ, cán cân thanh toán, các chính sách mở cửa hòa nhập với thế giới của chính phủ, tăng dân số, tỷ lệ thất nghiệp....

Mức độ tác động của các yếu tố nói trên đối với từng ngành, từng doanh nghiệp sẽ khác nhau và trong từng thời kỳ khác nhau sẽ khác nhau.

1.4.2.3 Môi trường tự nhiên

Môi trường tự nhiên ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp nhất là một số ngành như: Nông nghiệp, khai khoáng, vận tải trong đó ảnh hưởng rõ rệt nhất là vận tải đường biển.... Các điều kiện tự nhiên như địa lý, tài nguyên thiên nhiên, thời tiết khí hậu... luôn là một trong những cơ sở quan trọng để doanh nghiệp vận tải đường biển xây dựng chiến lược hoạt động, các kế hoạch kinh doanh trong từng thời kỳ.

1.4.2.4 Khoa học, kỹ thuật, công nghệ

Sự phát triển mang tính cách mạng, bước ngoặt, đột biến, nhất là trong thời gian gần đây, đã làm cho khoa học, kỹ thuật và công nghệ trở thành lực lượng sản xuất trực tiếp có tác động mạnh mẽ tới sự phát triển của nền kinh tế của từng quốc gia, từng ngành và từng doanh nghiệp. “Nguồn: Triết học (phần II) , 2008” [9].

Nhờ ứng dụng các thành tựu mới của khoa học, kỹ thuật và công nghệ mà các doanh nghiệp có thể nhanh chóng đưa ra các sản phẩm hoặc dịch vụ có chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu thị trường với giá thành hạ, làm tăng lợi nhuận, tăng hiệu quả kinh doanh, tăng khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp trên thị trường ví dụ như việc hình thành phương thức vận tải container, phương thức vận tải đa phương thức...trong vận tải đường biển.

Tuy nhiên, việc phát triển nhanh chóng của khoa học, công nghệ ... cũng là một thách thức không nhỏ cho các doanh nghiệp, đó là sự lạc hậu rất nhanh chóng của công nghệ và các trang thiết bị mà doanh nghiệp đang có dẫn đến chi phí lớn khi phải thay đổi công nghệ hoặc các trang thiết bị. Do vậy khi xây dựng chiến lược kinh doanh, đầu tư công nghệ mới, sản phẩm hoặc dịch vụ mới...doanh nghiệp cần phải tính toán thật kỹ lưỡng trên cơ sở xu hướng phát triển kỹ thuật, công nghệ...của ngành mình.

1.4.2.5 Thị trường

Thị trường bao gồm cả thị trường các yếu tố đầu vào và thị trường các yếu tố đầu ra của doanh nghiệp. Thị trường đầu vào cung cấp các yếu tố phục vụ cho quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Trong dịch vụ vận tải đường biển, thị trường này cũng rất quan trọng vì các yếu tố đầu vào như: Nhiên liệu, vật tư phụ tùng thay thế, lao động ...luôn chiếm tỉ lệ rất lớn trong chi phí kinh doanh, nó tác động trực tiếp đến chi phí kinh doanh và do vậy tác động trực tiếp đến hiệu quả của doanh nghiệp. Thị trường đầu ra là người sử dụng sản phẩm dịch vụ vận tải của doanh nghiệp, nó tạo ra doanh thu, quyết định quá trình tái sản xuất và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Việc tạo lập thị trường đầu ra có ý nghĩa sống còn đối với mỗi doanh nghiệp.

1.4.2.6 Đối thủ cạnh tranh

Đối thủ cạnh tranh luôn là nhân tố không thể thiếu trong nền kinh tế thị trường. Trong nền kinh tế toàn cầu hiện nay sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt, các doanh nghiệp không chỉ cạnh tranh với các doanh nghiệp trong nước mà còn phải cạnh tranh với các doanh nghiệp ngoài nước, để có thể tồn tại và phát triển các doanh nghiệp phải thường xuyên hoàn thiện mình, duy trì lợi thế cạnh tranh sẵn có và khắc phục các yếu điểm so với đối thủ cạnh tranh. Nâng cao hiệu quả kinh doanh cũng là biện pháp quan trọng để duy trì lợi thế cạnh tranh. Đối thủ cạnh tranh luôn là trở ngại lớn cho doanh nghiệp

trong việc nâng cao hiệu quả kinh tế. Các doanh nghiệp trong lĩnh vực dịch vụ vận tải đường biển cũng không ngoài các điều kiện này.

1.5 Các hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh

Để đánh giá được hiệu quả kinh doanh trong một kỳ nhất định chúng ta phải tiến xây dựng các hệ thống các chỉ tiêu phù hợp với đặc điểm của doanh nghiệp. Hệ thống chỉ tiêu là một tập hợp các chỉ tiêu có quan hệ chặt chẽ với nhau, tác động qua lại lẫn nhau, bổ sung cho nhau. Thông qua hệ thống chỉ tiêu tất cả các khía cạnh của hiệu quả kinh doanh của một doanh nghiệp được phản ánh một cách tổng hợp, toàn diện. Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp bao gồm : Các chỉ tiêu tổng hợp, các chỉ tiêu đánh giá các yếu tố cơ bản, hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả về mặt kinh tế - xã hội . “Nguồn : Giáo trình phân tích báo cáo tài chính , 2011” [11].

1.5.1 Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh tổng hợp

Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh tổng hợp đánh giá một cách chung nhất về hiệu quả kinh doanh của một doanh nghiệp, phản ánh toàn bộ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

1.5.1.1 Chỉ tiêu tổng lợi nhuận

Tổng lợi nhuận của một doanh nghiệp là khoản chênh lệch giữa tổng doanh thu và tổng chi phí của doanh nghiệp trong một thời kỳ nhất định.

$$\textbf{Tổng lợi nhuận} = \textbf{Tổng doanh thu} - \textbf{Tổng chi phí}$$

Chỉ tiêu tổng lợi nhuận gọi là hiệu quả tuyệt đối của hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Phương pháp đánh giá: Các phương pháp đánh giá chỉ tiêu này bao gồm so sánh thực hiện giữa các kỳ đánh giá, phân loại mức độ của hiệu quả kinh doanh.

1.5.1.2 Chi tiêu tỉ suất lợi nhuận trên doanh thu

Chỉ tiêu này cho biết trong một kỳ phân tích, doanh nghiệp thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp trên một đồng doanh thu hoặc doanh thu thuần. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng chi phí càng tốt và ngược lại.

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

Phương pháp đánh giá: Nhóm chỉ tiêu này dùng để so sánh các kỳ thực hiện, so sánh với các doanh nghiệp khác trong ngành.

1.5.2 Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng các yếu tố cơ bản của hoạt động kinh doanh

Các chỉ tiêu hiệu quả sử dụng các yếu tố cơ bản của hoạt động kinh doanh xác định mức độ tác động của từng yếu tố đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp trong kỳ .

1.5.2.1 Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu

- Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE)

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

Chỉ tiêu này cho biết, trong kỳ phân tích doanh nghiệp thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận trên một đồng vốn chủ sở hữu. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp càng tốt, góp phần nâng cao khả năng đầu tư của chủ doanh nghiệp. Tuy nhiên tỷ suất lợi nhuận cần được xem xét trong cơ cấu vốn của doanh nghiệp, tỷ lệ lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu cao có thể do tỉ lệ vốn chủ sở hữu trong cơ cấu vốn thấp dẫn đến mức độ rủi ro trong kinh doanh cao.

- Vòng quay của vốn chủ sở hữu

$$\text{Vòng quay của vốn chủ sở hữu} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Vốn chủ sở hữu bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết vốn chủ sở hữu quay được bao nhiêu vòng trong kỳ phân tích. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ sự vận động của vốn chủ sở hữu càng hiệu quả, góp phần làm nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

- Suất hao phí của vốn chủ sở hữu

$$\text{Suất hao phí của vốn chủ sở hữu} = \frac{\text{Vốn chủ sở hữu bình quân}}{\text{Doanh thu thuần}}$$

Chỉ tiêu này cho biết một đồng doanh thu thuần tạo ra trong kỳ phân tích của doanh nghiệp thì cần bao nhiêu đồng vốn chủ sở hữu. Chỉ tiêu này càng thấp chứng tỏ hiệu suất sử dụng vốn chủ sở hữu càng cao.

Phương pháp đánh giá: Nhóm chỉ tiêu này dùng để so sánh các kỳ thực hiện, so sánh với các doanh nghiệp khác trong ngành.

1.5.2.2 Hiệu quả sử dụng tài sản

- Tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA)

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận trên tài sản} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tài sản bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong một kỳ phân tích, doanh nghiệp thu bao nhiêu đồng lợi nhuận trên một đồng tài sản đầu tư. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng tài sản tốt, góp phần nâng cao khả năng đầu tư của doanh nghiệp.

- Số vòng quay của tài sản

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

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ phân tích các tài sản quay được bao nhiêu vòng, chỉ tiêu càng cao, chứng tỏ tài sản vận động càng nhanh, góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

- Suất hao phí của tài sản

$$\text{Suất hao phí của tài sản so với doanh thu thuần} = \frac{\text{Tài sản bình quân}}{\text{Doanh thu thuần}}$$

Chỉ tiêu này cho biết, trong kỳ phân tích để thu được một đồng doanh thu thuần, doanh nghiệp cần bao nhiêu đồng tài sản đầu tư. Chỉ tiêu này càng thấp, chứng tỏ hiệu quả sử dụng tài sản càng tốt, góp phần tiết kiệm tài sản và nâng cao doanh thu thuần trong kỳ của doanh nghiệp.

Phương pháp đánh giá: Nhóm chỉ tiêu này dùng để so sánh các kỳ thực hiện, so sánh với các doanh nghiệp khác trong ngành.

1.5.2.3 Hiệu quả sử dụng chi phí

- Tỷ suất lợi nhuận trên tổng chi phí

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận trên tổng chi phí} = \frac{\text{Lợi nhuận trước thuế}}{\text{Tổng chi phí}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ phân tích doanh nghiệp đầu tư một đồng chi phí thì thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận trước thuế, chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ mức lợi nhuận trong chi phí càng lớn, doanh nghiệp đã tiết kiệm được các khoản chi phí chi ra trong kỳ.

- Tỷ suất lợi nhuận so với giá vốn bán hàng và cung cấp dịch vụ

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận so với giá vốn bán hàng và cung cấp dịch vụ} = \frac{\text{Lợi nhuận gộp về bán hàng}}{\text{Giá vốn hàng bán và cung cấp dịch vụ}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ phân tích doanh nghiệp đầu tư một đồng giá vốn bán hàng thì sẽ thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận từ hoạt động bán hàng và cung cấp dịch vụ, chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ mức lợi nhuận

trong giá vốn bán hàng càng lớn, thể hiện các mặt hàng kinh doanh có lời nhất. Chỉ tiêu này thường phụ thuộc vào đặc điểm kinh doanh của từng ngành.

- Tỷ suất lợi nhuận của chi phí quản lý doanh nghiệp

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận của chi phí quản lý doanh nghiệp} = \frac{\text{Lợi nhuận thuần từ HĐKD}}{\text{Chi phí quản lý doanh nghiệp}}$$

Chỉ tiêu này cho biết, trong kỳ phân tích, doanh nghiệp đầu tư một đồng chi phí quản lý doanh nghiệp sẽ thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận, chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ mức lợi nhuận trong chi phí quản lý doanh nghiệp càng lớn, doanh nghiệp đã tiết kiệm được chi phí quản lý.

Phương pháp đánh giá : Nhóm chỉ tiêu này dùng để so sánh các kỳ thực hiện, so sánh với các doanh nghiệp khác trong ngành.

1.5.2.4 Chi tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động

Số lượng và chất lượng của lao động là yếu tố cơ bản trong sản xuất, góp phần quan trọng trong năng lực sản xuất của doanh nghiệp. Hiệu quả sử dụng lao động biểu hiện ở năng suất lao động và tỷ suất lợi nhuận của lao động.

- Năng suất lao động

$$\text{Năng suất lao động} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Số lao động bình quân}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh mỗi người lao động tham gia sản xuất trong kỳ làm ra bao nhiêu đồng doanh thu thuần. Đây là chỉ tiêu thường được đề cập, nó quyết định sự phát triển hoạt động kinh doanh của một doanh nghiệp.

- Mức sinh lợi của lao động

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận của lao động} = \frac{\text{Lợi nhuận trước thuế}}{\text{Số lao động bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết, trong kỳ phân tích, mỗi người lao động tham gia sản xuất tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Chỉ tiêu này càng cao, hiệu quả sử dụng lao động càng lớn.

Phương pháp đánh giá: Nhóm chỉ tiêu này dùng để so sánh các kỳ thực hiện, so sánh với các doanh nghiệp khác trong ngành.

1.5.3 Các chỉ tiêu hiệu quả về mặt kinh tế-xã hội

Hiệu quả kinh tế-xã hội của doanh nghiệp được coi là kết quả giữa các lợi ích của nền kinh tế-xã hội thu được so với chi phí mà nền kinh tế-xã hội đã bỏ ra thông qua hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Việc đóng góp cho ngân sách nhà nước bao gồm các khoản đóng góp về thuế, đây là các nguồn thu hết sức quan trọng của nhà nước phục vụ cho các hoạt động của mình. Khi tiến hành các hoạt động kinh doanh, doanh nghiệp phải sử dụng lao động, điều này góp phần giảm tỉ lệ thất nghiệp của nền kinh tế. Sự hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp sẽ góp phần cải thiện năng lực của cơ sở hạ tầng của cả nền kinh tế. Khi doanh nghiệp tiến hành hoạt động kinh doanh cũng có ảnh hưởng lớn đến môi trường, tác động đó có thể là tích cực, có thể là tiêu cực.

Ngoài ra hoạt động của doanh nghiệp còn tác động đến các mặt chính trị-xã hội và kinh tế khác như tận dụng và khai thác các nguồn tài nguyên chưa được quan tâm, tiếp nhận các công nghệ mới, nâng cao năng suất lao động, nâng cao trình độ kỹ thuật của sản xuất, trình độ của người lao động, nâng cao mức sống của người lao động...từ đó góp phần nâng cao dân trí và đào tạo nhân lực cho đất nước.

Phương pháp đánh giá : Nhóm chỉ tiêu này dùng để phân tích, đánh giá, so sánh giữa các kỳ thực hiện.

Tóm tắt chương I

Từ những khái niệm, bản chất và ý nghĩa về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, trọng tâm của chương I là hệ thống hóa cơ sở lý luận về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp căn cứ trên đặc thù của ngành dịch vụ vận tải đường biển, nêu lên quan điểm cơ bản khi tiến hành đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp là: Kết hợp giữa hai mặt định tính và định lượng, hiệu quả kinh doanh gắn liền với yếu tố không gian và thời gian, hiệu quả kinh doanh phải gắn liền với việc đảm bảo hài hòa lợi ích người lao động, doanh nghiệp và xã hội, hiệu quả kinh doanh còn phải thống nhất với hiệu quả chính trị-xã hội của đất nước.

Trên cơ sở đó đưa ra hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực vận tải đường biển.

Ngoài ra chương I đã đề cập đến các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp vận tải đường biển bao gồm các yếu tố bên trong và bên ngoài như: Vốn, lao động, trình độ tổ chức quản lý, môi trường chính trị, chính sách pháp luật của nhà nước sở tại, môi trường tự nhiên, thị trường....

Những tổng hợp lý luận cơ bản về hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nói chung và của doanh nghiệp dịch vụ vận tải đường biển nói riêng làm nền tảng để đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn trong những chương tiếp theo.

Chương 2**PHÂN TÍCH HIỆU QUẢ KINH DOANH
CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN VẬN TẢI BIỂN SÀI GÒN
GIAI ĐOẠN 2007– 2011****2.1 Giới thiệu về ngành dịch vụ vận tải đường biển và Công ty
Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn****2.1.1 Giới thiệu về dịch vụ vận tải đường biển****2.1.1.1 Khái niệm, phân loại và đặc điểm của dịch vụ vận tải
đường biển**

Dịch vụ vận tải đường biển là hoạt động vận tải có liên quan đến việc sử dụng kết cấu hạ tầng, các thiết bị xếp dỡ, các phương tiện vận tải, các dịch vụ khác có liên quan... gắn liền với các tuyến đường biển nối liền các vùng, miền trong một quốc gia, các quốc gia, các khu vực trên thế giới để phục vụ cho việc dịch chuyển hành khách và hàng hóa trên những tuyến đường biển.

Có nhiều cách phân loại dịch vụ vận tải đường biển, theo phân loại của Tổ chức Thương mại Thế giới (World Trade Organization –WTO), dịch vụ vận tải đường biển được chia thành 04 nhóm là :

Nhóm 1: Vận tải đường biển quốc tế (International Maritime Transport)

Vận tải đường biển có năng lực vận chuyển rất lớn, phương tiện vận tải đường biển là các tàu có sức chở cao, hầu như không bị giới hạn về số lượng và thời gian trên cùng một tuyến đường như những phương tiện vận tải khác. Vận tải đường biển thích hợp cho việc vận chuyển hầu hết các loại

hàng hóa, đặc biệt là những hàng hóa có giá trị thấp và khối lượng vận chuyển lớn. Giá thành vận tải đường biển thuộc loại thấp nhất trong các dịch vụ vận tải do trọng tải tàu biển lớn, cự ly vận chuyển trung bình lớn, năng suất lao động cao, chi phí thấp...

Ngày nay, do việc áp dụng phát triển của khoa học, kỹ thuật, công nghệ, thông tin trong dịch vụ vận tải đường biển nên hiệu quả ngày càng cao.

Bên cạnh đó, vận tải đường biển cũng có một số các hạn chế sau:

Tốc độ các loại tàu biển tương đối thấp so với nhiều loại hình vận tải khác, trung bình chỉ khoảng 14-20 hải lý/giờ, do vậy không thích hợp với những loại hàng hóa có yêu cầu giao hàng nhanh. Vận tải đường biển chịu nhiều tác động của điều kiện tự nhiên do vậy độ rủi ro cao. Các tàu biển hoạt động tương đối độc lập giữa các vùng không gian rộng lớn khi xảy ra sự cố thì việc cứu hộ, cứu nạn rất khó khăn. Các tuyến đường vận tải đường biển thường rất dài, thời gian hành trình dài, cho nên các tàu phải dừng chân ở nhiều cảng khác nhau thuộc các quốc gia khác nhau, do đó rất dễ bị ảnh hưởng bởi các chính sách kinh tế, pháp luật của các quốc gia đó, tác động đó càng lớn khi các quốc gia đó xảy ra các sự cố như: Chiến tranh, thiên tai, đình công...

Nhóm 2: Dịch vụ hỗ trợ hàng hải (Maritime Auxiliary Service) bao gồm các dịch vụ: Xếp dỡ hàng hóa, lưu kho bãi và cho thuê kho bãi, dịch vụ hải quan, dịch vụ làm hàng container, đại lý tàu biển, dịch vụ giao nhận hàng hóa.

Nhóm 3: Nhóm tiếp cận/ sử dụng dịch vụ cảng (Access to/ Use of Port Service), bao gồm: Hoa tiêu; lai dắt và hỗ trợ kéo tàu biển; cung cấp thực phẩm, dầu, nước, thu gom rác thải và xử lý nước la-canh; dịch vụ cảng vụ; bảo đảm hàng hải; dịch vụ khai thác trên bờ cần thiết cho con tàu kể cả cung cấp thông tin liên lạc, nước và điện công cộng; sửa chữa khẩn cấp trang thiết bị và dịch vụ neo đậu và cập cầu cảng.

Nhóm 2 và nhóm 3 là những nhóm dịch vụ mang tính phụ thuộc, đi cùng và phát triển cùng với vận tải đường biển.

Nhóm 4 : Vận tải đa phương thức quốc tế (International Multi modern Transport)

Đây là phương thức vận tải hàng hóa bằng ít nhất hai phương thức vận tải khác nhau trở lên, trên cơ sở một hợp đồng vận tải đa phương thức từ một điểm ở một nước tới một điểm được chỉ định ở nước khác để giao hàng.

“Nguồn: Hướng phát triển của các doanh nghiệp đại lý hàng hải tại khu vực cảng biển Hải Phòng, 2010)” [17].

2.1.1.2 Tình hình ngành dịch vụ vận tải đường biển trong giai đoạn hiện nay

Thời gian vừa qua, cùng với sự biến động của kinh tế thế giới, hoạt động vận tải đường biển cũng có nhiều biến động lớn. Trong năm 2007 và vào nửa đầu năm 2008, tình hình kinh tế có nhiều thuận lợi, các doanh nghiệp vận tải đường biển cũng được hưởng lợi từ thời cơ này và đạt được các chỉ tiêu kinh doanh cao nhất trong vòng 05 năm trở lại đây.

Tuy nhiên, tình trạng đó không kéo dài, thị trường vận tải đường biển đã nhanh chóng đổi chiều, cuối năm 2008, và trong suốt năm 2009 cuộc suy thoái kinh tế-tài chính toàn cầu đã tác động rất xấu đến các thành phần kinh tế trong đó có ngành dịch vụ vận tải đường biển. Các doanh nghiệp vận tải đường biển nói chung và các doanh nghiệp vận tải đường biển Việt Nam nói riêng liên tục ở trong tình trạng rơi tự do. Cước vận tải đường biển giảm sút nghiêm trọng. Giá cước, giá thuê tàu giảm 50% đến 95% tùy theo tuyến vận chuyển, loại tàu, tuổi tàu...ví dụ: Giá cước chở gạo từ thành phố Hồ Chí Minh đi Philippines giảm từ 32 USD/tấn năm 2007 xuống còn 13 USD/tấn vào cuối 2008 đầu 2009, cước vận chuyển của tàu container từ Việt Nam đi

Châu Âu còn khoảng 300 USD/TEU thay vì bình quân khoảng 1.300 USD/TEU.

Tại thời điểm này, do lượng tàu nhiều, khối lượng hàng ít, nên sự cạnh tranh giữa các chủ tàu càng khốc liệt.

Bước sang 2010, nền kinh tế thế giới có dấu hiệu hồi phục nhưng ở mức thấp. Thị trường vận tải đường biển cũng được cải thiện, tuy nhiên mức phục hồi chưa cao, chưa bền vững và chậm hơn so với đà phục hồi chung của thế giới. Những năm tiếp theo với các doanh nghiệp vận tải đường biển, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ tiếp tục có nhiều thách thức hơn là cơ hội.

2.1.1.3 Tiềm năng ngành dịch vụ vận tải đường biển Việt Nam

Với vị trí địa lý là nằm ở khu vực có mạng lưới vận chuyển hàng hóa năng động vào bậc nhất thế giới, theo dự đoán của các chuyên gia trong vòng từ 5-10 năm tới khoảng 2/3 số lượng hàng hóa xuất nhập khẩu của thế giới sẽ phải đi qua vùng Biển Đông, đây là cơ hội rất lớn cho Việt Nam với hơn 3260 km bờ biển, dọc bờ biển có rất nhiều địa điểm có thể xây cảng biển phát triển dịch vụ vận tải đường biển đem lại nguồn thu đáng kể cho đất nước.

Mặc dù được sự quan tâm của Đảng và nhà nước nhưng sự phát triển của ngành dịch vụ vận tải đường biển Việt Nam vẫn chưa xứng với tiềm năng mình. Đến đầu năm 2010, đội tàu biển Việt Nam với 1.654 tàu, trong đó có 450 tàu biển hoạt động tuyến quốc tế với tổng trọng tải đạt 6,2 triệu DWT xếp vị trí 60/152 quốc gia và xếp thứ 4 trong 10 nước ASEAN. Về tuổi tàu, đội tàu Việt Nam xếp sau Singapore, với trung bình là 12,9 tuổi. Hiệu quả mà các doanh nghiệp vận tải biển Việt Nam thu được vẫn chưa xứng với nỗ lực đầu tư. Ngay ở thị trường trong nước, đội tàu biển Việt Nam chỉ giành được khoảng 15% thị phần vận chuyển hàng hóa xuất nhập khẩu, hơn 85%

còn lại tương đương 251 triệu tấn hàng/năm thông qua các cảng biển cả nước đang do các đội tàu nước ngoài đảm nhận.

Đối tượng vận chuyển chủ yếu của các doanh nghiệp vận tải đường biển Việt Nam chỉ là các loại nông sản như: Gạo, đường, tiêu, sản lát... các loại hàng tiêu dùng như giày dép, thủy sản (xuất khẩu), các loại hàng nguyên vật liệu thô như: Quặng sắt, clinker, phân bón... là các loại hàng có giá trị thấp, giá cước vận tải không cao.

Các tuyến hoạt động chủ yếu của các doanh nghiệp vận tải đường biển Việt Nam là trong các khu vực thuộc Châu Á, hoặc các tuyến đi sang Nam Mỹ, Châu Phi... hiện tại một số doanh nghiệp đang cố gắng để mở các tuyến mới đi các khu vực xa hơn trên thế giới như Úc, Mỹ, Bắc Âu...

Việt Nam còn thiếu những cơ sở vật chất như hệ thống cảng biển, cảng trung chuyển, hệ thống dịch vụ hàng hải, đóng và sửa chữa tàu biển qui mô, hệ thống nghiên cứu khoa học công nghệ biển, các cơ sở dự báo thiên tai từ biển... để có thể trở thành quốc gia có tầm cỡ trong dịch vụ vận tải đường biển.

Quyết định số 1601/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ Việt Nam ngày 15/10/2009 phê duyệt qui hoạch phát triển dịch vụ vận tải đường biển Việt Nam đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030 cũng nêu rõ “

Quan điểm phát triển: Phát huy tối đa lợi thế về vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên của đất nước, đặc biệt là tiềm năng biển để phát triển toàn diện và có bước đột phá về giao thông vận tải biển nhằm góp phần thực hiện những mục tiêu của chiến lược biển Việt Nam đến năm 2020, cụ thể là đến năm 2020 kinh tế hàng hải đứng thứ hai và sau 2020 kinh tế hàng hải đứng thứ nhất trong 05 lĩnh vực phát triển kinh tế biển; đồng thời góp phần củng cố an ninh, quốc phòng của đất nước.

Mục tiêu, định hướng phát triển: Đến năm 2020 phải thỏa mãn đầy đủ các nhu cầu vận tải đường biển của nền kinh tế quốc dân với mức tăng

trường cao, bảo đảm chất lượng cao, giá thành hợp lý và hạn chế ô nhiễm môi trường.”

2.1.2 Giới thiệu đặc điểm, quá trình hình thành và phát triển của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn

2.1.2.1 Đặc điểm của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn

- Tên Công ty : CÔNG TY CỔ PHẦN VẬN TẢI BIỂN SÀI GÒN.
- Tên giao dịch quốc tế : SAIGON SHIPPING JOINT STOCK COMPANY.
- Tên viết tắt : SSJC
- Tên gọi tắt : SAIGONSHIP
- Địa chỉ trụ sở chính : 09 Nguyễn Công Trứ, Phường Nguyễn Thái Bình, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.
- Số điện thoại : 84-8-39286316
- Số fax : 84-8-38225067
- Email : saigonship@saigonshipvn.com
- Web : www.saigonship.com.vn

- Logo : 

- **Vốn điều lệ:** Hiện nay vốn điều lệ của Công ty là 144,2 tỷ đồng, trong đó phần góp vốn của Tổng công ty Trách nhiệm hữu hạn Một thành viên Cơ khí Giao thông Vận tải Sài Gòn (SAMCO) – đại diện vốn Nhà nước chiếm 51%.

- Ngày 01/11/2010 cổ phiếu của Công ty được chính thức đưa vào giao dịch trên thị trường UPCOM của Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội.

Các chi nhánh trực thuộc : Chi nhánh Hải Phòng, Chi nhánh Cần Thơ, Chi nhánh Qui Nhơn.

Các công ty con, liên doanh, liên kết: Công ty TNHH Kho vận Bình Minh (Vốn góp 51%); Công ty Sài Gòn S.H.I.P Đà Nẵng (Vốn góp 56,12%); Công ty TNHH APM-SGS (Vốn góp 25%); Công ty TNHH Korex – Saigon Logistics (Vốn góp 33,75%); Công ty cổ phần TM-DV Quảng trường Quốc tế (Vốn góp 4%).

Ngành nghề kinh doanh:

Kinh doanh vận tải hàng hóa bằng đường biển trong và ngoài nước; đại lý và môi giới hàng hải cho các tàu trong và ngoài nước; giao nhận hàng hóa trong nước và quốc tế; dịch vụ cung ứng tàu biển; kinh doanh khai thác bãi container, kho chứa hàng trung chuyển; kinh doanh dịch vụ vận tải thủy nội địa; kinh doanh vận tải hàng bằng ô tô, đường sắt; đại lý vận tải hàng không; cho thuê văn phòng; hoạt động xuất khẩu lao động; sửa chữa container; kinh doanh bất động sản; nạo vét luồng lạch đường thủy, đường biển; khai thác, mua bán khoáng sản; sản xuất, chế biến hàng thủy – hải sản; sản xuất, mua bán vật liệu xây dựng; đầu tư xây dựng, khai thác cảng sông, cảng biển.

Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn là thành viên chính thức của Hiệp hội Chủ tàu Việt Nam, Hiệp hội Đại lý và Môi giới tàu biển, Hiệp hội Giao nhận Việt Nam. “Nguồn : Tài liệu SAIGONSHIP 30 năm phát triển và trưởng thành (22/9/1981 – 22/9/2011), 2011” [23].

2.1.2.2. Quá trình hình thành và phát triển Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn

Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn là doanh nghiệp được cổ phần hóa từ doanh nghiệp nhà nước - Công ty Vận tải biển Sài Gòn theo Quyết định số 6205/QĐ-UB ngày 09 tháng 12 năm 2004 của Chủ tịch UBND Thành phố Hồ Chí Minh .

Ngày 14/04/2006, Công ty được Phòng Đăng ký kinh doanh, Sở Kế hoạch Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh lần đầu số 410300628 (số hiện nay là 0300424088) và giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh thay đổi từ lần thứ nhất đến lần thứ bảy về việc bổ sung ngành nghề kinh doanh, tăng vốn điều lệ và người đại diện pháp luật.

Ngày 01/05/2006, Công ty chính thức đi vào hoạt động. “ Nguồn: Tài liệu SAIGONSHIP 30 năm phát triển và trưởng thành (22/9/1981 – 22/9/2011), 2011” [23].

2.1.2.3 Nguyên tắc tổ chức quản lý, cơ cấu tổ chức của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn

- Nguyên tắc tổ chức quản lý

Công ty hoạt động và quản lý kinh doanh theo Luật doanh nghiệp Việt Nam, Điều lệ Tổ chức và Hoạt động của Công ty.

Đại hội Cổ đông là cơ quan có thẩm quyền cao nhất của Công ty.

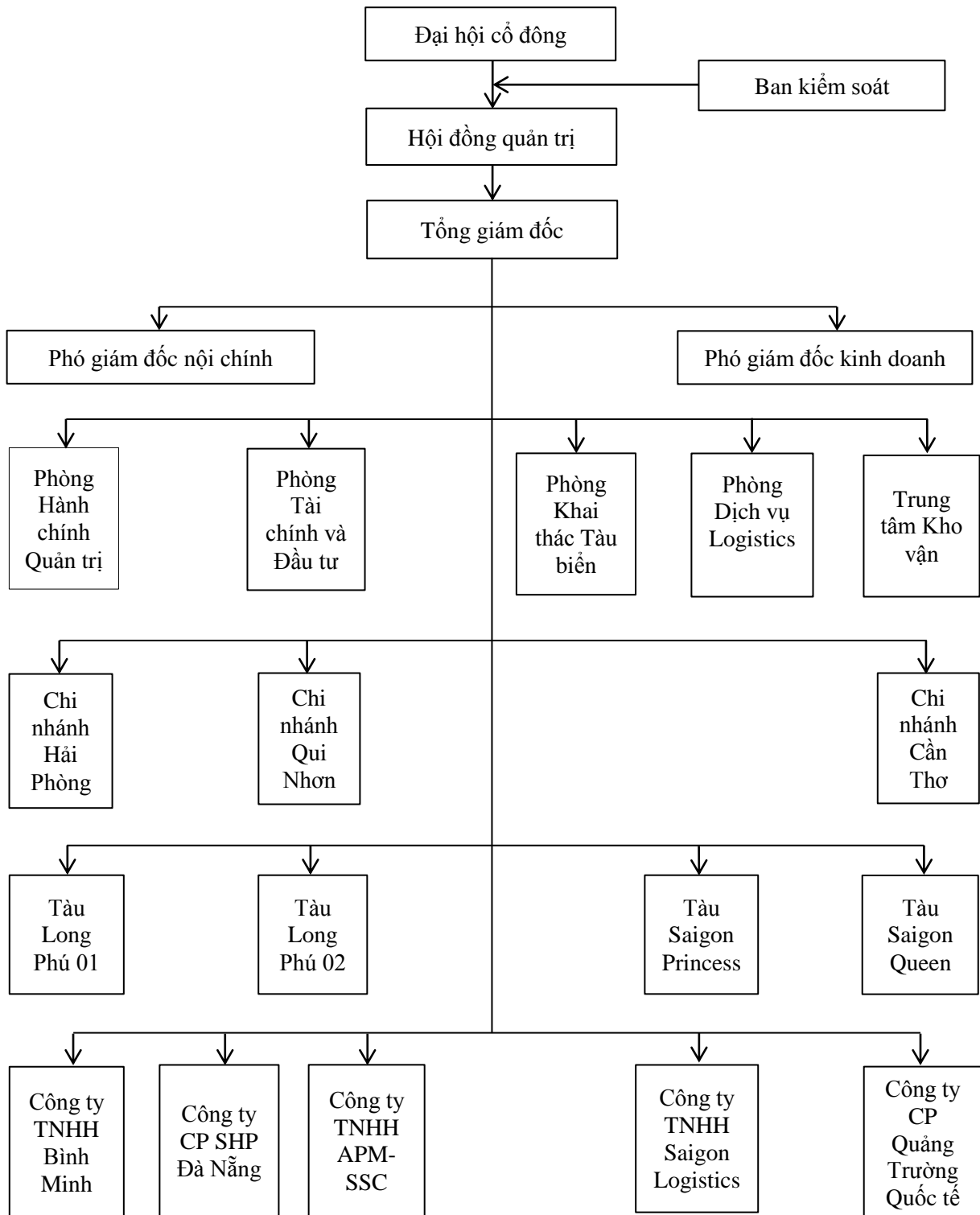
Hội đồng Quản trị là cơ quan quản lý Công ty, có toàn quyền nhân danh Công ty để quyết định mọi vấn đề liên quan đến mục đích, quyền lợi của Công ty theo qui định.

Tổng Giám đốc là người đại diện theo pháp luật của Công ty, là người điều hành mọi hoạt động hàng ngày của Công ty và chịu trách nhiệm trước Hội đồng Quản trị về việc thực hiện các quyền và nhiệm vụ được giao theo qui định.

Công ty áp dụng cơ cấu trực tuyến – chức năng và giao việc kinh doanh để điều hành hoạt động hàng ngày của Công ty. Cơ cấu tổ chức điều hành hoạt động hàng ngày của Công ty sẽ được điều chỉnh thay đổi để phù hợp với nhu cầu kinh doanh từng thời kỳ của Công ty.

- Cơ cấu tổ chức của Công ty

Sơ đồ 2.1 : Sơ đồ tổ chức Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn



“ Nguồn: Báo cáo SXKD của SAIGONSHIP từ 2007 – 2011” [22]

2.2 Đánh giá hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn

2.2.1 Kết quả kinh doanh qua các năm của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn

Bảng 2.1: Tình hình kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn giai đoạn 2007 – 2011

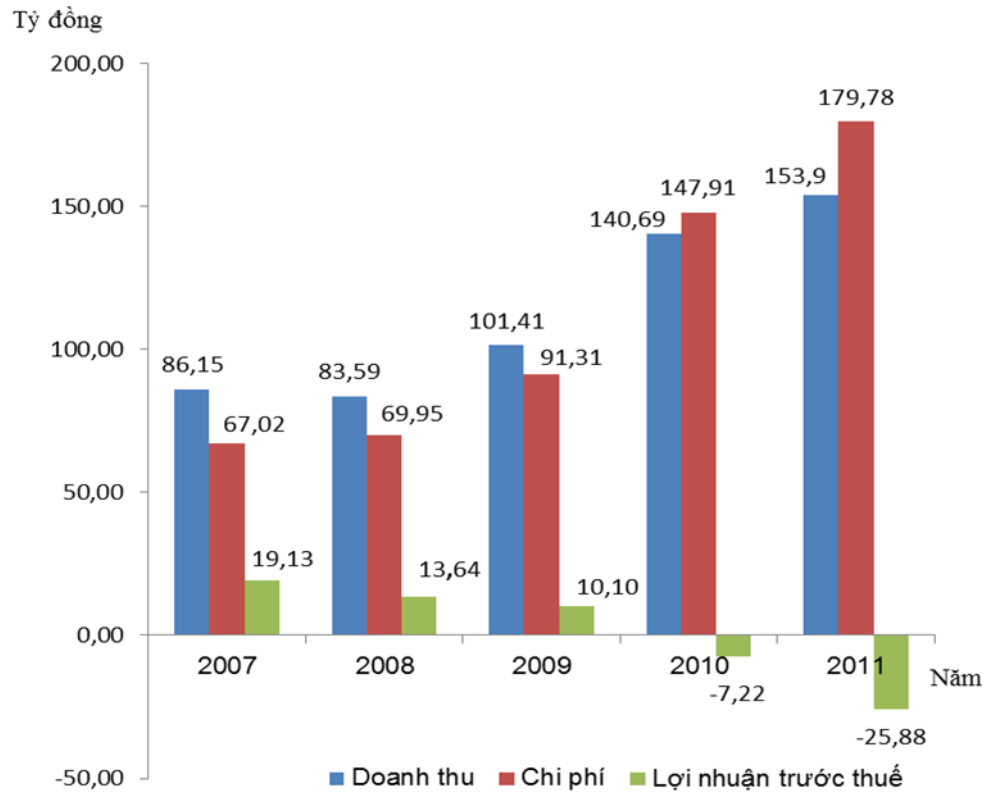
Đơn vị tính: Tỷ đồng

STT	Chỉ tiêu	2007	2008	2009	2010	2011
1	Tổng doanh thu	86,15	83,59	101,41	140,69	153,90
2	Tổng chi phí	67,02	69,95	91,31	147,91	179,78
3	Lợi nhuận trước thuế	19,13	13,64	10,10	(7,22)	(25,88)
4	Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp	0	0,30	3,21	0	0
5	Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp	19,13	13,34	6,90	(7,22)	(25,88)

“ Nguồn: Báo cáo SXKD của SAIGONSHIP từ 2007 – 2011” [22]

Qua bảng 2.1 chúng ta thấy tình hình kinh doanh của Công ty không được thuận lợi, mặc dù trong giai đoạn 2007 - 2011 chỉ tiêu tổng doanh thu tăng cao nhưng tổng chi phí cũng tăng rất cao dẫn đến chỉ tiêu lợi nhuận biến động theo chiều ngược lại, lợi nhuận giảm nhanh qua các năm 2007 đến 2009 và bị âm ở các năm 2011, 2012. Để thấy rõ hơn tình trạng trên của Công ty, tác giả tiến hành phân tích chi tiết thông qua các hệ thống chỉ tiêu về hiệu quả kinh doanh của Công ty được thể hiện ở các phần tiếp theo.

Biểu đồ 2.1: Tình hình sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn giai đoạn 2007 – 2011



2.2.2 Phân tích các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn giai đoạn 2007 – 2011

2.2.2.1 Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh tổng hợp

Bảng 2.2 : Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu giai đoạn 2007 - 2011

STT	Chỉ Tiêu	ĐVT	2007	2008	2009	2010	2011
1	Tổng doanh thu	Tỷ đồng	86,15	83,59	101,41	140,69	153,90
2	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	19,13	13,64	10,10	(7,22)	(25,88)
	<i>Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh</i>	<i>Tỷ đồng</i>	<i>(0,52)</i>	<i>7,83</i>	<i>(2,55)</i>	<i>(15,07)</i>	<i>(25,71)</i>
	<i>Lợi nhuận khác</i>	<i>Tỷ đồng</i>	<i>19,65</i>	<i>5,81</i>	<i>12,65</i>	<i>7,85</i>	<i>(0,17)</i>
3	Lợi nhuận sau thuế	Tỷ đồng	19,13	13,34	6,90	(7,22)	(25,88)
4	Tỷ suất lợi nhuận trên tổng doanh thu (3/1)		0,22	0,16	0,07	(0,05)	(0,17)

“ Nguồn : Báo cáo SXKD của SAIGONSHIP từ 2007 – 2011” [22]

Bảng 2.3 : Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu của các công ty cùng ngành năm 2011

STT	Chỉ Tiêu	ĐVT	SAFI	GEMADEPT	VINAFCO
1	Tổng doanh thu	Tỷ đồng	151,56	1.810,79	590,07
2	Lợi nhuận sau thuế	Tỷ đồng	21,06	23,71	36,35
3	Tỷ suất lợi nhuận trên tổng doanh thu (2/1)		0,14	0,01	0,06

“ Nguồn : BCTC năm 2011 của SAFI, GEMADEPT, VINAFCO” [24]

Ta nhận thấy tình hình lợi nhuận của Công ty có xu hướng giảm từ năm 2007 đến 2009 và âm ở các năm 2010, 2011. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh của Công ty các năm 2007, 2009, 2010, 2011 bị âm. Lợi nhuận của Công ty có được chủ yếu là từ lợi nhuận khác do các hoạt động

thanh lý, nhượng bán tài sản cố định, lãi do đánh giá tài sản góp vốn... đem lại.

Do doanh thu tăng nhưng lợi nhuận giảm nên tỉ suất lợi nhuận sau thuế trên tổng doanh thu giảm.

Tỷ suất lợi nhuận trên tổng doanh thu của các doanh nghiệp cùng ngành năm 2011 mặc dù chưa phải đạt ở mức độ cao nhưng đều dương. Điều này cho thấy bên cạnh các tác động bất lợi của khủng hoảng kinh tế-tài chính bắt đầu từ cuối năm 2008 đến ngành dịch vụ vận tải biển, thì các yếu tố chủ quan đóng vai trò chủ yếu tác động đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

2.2.2.2 Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng các yếu tố cơ bản của hoạt động kinh doanh.

- Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu

Bảng 2.4 : Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu (ROE) giai đoạn 2007 - 2011

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	2007	2008	2009	2010	2011
1	Doanh thu thuần	Tỷ đồng	57,84	75,84	82,38	128,62	152,98
2	Lợi nhuận sau thuế	Tỷ đồng	19,13	13,34	6,90	(7,22)	(25,88)
3	Vốn chủ sở hữu bình quân	Tỷ đồng	154,2	165,81	173,17	165,95	143,23
4	Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu bình quân (2/3)		0,12	0,08	0,04	(0,04)	(0,18)
	Số vòng quay của vốn chủ sở hữu (1/3)		0,37	0,46	0,48	0,78	1,07
6	Suất hao phí của vốn chủ sở hữu (3/1)		2,67	2,19	2,10	1,29	0,94

“ Nguồn : Báo cáo SXKD của SAIGONSHIP từ 2007 – 2011” [22]

Bảng 2.5 : Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu các công ty cùng ngành năm 2011

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	SAFI	GEMADEPT	VINAFCO
1	Doanh thu thuần	Tỷ đồng	151,56	1.755,19	589,12
2	Lợi nhuận sau thuế	Tỷ đồng	21,06	23,71	36,35
3	Vốn chủ sở hữu bình quân	Tỷ đồng	130,00	3.686,33	401,19
4	Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu bình quân (2/3)		0,16	0,01	0,09
5	Số vòng quay của vốn chủ sở hữu (1/3)		1,17	0,48	1,47
6	Suất hao phí của vốn chủ sở hữu (3/1)		0,86	2,10	0,68

“ Nguồn : BCTC năm 2011 của SAFI,GEMADEPT, VINAFCO” [24]

Qua bảng phân tích, ta nhận thấy vốn chủ sở hữu bình quân của công ty có xu hướng tăng qua các năm từ 2007 đến 2009 và giảm xuống trong những năm 2010, 2011. Chỉ tiêu lợi nhuận sau thuế có xu hướng giảm và âm ở các năm 2010, 2011 dẫn đến tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu bình quân (ROE) có diễn biến tương tự. Trong khi đó ngược lại, số vòng quay của vốn chủ sở hữu lại tăng qua các năm và suất hao phí của vốn chủ sở hữu lại giảm qua các năm. Điều này cho thấy, mặc dù Công ty đã có nhiều cố gắng trong hoạt động kinh doanh nhưng do chi phí của hoạt động tăng cao đặc biệt là chi phí tài chính dẫn đến kết quả kinh doanh không đạt yêu cầu.

So với các đơn vị cùng ngành, tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu bình quân của Công ty năm 2011 thấp nhất, thấp hơn cả Gemadept là đơn vị có vòng quay vốn chủ sở hữu thấp hơn và suất hao phí vốn chủ sở hữu cao hơn so với Công ty.

- Hiệu quả sử dụng tài sản

Bảng 2.6 : Hiệu quả sử dụng tài sản (ROA) giai đoạn 2007 - 2011

STT	Chỉ Tiêu	ĐVT	2007	2008	2009	2010	2011
1	Doanh thu thuần	Tỷ đồng	57,84	75,84	82,38	128,62	152,98
2	Lợi nhuận sau thuế	Tỷ đồng	19,13	13,34	6,90	(7,22)	(25,88)
3	Tổng tài sản bình quân	Tỷ đồng	270,12	328,77	428,37	445,44	414,63
4	Tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (2/3)		0,07	0,04	0,02	(0,02)	(0,06)
5	Số vòng quay của tài sản (1/3)	Vòng	0,21	0,23	0,19	0,29	0,37
6	Suất hao phí của tài sản so với doanh thu thuần (3/1)		4,67	4,33	5,20	3,46	2,71

“ Nguồn : Báo cáo SXKD của SAIGONSHIP từ 2007 – 2011” [22]

Bảng 2.7 : Hiệu quả sử dụng tài sản so với các doanh nghiệp cùng ngành năm 2011

STT	Chỉ Tiêu	ĐVT	SAFI	GEMADEPT	VINAFCO
1	Doanh thu thuần	Tỷ đồng	151,56	1.755,19	589,12
2	Lợi nhuận sau thuế	Tỷ đồng	21,06	23,71	36,35
3	Tổng tài sản bình quân	Tỷ đồng	197,85	5.022,62	602,98
4	Tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (2/3)		0,11	0,005	0,06
5	Số vòng quay của tài sản (1/3)	Vòng	0,77	0,35	0,98
6	Suất hao phí của tài sản so với doanh thu thuần (3/1)		1,31	2,86	1,02

“ Nguồn : BCTC năm 2011 của SAFI, GEMADEPT, VINAFCO” [24]

Tổng tài sản bình quân tăng từ năm 2007 đến 2010 và giảm nhẹ vào 2011, trong khi đó lợi nhuận lại giảm và bị âm vào các năm 2010, 2011 cho thấy trong thời gian qua Công ty đã đầu tư tài sản cố định lớn nhưng chưa có phát huy hiệu quả. Mặc dù, số vòng quay tài sản có xu hướng tăng, suất hao

phí của tài sản so với doanh thu thuần có xu hướng giảm qua các năm thể hiện Công ty đã có nhiều cố gắng. Tàu Saigon Princess đã đóng xong và đưa vào sử dụng vào tháng 11/2009 dẫn đến tổng tài sản bình quân tăng mạnh, nhưng doanh thu tăng thấp dẫn đến các chỉ tiêu số vòng quay của tài sản và suất hao phí của tài sản có biến động bất thường.

Ta nhận thấy chỉ số tỷ suất lợi nhuận trên tài sản thấp nhất so với các công ty cùng ngành mặc dù số vòng quay của tài sản và suất hao phí của tài sản so với doanh thu thuần vẫn khá hơn Gemadept.

- Hiệu quả sử dụng chi phí

Bảng 2.8 : Hiệu quả sử dụng chi phí giai đoạn 2007 - 2011

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	2007	2008	2009	2010	2011
1	Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	Tỷ đồng	11,78	13,00	12,00	9,31	8,08
2	Lợi nhuận từ HĐSXKD	Tỷ đồng	(0,52)	7,83	(2,55)	(15,07)	(25,71)
3	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	19, 3	13,64	10,10	(7,22)	(25,88)
4	Giá vốn bán hàng	Tỷ đồng	41,21	57,31	63,24	113,31	138,13
5	Chi phí tài chính	Tỷ đồng	11,80	7,04	15,69	24,05	33,73
6	Chi phí quản lý doanh nghiệp	Tỷ đồng	5,35	3,67	6,00	6,33	6,83
7	Chi phí khác	Tỷ đồng	8,66	1,93	6,38	4,2	1,09
8	Tổng chi phí (4+5+6+7)	Tỷ đồng	67,02	69,95	91,31	147,91	179,78
9	Tỷ suất lợi nhuận trên tổng chi phí (3/8)		0,29	0,20	0,11	(0,05)	(0,14)
10	Tỷ suất lợi nhuận trên giá vốn bán hàng (1/4)		0,29	0,23	0,19	0,08	0,06
11	Tỷ suất lợi nhuận trên chi phí quản lý doanh nghiệp (2/6)		(0,10)	2,13	(0,43)	(2,38)	(3,76)

“ Nguồn : Báo cáo SXKD của SAIGONSHIP từ 2007 – 2011” [22]

Bảng 2.9 : Hiệu quả sử dụng chi phí của các doanh nghiệp cùng ngành năm 2011

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	SAFI	GEMADEPT	VINAFCO
1	Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	Tỷ đồng	19,84	53,74	52,49
2	Lợi nhuận từ HĐSXKD	Tỷ đồng	25,23	6,14	27,38
3	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	25,23	28,02	42,72
4	Giá vốn bán hàng	Tỷ đồng	119,31	1.419,23	474,86
5	Chi phí tài chính	Tỷ đồng	0	250,13	34,93
6	Chi phí bán hàng	Tỷ đồng	0	4,65	0
7	Chi phí quản lý doanh nghiệp	Tỷ đồng	7,02	75,04	51,95
8	Chi phí khác	Tỷ đồng	0	33,73	1,24
9	Tổng chi phí	Tỷ đồng	126,33	1.782,77	562,98
10	Tỷ suất lợi nhuận trên tổng chi phí (3/9)		0,20	0,02	0,08
11	Tỷ suất lợi nhuận trên giá vốn bán hàng (1/4)		0,17	0,04	0,11
12	Tỷ suất lợi nhuận trên chi phí quản lý doanh nghiệp (2/7)		3,59	0,08	0,53

“ Nguồn : BCTC năm 2011 của SAFI, GEMADEPT, VINAFCO” [24]

Các chỉ số bảng 2.8 cho thấy, chi phí doanh nghiệp tăng qua các năm. Đáng lưu ý là chi phí tài chính trong đó chủ yếu là chi phí lãi vay, lỗ chênh lệch tỷ giá liên quan đến các khoản vay đầu tư trong thời gian qua; giá vốn bán hàng ở mức cao, đặc biệt tăng mạnh vào các năm 2010, 2011 khi tàu Saigon Princess đi vào hoạt động. Điều này cho thấy bên cạnh của các tác động bởi các yếu tố khách quan bên ngoài, việc tiết kiệm chi phí chưa có hiệu quả, Công ty phải có những giải pháp kiên quyết để giảm các chi phí .

Bảng 2.9 cho thấy mặc dù tỷ suất lợi nhuận trên giá vốn bán hàng cao hơn Gemadept, nhưng nhìn chung hiệu quả sử dụng chi phí năm 2011 của Công ty thấp hơn so với các doanh nghiệp cùng ngành.

- Hiệu quả sử dụng lao động

Bảng 2.10 : Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động giai đoạn 2007 - 2011

STT	Chỉ Tiêu	ĐVT	2007	2008	2009	2010	2011
1	Doanh thu thuần	Tỷ đồng	57,84	75,84	82,38	128,62	152,98
2	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	19,13	13,64	10,10	(7,22)	(25,88)
3	Số lao động bình quân	Người	375	376	191	241	346
4	Năng suất lao động (1/3)	Tỷ đồng /người	0,15	0,20	0,43	0,53	0,44
5	Tỷ suất lợi nhuận của lao động (2/3)	Tỷ đồng /người	0,05	0,04	0,05	(0,03)	(0,07)

“ Nguồn : Báo cáo SXKD của SAIGONSHIP từ 2007 – 2011” [22]

Bảng 2.11 : Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động các công ty cùng ngành năm 2011

STT	Chỉ Tiêu	ĐVT	SAFI	GEMA	EPT	VINAFCO
1	Doanh thu thuần	Tỷ đồng	151,56	1.755,19		589,12
2	Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	25,23	28,02		42,72
3	Số lao động bình quân	Người	271	342		473
4	Năng suất lao động (1/3)	Tỷ đồng	0,56	5,13		1,25
5	Tỷ suất lợi nhuận của lao động (2/3)		0,09	0	08	0,09

“ Nguồn : BCTC năm 2011 của SAFI, GEMADEPT, VINAFCO” [24]

Bảng 2.10 cho thấy, số lao động bình quân của doanh nghiệp giảm đột biến ở năm 2009 nhưng lại có xu hướng tăng ở các năm 2010, 2011. Sự

biến động nhân sự chủ yếu ở lực lượng lao động làm việc tại Trung tâm Kho vận Linh Xuân và do nhu cầu của khách hàng thuê kho.

Năng suất lao động tăng qua các năm thể hiện hoạt động kinh doanh của Công ty về mặt doanh thu ngày càng tốt hơn. Tuy nhiên tỷ suất lợi nhuận của lao động lại biến động giảm, riêng năm 2009 số lượng lao động giảm bất thường do nhu cầu thuê lao động của khách hàng thuê kho giảm nên tỷ suất lợi nhuận của lao động tăng đột biến, các năm 2010, 2011 tỷ suất lợi nhuận của lao động âm. Điều này thể hiện chất lượng của hoạt động kinh doanh của Công ty chưa đạt được mức mong muốn.

Các chỉ tiêu về năng suất lao động, tỷ suất lợi nhuận của lao động của Công ty đạt ở mức thấp so với các doanh nghiệp cùng ngành.

2.2.2.3 Các chỉ tiêu hiệu quả về mặt kinh tế xã hội

Trong quá trình hoạt động từ khi chuyển sang cổ phần hóa tháng 5/2006, Công ty được hưởng chính sách ưu đãi về thuế thu nhập doanh nghiệp của Nhà nước theo Nghị định 164/NĐ-CP ngày 22/12/2003, cùng với hoạt động kinh doanh của Công ty trong nhiều năm bị lỗ do vậy Công ty đóng thuế thu nhập doanh nghiệp rất ít. Phần thuế mà Công ty đóng góp trong thời gian vừa qua chủ yếu là: Thuế giá trị gia tăng bán hàng nội địa, thuế giá trị gia tăng hàng nhập khẩu, thuế xuất nhập khẩu, thuế thu nhập cá nhân, tiền thuê đất...đây là phần giá trị gia tăng từ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp đóng góp cho xã hội.

Hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty đã tạo công ăn việc làm cho hàng trăm người lao động, trong đó hai lực lượng chiếm tỷ lệ lớn nhất là : Lực lượng thuyền viên và lực lượng lao động làm tại Trung tâm Kho vận Linh xuân. Đời sống người lao động được bảo đảm và ngày càng được cải thiện tuy còn thấp so với trung bình trong ngành, Công ty luôn thực hiện nghiêm túc các chế độ, chính sách liên quan đối với người lao động theo đúng quy định của pháp luật và thỏa ước lao động tập thể hàng năm. Công ty

cũng tạo điều kiện nâng cao chuyên môn nghiệp vụ, trình độ học vấn, ngoại ngữ...cho người lao động đặc biệt là lực lượng thuyền viên. Bên cạnh đó Công ty cũng đóng góp cho xã hội thông qua các hoạt động của các tổ chức Công đoàn, Hội Phụ nữ, Đoàn TNCS Hồ Chí Minh trong Công ty . Trong điều kiện khó khăn của hoạt động kinh doanh hiện nay, đó cũng là đóng góp rất lớn của Công ty cho sự phát triển kinh tế xã hội nói chung của đất nước ta.

2.3 Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của Công ty

Để có thể hiểu rõ nguyên nhân dẫn đến tình trạng hoạt động kinh doanh của Công ty không được tốt như vừa qua, tác giả tiến hành phân tích các nhân tố tác động đến hiệu quả kinh doanh của Công ty.

2.3.1 Các nhân tố bên trong Công ty.

2.3.1.1 Vốn kinh doanh

Bảng 2.12 : Một số chỉ tiêu tài chính của Công ty giai đoạn 2007 – 2011

Đơn vị tính : Tỷ đồng

STT	Chỉ tiêu	2007	2008	2009	2010	2011
I	Tài sản					
1	Tài sản ngắn hạn	58,10	140,63	57,50	24,44	22,47
2	Tài sản dài hạn	208,23	250,59	408,02	400,92	381,45
	Tổng tài sản	266,32	391,22	465,52	425,36	403,91
II	Nguồn vốn					
1	Nợ phải trả	105,67	218,71	291,12	267,86	274,94
1.1	<i>Nợ ngắn hạn</i>	<i>40,08</i>	<i>50,89</i>	<i>86,04</i>	<i>66,57</i>	<i>67,32</i>
1.2	<i>Nợ dài hạn</i>	<i>65,59</i>	<i>167,82</i>	<i>205,07</i>	<i>201,29</i>	<i>207,62</i>
2	Nguồn vốn chủ sở hữu	160,65	172,51	174,40	157,49	128,97
2.1	<i>Vốn chủ sở hữu</i>	<i>159,69</i>	<i>171,93</i>	<i>174,40</i>	<i>157,49</i>	<i>128,97</i>
2.2	<i>Nguồn kinh phí và quỹ khác</i>	<i>0,97</i>	<i>0,58</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
	Tổng cộng nguồn vốn	266,32	391,22	465,52	425,36	403,91

“ Nguồn : BCTC của SAIGONSHIP từ 2007 -2011” [18]

Qua số liệu bảng 2.12, ta nhận thấy tổng tài sản tăng trong các năm 2007 đến 2009 nhưng lại giảm trong các năm 2010, 2011. So với năm 2007, năm 2011 tổng tài sản của Công ty tăng 152 %, nguồn vốn cũng tăng tương ứng. Trong cơ cấu nguồn vốn, vốn chủ sở hữu 2011 giảm 12% so với 2007, trong khi các khoản nợ năm 2011 lại tăng 260 % so với 2007. Tỷ lệ nợ dài hạn năm 2011 chiếm 76% trong tổng nợ.

Lý do dẫn đến việc tỷ lệ nợ tăng nhanh trong thời gian vừa qua là do Công ty đã đầu tư rất lớn vào các dự án, các trang thiết bị:

- Tiếp theo các dự án thực hiện trong thời kỳ doanh nghiệp nhà nước tại Trung tâm Kho vận Linh Xuân, Công ty tiếp tục mở rộng dự án với tổng mức đầu tư là 30 tỷ đồng. Hiện nay dự án mở rộng Trung tâm Kho vận Linh Xuân vẫn đang được tiếp tục quá trình hoàn thiện.

- Tháng 4/2006 tàu biển Saigon Queen 6500 DWT được đưa vào hoạt động với tổng mức đầu tư là 118 tỷ đồng từ nguồn vốn vay và vốn tự có của Công ty.

- Tháng 12/2007, Công ty đưa 02 tàu sông đóng mới, đa dụng có tải trọng 980 DWT/tàu với tổng trị giá 13 tỷ đồng là tàu Long Phú 01, Long Phú 02 đi vào hoạt động. Công ty cũng đã mua tiếp 02 máy chính cho dự án đóng 02 tàu sông có tải trọng 1500 DWT/tàu.

- Tháng 10/2009, Công ty đưa tiếp tàu biển thứ 2 là tàu Saigon Princess 6800 DWT đi vào hoạt động. Tàu được đóng mới với tổng mức đầu tư là 252 tỷ đồng chủ yếu từ nguồn vốn vay ngân hàng và vốn tự có

- Ngoài ra trong thời gian qua Công ty còn đầu tư mua sắm 03 xe vận tải Hino loại 8 tấn, để mở tuyến vận tải đường bộ từ thành phố Hồ Chí Minh đi các tỉnh và vùng miền lân cận.

Do đặc thù của ngành là vốn đầu tư ban đầu lớn, doanh nghiệp đang trong giai đoạn phát triển, đổi mới vì phần lớn các tài sản, thiết bị chuyển từ

giai đoạn nhà nước đã cũ kỹ lạc hậu, những khoản lợi nhuận giữ lại không đủ trang trải cho các dự án đầu tư lớn nên phần lớn các dự án đầu tư đều được tài trợ bằng các khoản vốn vay dài hạn (77% - 85%) và từ vốn tự có (23% - 15%). Ưu điểm của các khoản vay dài hạn là thời gian thanh toán dài vì thế những rủi ro về dòng tiền nằm trong mức độ an toàn, chi phí lãi vay là khoản được khấu trừ thuế làm giảm chi phí tương đối của nợ vay. Tuy nhiên, việc sử dụng nhiều nợ vay làm tăng rủi ro của Công ty.

Trong thời gian qua, cùng với những khó khăn do khủng hoảng kinh tế - tài chính toàn cầu, việc không khai thác hiệu quả các dự án, trang thiết bị, phương tiện đã đầu tư đã dẫn đến tình trạng lợi nhuận từ những hoạt động kinh doanh này không đủ để trả chi phí lãi vay. Đây chính là nguyên nhân chủ yếu dẫn đến tình hình hiện nay của Công ty.

Cũng trong thời gian qua do thất bại trong việc phát hành thêm cổ phiếu tăng vốn điều lệ để có vốn đầu tư, Công ty đã sử dụng nguồn vốn ngắn hạn để đầu tư vào các dự án dẫn đến Công ty hoạt động trong tình trạng thiếu vốn lưu động để duy trì hoạt động kinh doanh hàng ngày và không có nguồn để trả các khoản nợ vay đến hạn phải trả, ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của Công ty.

2.3.1.2 Nguồn nhân lực

Đội ngũ người lao động của Công ty có thể chia làm 03 lực lượng chính như sau:

- Lực lượng lao động tại văn phòng của Công ty (Bao gồm văn phòng chính và các chi nhánh).
- Đội ngũ thuyền viên.
- Lực lượng lao động làm việc tại các kho CFS 1 và CFS2.

Tính đến 31/12/2011, lực lượng lao động tại Công ty có 390 người. Trong đó nữ là 82 người, trình độ đại học là 71 người, trình độ cao đẳng là 33 người, trình độ trung cấp là 80 người. Tuổi đời bình quân là 31,7.

Nhận thức được tầm quan trọng của nguồn nhân lực, trong thời gian vừa qua, Công ty đã luôn chú trọng công tác sắp xếp tổ chức, hợp lý hóa sản xuất nhằm tạo điều kiện cho người lao động phát huy hết khả năng của mình. Hàng năm Công ty đều có kế hoạch đào tạo cụ thể cho lực lượng lao động, đặc biệt là lực lượng thuyền viên về kiến thức chuyên môn, các kỹ năng hỗ trợ. Trong thời gian qua, hoạt động kinh doanh của Công ty gặp nhiều khó khăn, đồng thời tập trung quá lớn vào việc đầu tư phát triển sản xuất, do vậy Công ty chưa xây dựng được một chế độ, chính sách liên quan đến người lao động một cách tích cực để có thể động viên khuyến khích người lao động, tạo điều kiện cho họ yên tâm sản xuất, gắn bó lâu dài với Công ty. Đã có tình trạng người lao động, nhất là đội ngũ thuyền viên rời bỏ Công ty do vậy khi có nhu cầu Công ty đã phải đi thuê ở nơi khác với chi phí cao.

Công ty cũng chưa giải quyết tốt được các vấn đề về ý thức trách nhiệm của người lao động, sự đoàn kết nội bộ, tính ý thức tổ chức kỷ luật.

Chính những vấn đề trên đã làm tăng chi phí quản lý, ảnh hưởng đến tinh thần làm việc của người lao động làm giảm hiệu quả kinh doanh của Công ty.

2.3.1.3 Trình độ tổ chức quản lý

Bộ máy của Công ty: Tính đến cuối 2011 bộ máy tổ chức của Công ty gồm Hội đồng Quản trị, Ban Tổng giám đốc, 04 phòng chức năng, 05 liên doanh, 03 chi nhánh, 01 trung tâm, 02 tàu biển, 02 tàu sông.

Công ty đã luôn cố gắng trong việc hoàn thiện bộ máy quản lý, mạnh dạn giải thể, tạm ngưng, sát nhập các đơn vị, các loại hình kinh doanh không hiệu quả như: Sát nhập Phòng Thuyền viên vào Phòng Tàu biển (tháng 4/2009), ngưng dịch vụ kiểm đếm tại Trung tâm Kho vận Linh Xuân

(4/2009), giải thể hoạt động của Chi nhánh Vũng Tàu, giám Phòng Kế hoạch – Đầu tư, Phòng Vận tải thủy Nội địa (2011) ... cũng như xây dựng thêm các đơn vị mới, bổ sung nhân sự cho phù hợp với từng giai đoạn. Ban hành các tiêu chuẩn, chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn cho các chức danh trong Công ty. Nhờ vậy mà công tác quản lý của Công ty đã đạt được một số thành tựu nhất định: Bộ máy tương đối tinh giản, phù hợp với từng thời kỳ hoạt động kinh doanh của Công ty. Công ty đã được Cơ quan Đăng kiểm Việt Nam cấp giấy chứng nhận phù hợp (DOC) cho hoạt động vận tải đường biển của Công ty và được kiểm tra, gia hạn hàng năm – đây là điều kiện bắt buộc để đội tàu công ty có thể hoạt động quốc tế theo qui định của các công ước về hàng hải. Tuy nhiên Công ty vẫn còn một số vấn đề lớn trong công tác quản lý điều hành dẫn đến hạn chế rất nhiều kết quả của hoạt động kinh doanh đó là việc tập trung quá nhiều quyền lực vào Ban Tổng giám đốc dẫn đến tình trạng thiếu chủ động, ỷ lại cấp trên của các phòng ban, đơn vị. Việc thường xuyên sắp xếp lại công tác quản lý theo từng giai đoạn mà không chú trọng đến tính chất dài hạn cũng đã tạo ra sự bất lợi do người lao động không yên tâm công tác. Trong công tác quản lý, Công ty chưa mạnh dạn áp dụng các tiến bộ trong quản lý như: Công nghệ, các qui trình quản lý tiên tiến, hiện đại...do vậy cũng làm ảnh hưởng rất nhiều đến hiệu quả của hoạt động của Công ty nói chung và hiệu quả hoạt động kinh doanh nói riêng.

2.3.1.4 Mức độ áp dụng kỹ thuật, công nghệ, thông tin liên lạc

Công ty đã mạnh dạn thanh lý các tài sản thiết bị cũ kỹ, lạc hậu do giai đoạn Nhà nước chuyển sang như: Tàu Bến Thành, Duyên Hải đã gần 30 tuổi. Tiến hành đóng mới các tàu biển Saigon Queen, Saigon Princess hiện đại đủ điều kiện hoạt động toàn cầu phù hợp với điều kiện kinh doanh giai đoạn mới. Đóng mới các tàu sông Long Phú 01, Long Phú 02 đa chức năng có thể vừa chở hàng bách hóa và chở container lạnh phục vụ cho hoạt động vận tải nội địa. Nắm bắt được nhu cầu phát triển của dịch vụ vận tải container, vận tải đa phương thức, Công ty đã mạnh dạn xây dựng, phát triển, mở rộng bãi trung

chuyển container, kho CFS1, kho CF2, hình thành Trung tâm Kho vận Linh Xuân với qui mô, cơ sở vật chất, trang thiết bị đạt tầm cỡ quốc tế. Công ty cũng mạnh dạn liên doanh, liên kết với các đối tác nước ngoài như A.P.Moller – Mearsk Group, Tri-net Logistics, Mitsuit & Co. Ltd, Korea Express...để tiếp cận các kỹ thuật, công nghệ mới, hiện đại phục vụ cho hoạt động kinh doanh của Công ty.

Công ty đã tiến hành lắp đặt, trang bị cho đội tàu công ty những trang thiết bị thông tin chuyên ngành hiện đại, hiệu quả như: Máy vô tuyến điện, imasat, máy thu thời tiết...xây dựng các qui trình thông tin liên lạc, đào tạo nhân sự...nhằm mục đích không chỉ là tuân thủ các qui định của các cơ quan đăng kiểm, các tổ chức hàng hải quốc tế, các công ước quốc tế về hàng hải, mà còn nhằm phục vụ cho hoạt động kinh doanh của Công ty một cách có hiệu quả . Công ty còn trú trọng xây dựng, áp dụng các thành tựu công nghệ thông tin như internet, mail... phát triển các hệ thống thông tin tại văn phòng công ty, tại các đơn vị, chi nhánh để luôn đảm bảo thông tin thông suốt không chỉ trong nước mà còn với quốc tế phục vụ cho hoạt động kinh doanh của Công ty và an toàn cho đội tàu.

2.3.1.5 Sản phẩm dịch vụ

Giai đoạn 2006 đến 2008 là giai đoạn Công ty ổn định cơ cấu hoạt động của mình sau những biến động khi chuyển từ giai đoạn nhà nước sang, do vậy cơ cấu sản phẩm dịch vụ có nhiều biến động. Từ năm 2009 đến nay, cơ cấu sản phẩm dịch vụ của Công ty mới tương đối đi vào ổn định. Tuy nhiên một số sản phẩm dịch vụ hoạt động trong đó có các dịch vụ mang tính truyền thống và chủ lực vẫn còn yếu kém, không hiệu quả.

Bảng 2.13 : Tỷ trọng doanh thu các dịch vụ trong doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ của Công ty từ 2009 đến 2011.

STT	Chỉ tiêu	2009		2010		2011	
		Tỷ VNĐ	Tỷ trọng (%)	Tỷ VNĐ	Tỷ trọng (%)	Tỷ VNĐ	Tỷ trọng (%)
1	Doanh thu khai thác tàu biển	37,37	49,66	89,36	72,88	96,63	66,09
2	Doanh thu khai thác tàu sông, vận tải bộ	9,48	12,60	6,67	5,44	9,61	6,57
3	Dịch vụ hỗ trợ hàng hải (Đại lý tàu biển, giao nhận ...)	9,24	12,28	8,64	7,05	24,59	16,82
4	Cho thuê thuyền viên	0,89	1,18	0,36	0,29	0,23	0,16
5	Kinh doanh kho, bãi (Trung tâm Kho vận)	14,94	19,86	15,60	12,72	12,94	8,85
6	Cho thuê văn phòng	3,32	4,41	1,99	1,63	2,21	1,51
	Tổng cộng	75,25	100	122,62	100	146,21	100

“ Nguồn : Báo cáo SXKD của SAIGONSHIP từ 2007 – 2011” [22]

Bảng 2.14 : Tỷ trọng lợi nhuận gộp các dịch vụ trong lợi nhuận bán hàng và cung cấp dịch vụ của Công ty từ 2009 đến 2011

STT	Chỉ tiêu	2009		2010		2011	
		Tỷ VNĐ	Tỷ trọng (%)	Tỷ VNĐ	Tỷ trọng (%)	Tỷ VNĐ	Tỷ trọng (%)
1	Khai thác tàu biển	2,85	23,77	1,77	19,04	(1,29)	15,98
2	Khai thác tàu sông, vận tải bộ	(1,41)	11,76	(2,00)	21,52	(1,34)	16,64
3	Dịch vụ hỗ trợ hàng hải	2,95	24,57	2,34	25,18	1,45	18,03
4	Cho thuê thuyền viên	0,12	0,98	0,04	0,46	0,03	0,41
5	Kinh doanh kho, bãi (Trung tâm Kho vận)	4,18	34,79	5,16	55,41	7,01	87,13
6	Cho thuê văn phòng	3,32	27,65	1,99	21,42	2,18	27,05
	Tổng cộng	12,01	100	9,31	100	8,04	100

“ Nguồn : Báo cáo SXKD của SAIGONSHIP từ 2007 – 2011” [22]

Phân tích cụ thể từng dịch vụ trong giai đoạn 2009 - 2011 của Công ty, cho thấy :

- Dịch vụ khai thác tàu biển:

Doanh thu dịch vụ khai thác tàu biển tăng nhanh trong các năm 2009 đến 2011 và chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu ngành nghề từ 49,66% năm 2009 lên đến 72,88% trong năm 2010 khi Công ty đưa tàu Saigon Princess vào khai thác và giảm xuống còn 66,09% năm 2011 (do doanh thu của dịch vụ hỗ trợ hàng hải tăng đột biến). Tuy nhiên tỷ trọng lợi nhuận gộp lại diễn biến theo chiều ngược lại. Bên cạnh yếu tố khách là do ảnh hưởng của suy thoái kinh tế-tài chính toàn cầu tác động đến nền kinh tế nói chung và ngành dịch vụ vận tải biển nói riêng, công tác khai thác đội tàu vẫn chưa hiệu quả. Từ tháng 4/2006 đến tháng 11/2009, tàu Saigon Queen được Công ty cho thuê định hạn, các tàu từ giai đoạn nhà nước chuyển qua được thanh lý trong các năm 2006 và 2007, do vậy trong giai đoạn 2006 đến cuối 2009 (thời điểm đưa tàu Saigon Princess vào khai thác) thì hoạt động khai thác vận tải biển hầu như bị ngừng trệ dẫn đến việc hầu như Công ty đã mất thị phần, vì vậy khi khôi phục lại dịch vụ này, việc tìm hàng, tìm các nguồn cung ứng cho đội tàu gặp rất nhiều khó khăn và tốn kém. Công tác quản lý cũng gặp nhiều vấn đề: Thời gian tàu nằm chờ hàng, chờ cầu tàu, thời gian tàu bị bắt giữ cao. Công tác thực hành tiết kiệm, giảm chi phí về sử dụng nhiên liệu, điện, nước ngọt, trang thiết bị sinh hoạt, chế độ bảo dưỡng của thuyền viên dưới tàu... tuy có tiến bộ nhưng chưa đạt yêu cầu.

- Dịch vụ vận tải đường sông và vận tải đường bộ

Doanh thu vận tải đường sông chiếm tỷ trọng không cao trong cơ cấu ngành nghề và giảm sút nhanh chóng từ 12,60% năm 2009 xuống còn 6,57% năm 2011. Lợi nhuận đều bị âm. Bên cạnh lý do doanh thu vận tải biển tăng làm giảm tỷ trọng của các ngành khác trong cơ cấu ngành nghề, thì tình trạng

giảm sút doanh thu, lợi nhuận âm của vận tải tàu sông và đường bộ còn có các lý do khác.

Để đón đầu việc phát triển vận tải đường sông, đồng thời phù hợp với chủ trương qui hoạch của Thành phố Hồ Chí Minh là di dời hệ thống cảng biển ra hạ lưu sông Sài Gòn và gần biển tại khu vực Tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu; năm 2007, Công ty đã thực hiện đóng mới 02 tàu sông vận tải hàng rời và hàng container (kể cả container lạnh), cùng với tàu đẩy xà-lan Bến Dược để hình thành dịch vụ vận tải đường sông. Tuy nhiên do việc không nghiên cứu kỹ thị trường dẫn đến Công ty không tiếp cận được tuyến vận tải Thành phố Hồ Chí Minh – Tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu (và ngược lại), do vậy hai tàu vận tải đường sông phải chuyển hoạt động theo phương thức chạy rong, còn tàu Bến Dược thì thực hiện dịch vụ đẩy xà-lan cho công ty Gemadept ở khu vực Cảng Sài Gòn. Trong thời gian vừa qua, do lượng hàng chuyên chở không đáp ứng nhu cầu kinh doanh, cơ cấu hàng hóa thay đổi, phương thức vận chuyển thay đổi, trong khi đó chi phí tăng nhanh đặc biệt là nhiên liệu (chiếm tỷ trọng lớn trong tổng chi phí) dẫn đến việc lỗ của loại hình dịch vụ này trong những năm qua. Hiện nay hoạt động của loại hình này hầu như là bị đình trệ. Và việc đóng tiếp 02 tàu sông trọng tải 1500 DWT đã bị ngừng lại, mặc dù Công ty đã tiến hành mua 02 máy chính cho 02 tàu nói trên. Tàu Bến Dược do không khai thác có hiệu quả khi giá thuê thấp và tình hình chi phí tăng cao dẫn đến phải tiến hành thanh lý vào tháng 11/2009.

Kinh doanh vận tải bộ, Công ty khai thác 03 xe tải Hino 8 tấn, thực hiện vận tải hàng hóa đi miền Tây cho Saigon Co-op, tuy nhiên gặp nhiều khó khăn trong việc tìm hàng chuyển về, do không đạt hiệu quả nên Công ty đã bán 03 xe trong quý I/2010.

- Dịch vụ hỗ trợ hàng hải (Đại lý tàu biển, giao nhận, kiểm đếm)

Tỷ trọng về dịch vụ hỗ trợ hàng hải chỉ chiếm thứ 04 về doanh thu trong cơ cấu ngành nghề và giảm trong năm 2010 do việc Công ty đưa tàu

biển thứ hai vào hoạt động nhưng tăng nhanh vào năm 2011. Tuy nhiên về lợi nhuận gộp thì lại giảm từ 24,57% năm 2009 xuống còn 18,03% năm 2011. Lý do là thời gian vừa qua, do ảnh hưởng của suy thoái kinh tế-tài chính toàn cầu, dẫn đến lượng dịch vụ, giá dịch vụ giảm, cạnh tranh gay gắt, chi phí dịch vụ tăng dẫn đến hiệu quả kinh tế giảm. Trong năm 2011 do hoạt động mua bán cước đường biển tăng mạnh làm tăng doanh thu nhưng đồng thời chi phí cũng tăng tương ứng nên hiệu quả thấp. Một trong những lý do dẫn đến hiệu quả không cao của loại hình này là Công ty không chú trọng đầu tư để phát triển nhất là đầu tư về nhân lực, marketing... dẫn đến trong một thời gian dài hầu như không phát triển được thị phần của mình.

- Dịch vụ cho thuê thuyền viên của Công ty phát triển mạnh trong giai đoạn nhà nước, tuy nhiên khi chuyển sang giai đoạn cổ phần thì chỉ chiếm tỉ trọng rất nhỏ, do trong giai đoạn này hoạt động vận tải biển gặp nhiều khó khăn, nhu cầu thuyền viên giảm. Dịch vụ này đã chính thức ngưng hoạt động từ tháng 5/2009 do không được Bộ Lao động – Thương binh – Xã hội gia hạn giấy phép do vốn điều lệ Công ty có yếu tố nước ngoài. Hoạt động cho thuê thuyền viên sau 5/2009 chủ yếu mang tính chất tạo công ăn việc làm cho thuyền viên, và tạo môi trường đào tạo kỹ năng cho thuyền viên của đội tàu Công ty.

- Kinh doanh kho bãi (Trung tâm Kho vận):

Hoạt động của Trung tâm Kho vận Linh Xuân bao gồm: Dịch vụ cho thuê kho CFS, quản lý lao động kho và dịch vụ khai thác bãi trung chuyển container bao gồm lưu container, vệ sinh container, sửa chữa container, giao nhận hàng hóa...đây là hoạt động ổn định nhất của Công ty trong thời gian vừa qua, tuy về doanh thu chỉ chiếm tỷ trọng thứ ba nhưng đã vượt lên hàng thứ nhất về mặt lợi nhuận trong năm 2011. Công ty đã có những khách hàng lớn ổn định, lâu dài trong hoạt động cho thuê kho CFS, quản lý lao động kho như: Công ty Maersk Việt Nam, Liên doanh Sunrise, DAMCO....Về hoạt

động bãi trung chuyển container, do công tác tiếp thị tốt, chất lượng dịch vụ thỏa mãn yêu cầu khách hàng và vị trí địa lý kinh tế của Trung tâm Kho vận Linh Xuân có nhiều thuận lợi nên các khách hàng lớn như China shipping, APL, Evergreen... luôn là những khách hàng ổn định và lâu dài của Công ty.

- Cho thuê văn phòng: Hoạt động cho thuê văn phòng của Công ty chỉ đứng hàng thứ năm về tỷ trọng doanh thu trong cơ cấu ngành nghề, tuy nhiên về lợi nhuận lại luôn ở mức cao, thậm chí là vươn lên đứng vào hàng thứ hai trong cơ cấu ngành nghề năm 2011. Đây là hoạt động chủ yếu từ việc bố trí tận dụng mặt bằng hoạt động của Công ty như: Văn phòng công ty, Trung tâm Kho vận Linh Xuân, Kho số 3 Tôn Thất Thuyết... để cho các khách hàng như: Liên doanh Korea Express Saigon Logistics, Liên doanh Sunrise Logistics, Công ty Chứng khoán Quốc tế... thuê. Hoạt động này lợi nhuận cao vì chi phí rất thấp, tuy nhiên lại mang tính chất tạm thời và không có khả năng phát triển.

2.3.1.6 Chi phí kinh doanh

Chi phí kinh doanh của doanh nghiệp trong thời gian qua được thể hiện bảng 2.15: Cơ cấu chi phí hoạt động sản xuất kinh doanh từ 2009 đến 2011.

Bảng 2.15 : Cơ cấu chi phí hoạt động sản xuất kinh doanh từ 2009 đến 2011

STT	Chỉ tiêu	2009		2010		2011	
		Tỷ VNĐ	Tỷ trọng (%)	Tỷ VNĐ	Tỷ trọng (%)	Tỷ VNĐ	Tỷ trọng (%)
1	Giá vốn bán hàng	63,24	69,26	113,31	76,61	138,13	76,84
2	Chi phí tài chính	15,69	17,18	24,05	16,26	33,73	18,76
3	Chi phí quản lý doanh nghiệp	6,00	6,57	6,33	4,28	6,83	3,80
4	Chi phí khác	6,38	6,99	4,21	2,85	1,09	0,60
5	Tổng chi phí	91,31	100	147,91	100	179,78	100

“ Nguồn : Báo cáo SXKD của SAIGONSHIP từ 2007 – 2011” [22]

Giai đoạn 2009 đến 2011 là giai đoạn mà các hoạt động dịch vụ vận tải đường biển của Công ty đi vào ổn định và do đó thể hiện tương đối rõ nét cơ cấu chi phí trong dịch vụ bán hàng và cung cấp dịch vụ. Trong năm 2009, do tàu Saigon Queen cho thuê định hạn, do vậy tổng chi phí dịch vụ bán hàng và cung cấp dịch vụ không cao. Nhưng hai năm 2010, 2011 khi 02 tàu Saigon Queen và Saigon Princess do Công ty tự khai thác do vậy tổng chi phí dịch vụ bán hàng và cung cấp dịch vụ tăng cao.

Qua bảng 2.15, chúng ta nhận thấy, tỷ trọng giá vốn bán hàng chiếm tỉ lệ cao trong cơ cấu chi phí và có chiều hướng gia tăng, điều này làm tăng chi phí trong giá thành dịch vụ. Trong dịch vụ vận tải đường biển, chi phí chiếm tỉ lệ cao nhất là chi phí về nhiên liệu khoảng 40% cơ cấu giá vốn. Trong thời gian qua, giá nhiên liệu phục vụ cho hoạt động vận tải nói chung và vận tải đường biển nói riêng tăng cao. Giá nhiên liệu bình quân năm 2010 tăng 10,73% so với năm 2009 và năm 2011 tăng 35% so với 2010. Bên cạnh đó các chi phí liên quan đến hoạt động của đội tàu biển như: giá vật tư phục vụ sản xuất, sinh hoạt, chi phí sửa chữa, chi phí cảng, đại lý, kiểm đếm đều tăng giá cao so với những năm trước, đẩy chi phí khai thác tàu lên cao, giảm hiệu quả kinh doanh.

Trong các hoạt động dịch vụ hàng hải hỗ trợ, doanh thu tăng nhưng chi phí cũng tăng tương ứng nên hiệu quả không cao. Năm 2011 :

- Doanh thu hoạt động giao nhận đạt 17,6 tỷ đồng, nhưng chi phí là 17,3 tỷ đồng do vậy tỷ suất lợi nhuận /doanh thu chỉ là 2%.
- Doanh thu đại lý tàu biển đạt 1,2 tỷ đồng nhưng chi phí là 0,8 tỷ đồng do vậy tỷ suất lợi nhuận/ doanh thu chỉ là 30%

Từ năm 2009 đến năm 2011 chi phí tài chính tăng rất cao về số tuyệt đối. Các khoản chi phí tài chính liên quan chủ yếu đến các khoản vay đầu tư của Công ty và là một trong những nguyên nhân chính dẫn đến kết quả hoạt động kinh doanh yếu kém của Công ty trong thời gian qua.

Tỷ trọng chi phí quản lý doanh nghiệp có chiều hướng giảm trong cơ cấu chi phí. Đây là kết quả trong thời gian vừa qua, Công ty đã chú ý công tác tiết kiệm, cắt giảm các khoản chi phí không cần thiết trong quản lý, cũng như sắp xếp bộ máy tổ chức điều hành sản xuất theo phương châm “ tinh, gọn, hiệu quả ”.

2.3.1.7 Chiến lược kinh doanh

Do chưa nhận thức được tầm quan trọng của chiến lược kinh doanh, trong thời gian trước và sau khi cổ phần hóa, Công ty chưa quan tâm đến việc xây dựng chiến lược kinh doanh cho doanh nghiệp. Việc xây dựng chiến lược của Công ty còn mơ hồ, mang tính chủ quan, thiếu tính ổn định, thiếu tính hệ thống và chủ yếu chỉ ở phạm vi các nhà quản trị cao cấp, dẫn đến thiếu sự đồng tâm, nhất trí trong nội bộ doanh nghiệp. Công ty gặp nhiều khó khăn trong việc huy động các nguồn lực là cơ sở để chuyển hóa các mục tiêu thành chiến lược và biện pháp hoạt động cụ thể do vậy trong quá trình thực hiện Công ty đã phải thay đổi liên tục các chiến lược và các kế hoạch của mình. Hậu quả của nó cùng với việc đánh giá không đầy đủ về môi trường kinh doanh, của bản thân đã dẫn đến việc đầu tư của Công ty trong thời gian qua mang tính cảm tính, ồ ạt, dàn trải theo chiều rộng mà thiếu đầu tư về chiều sâu, hiệu quả kinh doanh một số ngành dịch vụ thấp phải thu hẹp qui mô, thậm chí nhiều ngành bị xóa sổ hoặc đang đứng trước tình trạng bị xóa sổ, tình hình tài chính của Công ty ở tình trạng bi đát.

2.3.1.8 Hoạt động marketing

Hoạt động marketing của Công ty đã được thực hiện từ giai đoạn nhà nước và vẫn được duy trì trong giai đoạn cổ phần, tuy nhiên do nhận thức về vai trò của hoạt động này và việc đầu tư cho hoạt động này của Công ty còn chưa đúng mức nên kết quả thu được còn nhiều hạn chế.

Công ty đã không hình thành nên một bộ phận marketing riêng biệt. Các hoạt động về marketing như: Nghiên cứu thị trường, khách hàng, đối thủ

cạnh tranh, xây dựng các chính sách về sản phẩm dịch vụ, giá... được giao xuống cho các phòng ban, các chi nhánh, đơn vị trực thuộc. Các hoạt động marketing chỉ mang tính cục bộ của từng đơn vị, thiếu sự kết hợp, phối hợp giữa các đơn vị trong Công ty do vậy chưa hình thành nên các chiến lược về marketing mang cấp độ công ty và có tính dài hạn, chưa tạo được sự đồng thuận, ý thức trách nhiệm của từng thành viên trong Công ty. Công ty cũng chưa quan tâm tới việc đào tạo, nâng cao trình độ nghiệp vụ, kỹ năng cho đội ngũ marketing tại các phòng ban, chi nhánh, đơn vị thành viên do vậy năng lực của đội ngũ này còn rất yếu. Đối với những hoạt động marketing ở mức độ toàn Công ty, những hoạt động marketing ở thị trường ngoài nước phụ thuộc chủ yếu vào một số cá nhân trong Công ty như các thành viên Ban tổng giám đốc.... Tuy nhiên, do hạn chế về mặt thời gian, công sức, cũng như sự thiếu hệ thống của các thành viên nói trên trong hoạt động marketing nên kết quả không đạt được như mong muốn.

2.3.2 Các yếu tố bên ngoài :

2.3.2.1 Môi trường chính trị, chính sách, pháp luật của nước sở tại

Một trong những thuận lợi của Công ty trong thời gian vừa qua là sự ổn định về chính trị và hệ thống pháp luật của Việt Nam. Các chính sách kinh tế của Việt Nam cũng dần được hoàn thiện và ngày càng phù hợp với nền kinh tế thị trường, theo xu hướng mở cửa hòa nhập với quốc tế và theo các lộ trình đã cam kết khi Việt Nam gia nhập WTO đã tạo những điều kiện thuận lợi cho hoạt động của Công ty ngày càng tốt hơn. Là một Công ty trong nước và vốn nhà nước chiếm 51%, hiện nay Công ty còn có được một số ưu thế là một số dịch vụ vận tải đường biển Việt Nam chưa mở cửa đối với các doanh nghiệp nước ngoài, hoặc mở cửa có điều kiện hạn chế. Đây là thế mạnh của Công ty khi tiến hành các hoạt động liên doanh, liên kết hợp tác với các đối tác nước ngoài.

Trong hoạt động vận tải đường biển thời gian qua, Công ty đã có những thiệt hại do sự bất cập của hệ thống chính trị, pháp luật, chính sách kinh tế của các nước mà Công ty có hoạt động cũng như sự thiếu am hiểu của Công ty đối với môi trường hoạt động kinh doanh của các nước này.

- Năm 2010, Tàu Saigon Princess bị lưu giữ 10 ngày tại Chittagong, Bangladesh do tranh chấp thiếu hụt hàng hóa không theo các qui tắc, thông lệ quốc tế.

- Năm 2011, Tàu Saigon Princess tiếp tục bị lưu giữ 03 tháng tại Chittagong, Bangladesh do không giải phóng được hàng khỏi tàu.

2.3.2.2 Các yếu tố kinh tế vĩ mô

Giai đoạn 2007 – 2008, cùng với sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam, các doanh nghiệp dịch vụ vận tải đường biển nói chung và Công ty nói riêng gặp rất nhiều thuận lợi trong hoạt động kinh doanh của mình. Công ty có điều kiện để phát phát triển các hoạt động kinh doanh, tiếp cận các nguồn vốn vay để đầu tư đóng mới khôi phục đội tàu biển, mở rộng ngành nghề hoạt động, hình thành các ngành dịch vụ mới như vận tải tàu sông...

Tuy nhiên vào nửa cuối 2008 đến nay, do ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế- tài chính toàn cầu, hoạt động kinh tế Việt Nam gặp nhiều khó khăn, lạm phát tăng cao, sản xuất bị đình trệ, đời sống người lao động bị ảnh hưởng nặng nề. Tình hình nói trên đã đẩy các doanh nghiệp vận tải đường biển trong đó có Công ty vào tình trạng khủng hoảng trầm trọng. Hầu hết các hoạt động của Công ty đều bị ảnh hưởng. Thực sự gian đoạn hiện nay đang là một giai đoạn hết sức khó khăn đối với Công ty đòi hỏi rất nhiều nỗ lực để vượt qua.

2.3.2.3 Môi trường tự nhiên

Trong thời gian qua, do hàng hóa trong hoạt động vận tải đường biển, đường sông của Công ty chủ yếu là các loại hàng như: Gạo, xi măng, phân

bón, thức ăn gia súc, sắt thép...nên chịu nhiều tác động của yếu tố thời tiết gây ra nhiều thiệt hại như: Tồn thất hàng hóa, thời gian làm hàng kéo dài.... Bên cạnh những thiệt hại nói trên, hàng năm Công ty phải đầu tư một khoản khá lớn cho việc sửa chữa, nâng cấp các trang thiết bị, vật tư của đội tàu như : Bạt che, dụng cụ chèn lót hầm hàng, các thiết bị chằng buộc...nhằm bảo đảm an toàn cho hàng hóa, an toàn cho con tàu cũng như thủy thủ đoàn.

2.3.2.4 Khoa học, kỹ thuật, công nghệ

Do đội tàu và các tài sản khác của Công ty được hình thành trong thời gian gần đây, do vậy về công nghệ, các trang thiết bị...tương đối hiện đại không chỉ thỏa mãn các yêu cầu của các cơ quan quản lý, các công ước quốc tế về hàng hải mà còn đảm bảo cho hoạt động kinh doanh có hiệu quả.

2.3.2.5 Thị trường

Thị trường đầu vào của hoạt động dịch vụ vận tải đường biển trong thời gian vừa qua cũng có những biến động đáng kể. Bên cạnh những thuận lợi là các thị trường về nhiên liệu, vật tư, trang thiết bị thay thế, thị trường nguồn nhân lực...hiện nay đã mang tính toàn cầu tạo điều kiện cho hoạt động kinh doanh của Công ty được dễ dàng, thị trường đầu vào cũng còn có nhiều bất lợi cho hoạt động vận tải đường biển như: Sự biến động hàng ngày theo xu hướng tăng về giá cả của các thị trường đầu vào nhất là thị trường nhiên liệu gây khó khăn rất lớn cho Công ty trong việc tính toán hiệu quả, làm giảm hiệu quả kinh doanh của Công ty.

Đối với thị trường đầu ra, việc xuất hiện các phương thức vận tải mới trong thị trường đầu ra một mặt tạo điều kiện cho Công ty phát triển các dịch vụ hàng hải hỗ trợ như kho bãi, đại lý, giao nhận, vận tải thủy nội địa... nhưng cũng làm thị trường vận tải của đội tàu của Công ty bị thu hẹp. Việc tìm hàng cho đội tàu của Công ty ngày càng khó khăn, giá cước vận tải thấp, việc ngưng hoạt động vận tải đường biển trong một thời gian khá dài dẫn đến

thị phần bị mất gây rất nhiều khó khăn cho Công ty khi quay trở lại hoạt động.

2.3.2.6 Đối thủ cạnh tranh.

- Đối với thị trường trong nước :

Trong lĩnh vực vận tải đường biển đối thủ cạnh tranh của Công ty hiện nay không chỉ là các công ty kinh doanh dịch vụ vận tải trong nước như: Gemadept, Safi, Vinalines... mà còn là các tập đoàn vận tải quốc tế khổng lồ như: Maersk, APL, Evergreen.... Họ không những có ưu thế về các nguồn lực, kinh nghiệm hoạt động mà họ còn có thể bắt tay với các khách hàng có nguồn hàng thông qua các khu vực cảng Việt nam để độc chiếm nguồn hàng đó.

Một số hoạt động dịch vụ hỗ trợ hàng hải, do các chính sách của Chính phủ hiện nay còn chưa mở cửa hoặc mở cửa có điều kiện cho các doanh nghiệp nước ngoài nên đối thủ cạnh tranh hiện tại của Công ty chủ yếu là các công ty trong nước. Tuy nhiên trong tương lai, các doanh nghiệp nước ngoài sẽ từng bước xâm nhập vào thị trường Việt Nam theo lộ trình cam kết của chính phủ với WTO ở mức độ khá cao.

- Đối với thị trường ngoài nước: Trong lĩnh vực vận tải đường biển, Công ty không có khả năng cạnh tranh với các đối thủ lớn, các công ty đa quốc gia, mà chủ yếu là các đối thủ cạnh tranh mang tính địa phương ở các khu vực thông qua các mối quan hệ với các nhà môi giới...

Về lĩnh vực dịch vụ hỗ trợ hàng hải, do tiềm lực còn hạn chế nên vấn đề phát triển ra nước ngoài như một số công ty của Việt Nam chưa được Công ty đặt ra.

Tóm tắt chương 02 :

Chương 02 giới thiệu một cách tổng quát về ngành dịch vụ vận tải đường biển, nêu rõ khái niệm, phân loại ngành dịch vụ vận tải đường biển theo Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Đồng thời chương 02 cũng nêu lên tình hình của ngành dịch vụ vận tải đường biển nói chung hiện nay trong đó có Việt Nam và tiềm năng phát triển của ngành dịch vụ vận tải đường biển của Việt Nam trong tương lai.

Chương 02 cũng giới thiệu khái quát về Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn, quá trình phát triển cũng như những khó khăn, thách thức mà Công ty đang gặp phải trong giai đoạn 2007 đến nay.

Dựa theo nền tảng cơ sở lý luận của chương 01, chương 2 tiến hành phân tích, đánh giá hiệu quả các mặt hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn thông qua hệ thống các chỉ tiêu về hiệu quả kinh doanh trong giai đoạn 2007 đến 2011, đồng thời phân tích mức độ ảnh hưởng của những nhân tố bên trong, bên ngoài tới hiệu quả của hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn như : Vốn kinh doanh; nguồn nhân lực; trình độ tổ chức quản lý; mức độ áp dụng kỹ thuật công nghệ, thông tin liên lạc của doanh nghiệp; sản phẩm dịch vụ; chi phí kinh doanh; chiến lược kinh doanh; môi trường chính trị, chính sách pháp luật của nhà nước; yếu tố kinh tế vĩ mô; yếu tố khoa học, công nghệ; môi trường tự nhiên; thị trường; đối thủ cạnh tranh...

Để có thể giúp Công ty vượt qua các khó khăn, thách thức trong giai đoạn hiện nay, tạo đà cho việc phục hồi hoạt động kinh doanh trong thời gian tiếp theo, trên cơ sở phân tích đánh giá ở chương 02, một số giải pháp cụ thể giúp cho Công ty nâng cao hiệu quả kinh doanh sẽ được trình bày trong chương 03.

Chương 3

CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN VẬN TẢI BIỂN SÀI GÒN

Hiện nay Công ty đang là một trong những công ty hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ vận tải đường biển chủ yếu của Thành phố Hồ Chí Minh và vốn nhà nước vẫn chiếm 51% do đó Công ty phải thực hiện tốt chủ trương của Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh giao cho là trở thành đơn vị hàng đầu về dịch vụ vận tải đường biển của Thành phố Hồ Chí Minh. Để làm được điều đó, theo tác giả Công ty cần xác định rõ quan điểm và mục tiêu phát triển kinh doanh cụ thể đồng thời đưa ra các giải pháp phù hợp để có thể đạt được các mục tiêu đó.

3.1 Quan điểm, mục tiêu phát triển kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn trong giai đoạn 2012 - 2017

3.1.1 Quan điểm

- Là một doanh nghiệp vốn nhà nước chiếm 51% do vậy Công ty phải thực hiện các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về chiến lược phát triển ngành dịch vụ vận tải đường biển của nước ta từ trước đến nay, gần đây nhất là “Quyết định số 1601/QĐ-TTg của Thủ Tướng Chính Phủ Việt Nam ngày 15/10/2009 phê duyệt Qui hoạch phát triển vận tải đường biển Việt Nam đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030”.

- Mục đích hoạt động kinh doanh của Công ty là đem lại lợi nhuận với hiệu quả cao, do vậy việc chú trọng nâng cao hiệu quả kinh tế - xã hội, phát triển doanh nghiệp một cách bền vững là trách nhiệm của từng thành viên trong Công ty.

- Kinh doanh đa dạng hóa ngành nghề nhưng không tràn lan phù hợp với qui hoạch của ngành và của Thành phố Hồ Chí Minh. Chú trọng phát triển những ngành nghề mà Công ty đang có lợi thế, có thể tận dụng, phát huy những nguồn lực hiện có như: Nhân lực, vật lực, thị trường, kinh nghiệm kinh doanh, đối tác...kiên quyết cắt giảm những hoạt động kinh doanh không hiệu quả.

- Việc phát triển phải kết hợp giữa lợi ích lâu dài và lợi ích cụ thể từng giai đoạn. Mọi hoạt động kinh doanh của Công ty không chỉ nhằm đạt được mục tiêu cụ thể của từng giai đoạn mà phải đảm bảo phát triển doanh nghiệp một cách bền vững.

- Công ty phải chú trọng đến việc nâng cao năng lực cạnh tranh, giữ vững thị phần hiện có, từng bước mở rộng thị trường và tìm kiếm các thị trường mới.

- Cần kết hợp một cách hợp lý giữa nội lực và ngoại lực. Tận dụng các lợi thế về nội lực như: Cơ sở vật chất hiện có, thương hiệu, kinh nghiệm khai thác, thị trường, lực lượng lao động trong đó đáng lưu ý là lực lượng thuyền viên. Tìm kiếm các nguồn lực bên ngoài thông qua các đối tác, khách hàng, các hoạt động marketing...

3.1.2 Mục tiêu

3.1.2.1 Mục tiêu tổng quát

Xây dựng Công ty phát triển một cách bền vững, thực hiện mục tiêu phát triển mà UBND Thành phố Hồ Chí Minh đã đặt ra cho doanh nghiệp. Đảm bảo hài hòa lợi ích chính đáng giữa người lao động, Công ty và Nhà nước. Góp phần thúc đẩy sự phát triển kinh tế- xã hội tại địa phương.

Công ty phải lấy hiệu quả kinh doanh làm thước đo cho sự phát triển bền vững của mình.

Mục tiêu của giai đoạn 2012 – 2017 là Công ty phải khắc phục, vượt qua giai đoạn khó khăn hiện nay, ổn định kinh doanh, không ngừng nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, tạo đà cho phát triển bền vững cho giai đoạn tiếp theo.

3.1.2.2 Mục tiêu cụ thể giai đoạn 2012 – 2017

Bảng 3.1: Các chỉ tiêu hoạt động kinh doanh cơ bản giai đoạn 2012 – 2017

Chỉ tiêu	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Tổng doanh thu (Triệu đồng)	151.400	355.400	45.600	50.700	56.500	60.800
Tổng chi phí (Triệu đồng)	157.900	355.040	34.000	35.200	37.800	39.900
Lợi nhuận trước thuế (Triệu đồng)	(6.500)	360	11.600	15.500	18.700	20.900
Lương bình quân người lao động (triệu đồng/người)	8,50	9,61	10,85	12,16	13,37	14,68

“Nguồn: Tác giả tự tính”

Với thực trạng hiện nay của Công ty và qua kết quả khảo sát phỏng vấn các chuyên gia hiện đang công tác tại Công ty (Xem phụ lục 01), để có thể thực hiện được những mục tiêu trong giai đoạn 2012 -2017, tác giả đề xuất một số các giải pháp cụ thể ở phần tiếp theo.

3.2 Một số giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn

3.2.1 Giải pháp về vốn kinh doanh

Do nóng vội, Công ty đã đầu tư ô ạt, dàn trải trong một thời gian ngắn vào các dự án, trang thiết bị chủ yếu bằng nguồn vốn vay. Tuy nhiên các dự án đầu tư hoạt động không đạt hiệu quả như mong muốn đồng thời tác động của suy thoái kinh tế-tài chính thế giới dẫn đến hoạt động kinh doanh của Công ty bị gặp nhiều khó khăn, kết quả kinh doanh xấu. Hiện nay, Công ty

đang trong tình trạng thiếu vốn trầm trọng để duy trì hoạt động kinh doanh hàng ngày và để trả các khoản nợ vay đến hạn. Hậu quả là Công ty đã phải lên các kế hoạch thanh lý một số tài sản nhằm giải quyết tình trạng trên: Triển khai thanh lý 02 tàu biển Saigon Queen và Saigon Princess, thanh lý 02 tàu sông Long Phú 01 và Long Phú 02, tiến hành chào bán hai máy chính Yanmar phục vụ cho dự án đóng mới 02 tàu sông 1500 DWT, thanh lý nhà văn phòng của Chi nhánh Cần Thơ tại Thành phố Cần Thơ, chào bán số cổ phần 4% góp vốn tại Công ty Cổ phần Quảng trường Quốc tế, thoái vốn tại Liên doanh Korex-Saigon logistics...nhằm giải quyết tình trạng tình hình tài chính hiện nay. Đây là biện pháp cấp thiết để giải quyết tình trạng nợ nần, giảm chi phí vốn vay, cắt lỗ.

Về lâu dài, Công ty phải cân nhắc, rà soát lại các dự án đầu tư, sắp xếp thứ tự ưu tiên triển khai các dự án. Để làm tốt điều này, Công ty phải nhanh chóng xây dựng một chiến lược đầu tư dài hạn phù hợp với chiến lược kinh doanh của mình, tính toán thật kỹ đến hiệu quả kinh tế mà dự án mang lại. Trước mắt Công ty nên rà soát lại các hạng mục đầu tư, tìm giải pháp nhanh chóng hoàn tất các dự án còn dang dở, tạm ngưng những dự án chưa thật cần thiết, mạnh dạn loại bỏ các dự án không hiệu quả .

Công ty mạnh dạn tập trung vốn vào ngành dịch vụ mà công ty đang có lợi thế, mang lại hiệu quả cao, có tiềm năng lâu dài tạo thành một ngành mũi nhọn trong hoạt động kinh doanh của mình như các hoạt động về kho, bãi, logistics, dịch vụ hỗ trợ hàng hải...đối với những ngành mang tích chất truyền thống, có tiềm năng lâu dài nhưng hiện nay chưa thuận lợi để phát triển như vận tải đường biển, cho thuê thuyền viên, thì cần chuyển đổi hình thức hoạt động để tận dụng các nguồn lực, duy trì thị trường, tăng cường tích lũy để khi có điều kiện thì tái hoạt động. Đối với những ngành nghề không có điều kiện để phát triển hiện nay cũng như tương lai như tàu sông...thì nên mạnh dạn loại bỏ.

Việc nóng vội trong đầu tư và phụ thuộc chủ yếu vào nguồn vốn vay đã dẫn đến nguy cơ rủi ro cao của Công ty khi tình hình kinh tế biến động xấu như hiện nay. Công ty cần phải đa dạng hóa nguồn vốn của mình thông qua các hình thức như: Liên doanh, liên kết, hợp tác kinh doanh kêu gọi vốn cổ đông ...

Một vấn đề cần lưu ý là việc sử dụng tài sản tại Công ty trong thời gian qua chưa thực sự hiệu quả. Công ty cần phải thường xuyên xem xét, đánh giá lại quá trình quản lý, sử dụng tài sản từ đó đề ra các biện pháp nâng cao hiệu quả sử dụng. Nâng cao chất lượng công tác bảo trì, bảo dưỡng, sửa chữa nhằm kéo dài tuổi thọ của tài sản, mạnh dạn thanh lý những tài sản mà hiệu quả sử dụng không cao, lạc hậu về kỹ thuật để sớm thu hồi vốn.

Một biện pháp nữa cũng cần lưu ý là Công ty thường xuyên giáo dục các thành viên trong công ty tinh thần ý thức tiết kiệm, vận động và kiểm tra việc thực hiện tiết kiệm, tránh lãng phí ở các đơn vị và người lao động .

3.2.2 Giải pháp về nguồn nhân lực

Duy trì và phát triển nguồn nhân lực của Công ty luôn là một trong những ưu tiên của lãnh đạo Công ty. Mặc dù trong những năm qua, Công ty có nhiều cố gắng, tuy nhiên kết quả đạt được vẫn còn nhiều hạn chế. Với đặc thù là đội ngũ lao động Công ty được phân chia làm ba khối, các bên cạnh các giải pháp mang tính chất chung, toàn diện, mức độ áp dụng mang tầm mức Công ty, phải có những giải pháp đặc thù cho từng khối.

- Đội ngũ cán bộ, nhân viên quản lý trên bờ:

Đây là lực lượng lao động quan trọng nhất, đóng góp rất nhiều vào kết quả kinh doanh của Công ty. Tuy nhiên, đa số lao động được chuyển qua từ giai đoạn nhà nước, mặc dù đã quen với công việc, có năng lực giải quyết công việc hàng ngày nhưng tính năng động và nhanh nhạy nắm bắt thị trường chưa cao, vẫn thiếu tinh thần trách nhiệm, thiếu tính chuyên nghiệp trong xử lý công việc và thiếu cập nhật một số kỹ năng cần thiết như: Ngoại ngữ, vi

tính, trình độ chuyên môn nghiệp vụ để có thể đáp ứng khi hoạt động kinh doanh được mở rộng, phát triển trong tương lai.

Trong điều kiện khó khăn hiện nay, bên cạnh những giải pháp hoàn thiện đội ngũ lao động hiện có như: Sắp xếp, phân công công việc theo hướng tinh, giản, hiệu quả; gắn liền trách nhiệm hiệu quả công việc với các chế độ đãi ngộ; tăng cường công tác đào tạo cải thiện các kỹ năng còn thiếu của người lao động; đối với lực lượng lao động không đáp ứng được công việc hiện nay và tương lai mạnh dạn sắp xếp lại công việc cho phù hợp hoặc tạo điều kiện cho họ tìm kiếm một công việc phù hợp hơn. Công ty phải chuẩn bị sẵn sàng nguồn nhân lực cho việc tiếp theo sau khi vượt qua giai đoạn khó khăn là khôi phục và mở rộng hoạt động kinh doanh.

- **Đội ngũ sĩ quan, thuyền viên :**

Đội ngũ sĩ quan, thuyền viên hiện nay đang là thế mạnh của Công ty, bên cạnh lực lượng thuyền viên từ giai đoạn nhà nước chuyển qua, có tuổi đời tương đối cao, có kinh nghiệm về hàng hải nhưng lại thiếu cập nhật những kiến thức mới, đa số là thuyền viên trẻ được đào tạo bài bản, tiếp cận được với các tiêu chuẩn quốc tế về thuyền viên và thường xuyên được cọ sát, nâng cao trình độ thông qua quá trình làm việc trên đội tàu công ty và đội tàu mà công ty cho thuê thuyền viên. Đội ngũ thuyền viên chính là một vốn quý mà Công ty cần phải gìn giữ và phát triển phục vụ cho hoạt động kinh doanh của Công ty về mặt lâu dài.

Thời gian qua do những khó khăn về hoạt động kinh doanh trong đó có hoạt động vận tải đường biển, bên cạnh đó từ tháng 5/2009, dịch vụ cho thuê thuyền viên cũng phải ngưng hoạt động do không gia hạn được giấy phép vì vốn điều lệ của Công ty có yếu tố nước ngoài, Công ty gặp rất nhiều khó khăn trong việc duy trì đội ngũ sĩ quan, thuyền viên. Để duy trì, phát triển đội ngũ sĩ quan, thuyền viên cho kế hoạch đầu tư, phát triển lâu dài của mình đang là một vấn đề nan giải của Công ty. Công ty cần khẩn trương xây

dựng một kế hoạch để có thể duy trì, bổ sung lực lượng sĩ quan, thuyền viên cả về lượng lẫn về chất. Để thực hiện được điều này, Công ty phải dựa trên một số các giải pháp sau đây: Tăng cường các biện pháp về tổ chức, quản lý nâng cao hiệu quả kinh doanh, tạo tiền đề cải thiện đời sống vật chất, tinh thần cho đội ngũ sĩ quan, thuyền viên. Tìm ra các giải pháp để khôi phục lại hoạt động cho thuê thuyền viên, tận dụng các mối quan hệ với các đối tác để tạo công ăn việc làm cho thuyền viên, đồng thời thông qua công việc đó nâng cao trình độ tay nghề của đội ngũ sĩ quan, thuyền viên công ty. Trong trường hợp thanh lý đội tàu để giải quyết các vấn đề khó khăn hiện tại của Công ty, Công ty cần duy trì hoạt động vận tải đường biển thông qua các hình thức như: Thuê định hạn, thuê tàu trần hoặc thực hiện quản lý khai thác đội tàu cho các công ty khác...nhằm mục đích duy trì thị phần, duy trì quan hệ khách hàng...và duy trì đội ngũ thuyền viên. Công ty phải liên kết với Trường Đại học Giao thông Vận tải và các trung tâm đào tạo và huấn luyện hàng hải để tạo nguồn tuyển dụng và phục vụ cho công tác đào tạo, đào tạo lại đội ngũ sĩ quan thuyền viên về mặt lâu dài. Trong công tác đào tạo, Công ty phải xây dựng các kế hoạch đào tạo cụ thể trong từng giai đoạn tạo điều kiện để các sĩ quan, thuyền viên học tập nâng cao tay nghề, bổ sung bằng cấp chuyên môn.

Do đặc thù ngành, đội ngũ thuyền viên trên tàu luôn phải hoạt động trong một môi trường nặng nhọc, độc hại, nguy hiểm và phải xa nhà thường xuyên, Công ty phải kết hợp với tổ chức Công đoàn, Đoàn thanh niên, Hội Phụ nữ thường xuyên thăm hỏi động viên, lo lắng cho đời sống vật chất và tinh thần của thuyền viên trên tàu, cũng như quan tâm đến đời sống gia đình họ tại quê nhà để họ yên tâm công tác và gắn bó lâu dài với Công ty. Kiên quyết chống lại các hành động tiêu cực, sách nhiễu, phiền hà, những nhiễu đối với thuyền viên.

- Đội ngũ lao động tại các kho CFS :

Đội ngũ lao động tại các kho CFS được hình thành và phát triển mạnh trong những năm gần đây khi các hoạt động logistics được Công ty chú trọng đầu tư phát triển. Đặc thù của đội ngũ lao động này là trẻ, khỏe, ham học hỏi, tuy nhiên phần lớn đội ngũ lao động này tập trung ở những công đoạn lao động mang tính giản đơn như: Xe nâng, bốc xếp, kiểm đếm, bảo vệ, nhân viên văn phòng...nên trình độ, năng lực bị hạn chế, về thực chất đội ngũ này do các khách hàng thuê kho quản lý điều hành về mặt sản xuất, Công ty chỉ quản lý về mặt hành chính do vậy tính biến động của đội ngũ lao động này rất cao và nó phụ thuộc vào tính mùa vụ, nhu cầu của khách hàng. Tuy nhiên, do tiềm năng phát triển của hoạt động logistics, đây cũng là một hướng đi mới mà Công ty nên chú trọng đầu tư, Công ty phải tập trung xây dựng phát triển một đội ngũ người lao động có tay nghề, có chuyên môn, chuyên nghiệp để cung cấp cho các khách hàng tại các kho CFS của Công ty và các khách hàng khác có nhu cầu. Công ty phải chú trọng tìm đầu vào cho lực lượng lao động này, tăng cường công tác tiếp thị, liên doanh, liên kết để tạo đầu ra ổn định cho hoạt động dịch vụ này. Bên cạnh đó, công tác bồi dưỡng tạo tạo cũng phải được quan tâm đúng mức để tạo ra một lực lượng lao động có tay nghề cao, chuyên nghiệp đáp ứng các yêu cầu của khách hàng. Công ty phải quan tâm chăm sóc đời sống vật chất, tinh thần của đội ngũ lực lượng lao động này, đặc biệt là thông qua hoạt động công đoàn, mối quan hệ với khách hàng để đảm bảo quyền lợi của họ để họ yên tâm công tác lâu dài.

- Các giải pháp mang tính tổng thể :
 - ❖ Xây dựng văn hóa doanh nghiệp :

Người lao động gắn bó lâu dài với Công ty không chỉ đơn thuần là do yếu tố thu nhập, mà còn do yếu tố môi trường làm việc, do vậy Công ty phải xây dựng một môi trường làm việc phù hợp, thân thiện với đặc thù riêng của mình. Để làm được điều đó, Công ty phải xây dựng cho mình một bản sắc

văn hóa doanh nghiệp của mình. Điều cần lưu ý khi xây dựng văn hóa doanh nghiệp là phải tạo được sự đồng thuận của các thành viên trong Công ty về các ý nghĩa, giá trị, niềm tin chủ đạo, nhận thức và phương pháp tư duy để từ đó để mọi người luôn sống và cống hiến hết mình vì mục tiêu chung của Công ty, cùng Công ty vượt qua mọi khó khăn và gắn bó lâu dài với Công ty.

❖ Xây dựng một chế độ lương, thưởng, phúc lợi phù hợp.

Hiện nay, chế độ lương của Công ty thực hiện theo cơ chế chi trả dựa trên hệ số chức danh, công việc và thâm niên công tác. Điều này có ưu điểm là rõ ràng, dễ áp dụng, nhưng nó chưa đánh giá được mức độ đóng góp của người lao động trong từng thời điểm cụ thể, do vậy việc áp dụng cứng nhắc chế độ trả lương này cho toàn bộ người lao động của Công ty hiện nay đã dẫn đến hạn chế là không khuyến khích được người lao động, nâng cao năng suất, phát huy sáng kiến. Để khắc phục hạn chế này, Công ty phải mạnh dạn đa dạng hóa hình thức trả lương như khoán lương đối với các phòng ban có thu hoặc các đơn vị sản xuất, xây dựng chế độ lương có tính đến yếu tố trình độ, hiệu quả công việc của từng cá nhân cụ thể...

Chế độ thưởng của Công ty hiện nay cũng chưa được xây dựng một cách có bài bản, minh bạch, bên cạnh các chế độ thưởng theo qui định của Nhà nước, theo thỏa ước tập thể như: Tháng lương thứ 13, thưởng lễ, tết... việc chi thưởng cho người lao động còn phụ thuộc vào ý muốn chủ quan của lãnh đạo công ty, hoặc mang tính phong trào, hình thức do vậy gây những thắc mắc trong người lao động và đôi khi có tác dụng ngược không động viên, khuyến khích được người lao động, để khắc phục được điều này, Công ty phải xây dựng và minh bạch hóa các chế độ khen thưởng và thực hiện khen thưởng. Việc khen thưởng phải mang tính thực chất.

Hiện nay các chế độ phúc lợi của Công ty mới chỉ đạt được ở mức tối thiểu theo qui định của Nhà nước và thỏa ước lao động tập thể và ở mức thấp so với trung bình ngành, về lâu dài Công ty phải tìm cách nâng cao được chất

lượng của các chế độ phúc lợi, các chế độ phúc lợi phải tính đến đặc thù của Công ty, trong đó lưu ý đến đội ngũ thuyền viên.

- Công tác tuyển dụng, đào tạo:

Trong công tác tuyển dụng, đào tạo, Công ty cần phải xây dựng các chiến lược ngắn hạn, trung hạn và dài hạn phù hợp với chiến lược kinh doanh của Công ty. Các chiến lược này phải xây dựng ở cấp độ Công ty và ở cấp độ các khối, từ đó hình thành nên những kế hoạch cụ thể về nguồn nhân lực tại từng thời điểm. Việc sàng lọc lao động hiện có, tuyển dụng mới phải dựa trên cơ sở nhu cầu hiện tại và hướng phát triển lâu dài tránh tình trạng như hiện nay công tác nhân sự chỉ mang tính thời điểm khi cần thì tuyển, khi không cần sẵn sàng loại bỏ... dẫn đến tình trạng người lao động không yên tâm công tác hoặc là thay vì tìm người phù hợp cho công việc thì trong một số trường hợp là phân chia công việc cho người. Công tác tuyển dụng phải kết hợp đa dạng từ nhiều nguồn: Trường học, thị trường lao động, tự đào tạo... mạnh dạn tăng cường công tác liên kết với các trường chuyên ngành để tạo nguồn nhân lực lâu dài. Công tác tuyển dụng phải công khai, minh bạch, cạnh tranh lành mạnh để hạn chế tiêu cực.

Công ty phải thường xuyên tăng cường công tác đào tạo huấn luyện để nâng cao trình độ, năng lực, tay nghề, cập nhật kiến thức cho đội ngũ lao động trong Công ty. Hình thức đào tạo cần phải phong phú, đa dạng, phù hợp với từng đối tượng, mục đích đào tạo và thời gian làm việc như: Đào tạo dài hạn, ngắn hạn, đào tạo tại chỗ... cần phải khuyến khích người lao động tự đi học nâng cao trình độ phục vụ cho nhu cầu công việc. Bên cạnh việc đào tạo nâng cao trình độ nghiệp vụ ngành :

❖ Đối với đội ngũ lãnh đạo của Công ty: Cần chú trọng đào tạo nâng cao trình độ về quản trị. Trình độ quản trị của đội ngũ lãnh đạo Công ty rất quan trọng, trong thực tế việc lãnh đạo dựa trên nền tảng tốt về quản trị tốt sẽ đạt hiệu quả kinh doanh cao hơn.

❖ Đối với đội ngũ lãnh đạo các phòng ban: Cần chú trọng đào tạo các kỹ năng về quản lý, đây là đội ngũ quản trị cấp trung gian và là lực lượng dự bị cho việc bổ nhiệm các chức vụ quản lý ở cấp cao hơn. Bên cạnh đó do đặc thù công việc mang tính chất quốc tế để có thể giao dịch tốt với các đối tượng là khách hàng nước ngoài, việc đào tạo nâng cao trình độ về ngoại ngữ, tin học là điều bắt buộc.

❖ Đối với lực lượng đội ngũ nhân viên: Cần quan tâm bồi dưỡng về ngoại ngữ, tin học để mọi người có thể thực hiện tốt các công việc được giao. Đây cũng là lực lượng dự bị cho đội ngũ quản lý mà Công ty cần quan tâm.

❖ Đội ngũ lao động tham gia sản xuất kinh doanh trực tiếp: Cần chú trọng việc đào tạo hướng dẫn nội qui công ty, các qui trình làm việc, các qui trình về an toàn lao động, phòng chống cháy nổ, bồi dưỡng nâng cao tay nghề..., bên cạnh đó cần tạo điều kiện để người lao động có thể nâng cao trình độ học vấn, ngoại ngữ, tin học để có thể nâng cao năng lực tiếp thu các kiến thức, các qui trình công nghệ, chuyên môn nhằm nâng cao hiệu quả trong công việc.

Việc đầu tư vào tìm kiếm, chọn lọc nhân tài cho đội ngũ cán bộ quản lý lâu dài của Công ty hiện nay vẫn còn mang tính chất hình thức, thụ động phụ thuộc vào các kế hoạch của cấp trên do vậy cho đến nay kết quả đạt được rất hạn chế. Về lâu dài, Công ty cần mạnh dạn xây dựng hệ thống tiêu chuẩn cán bộ quản lý, các chế độ, chính sách, công tác đào tạo... theo đặc thù riêng của mình, tổ chức tuyển dụng nhân tài một cách công khai, minh bạch.

3.2.3 Giải pháp về tổ chức quản lý

Một trong những hạn chế lớn nhất của Công ty hiện nay là việc tập trung quá lớn quyền lực vào Ban tổng giám đốc dẫn đến sự thiếu năng động, ỷ lại cho các phòng, ban, đơn vị trong hoạt động kinh doanh, để khắc phục

điều này, lãnh đạo công ty phải mạnh dạn phân chia trách nhiệm quản lý, điều hành cho các phòng, ban, đơn vị chức năng, vừa đảm bảo chủ động sáng tạo cho các phòng, ban, đơn vị vừa đảm bảo tính lãnh đạo thống nhất của Ban tổng giám đốc.

Công tác tổ chức quản lý của Công ty do chưa dựa trên các chiến lược dài hạn của Công ty mà chỉ mang tính chất thời điểm, giải quyết các tình huống và đáp ứng các yêu cầu của các cơ quan quản lý nên chưa đạt được tính bền vững. Việc thường xuyên sắp xếp bộ máy tổ chức, sát nhập, mở rộng, thành lập các phòng ban theo từng thời điểm tuy đạt được những hiệu quả nhất định trong công tác quản lý nhưng cũng gây nhiều xáo trộn trong bộ máy tổ chức, liên tục thay đổi chức năng nhiệm vụ của các phòng, ban, đơn vị và các cá nhân dẫn đến hạn chế hiệu quả kinh doanh và người lao động không yên tâm trong cộng tác, để thay đổi tình trạng này, tổ chức bộ máy quản lý phải thực sự dựa trên các chiến lược kinh doanh của Công ty, công tác tổ chức phải hài hòa giữa ngắn hạn và dài hạn, trong một số trường hợp, Công ty phải chấp nhận loại bỏ hiệu quả ngắn hạn để đạt hiệu quả lâu dài.

Việc chưa chuẩn hóa qui trình quản lý và áp dụng các tiến bộ về khoa học, công nghệ, thông tin trong công tác quản lý còn chưa đạt yêu cầu ảnh hưởng rất nhiều đến các công tác thống kê, lưu trữ, báo cáo...đây là vấn đề đòi hỏi Công ty nhanh chóng đưa ra các biện pháp khắc phục. Trước mắt Công ty nên áp dụng các thành tựu về thông tin xây dựng mạng nội bộ, sử dụng các phần mềm về quản lý song song với việc tăng cường công tác huấn luyện, đào tạo cho các thành viên trong Công ty về các kỹ năng này. Về lâu dài, thông qua các đối tác, các liên doanh...để tiếp cận các mô hình, các thành tựu quản lý hiện đại để từ đó có kế hoạch từng bước xây dựng mô hình quản lý công ty theo hướng hiện đại, gọn, hiệu quả.

3.2.4 Giải pháp về sản phẩm dịch vụ

Hiện nay, do tác động của khủng hoảng kinh tế - tài chính toàn cầu dẫn đến hoạt động kinh doanh của Công ty gặp nhiều khó khăn, qui mô hoạt động bị thu hẹp, đồng thời hậu quả của việc đầu tư ồ ạt, thiếu trọng điểm đang ngày càng bộc lộ. Một số dịch vụ hoạt động không hiệu quả hoặc hiệu quả chỉ đạt ở mức thấp, dẫn đến phải tái cơ cấu lại sản phẩm dịch vụ. Yếu tố này đòi hỏi phải có những giải pháp mang tính căn cơ vừa đảm bảo giúp Công ty vượt qua giai đoạn khó khăn hiện nay, vừa phải tạo tiền đề cho các hoạt động kinh doanh ở tương lai. Công ty cần tiến hành phân tích, đánh giá lại cơ cấu sản phẩm dịch vụ, kiên quyết cắt giảm những loại hình dịch vụ hoạt động không hiệu quả hiện nay và không có tiềm năng trong tương lai gần, tập trung thu hồi vốn để đầu tư vào những ngành dịch vụ thực sự có hiệu quả. Công ty phải xác định cho được các ngành thế mạnh, truyền thống và có tiềm năng của mình trong ngắn hạn, trung hạn, dài hạn để từ đó xây dựng chiến lược phát triển trong từng thời điểm cụ thể và lâu dài.

- Đối với dịch vụ vận tải đường biển, do có kế hoạch thanh lý hai tàu Saigon Queen và Saigon Princess để giải quyết các khó khăn về tài chính của Công ty nên đội tàu biển của Công ty có khả năng bị xóa sổ, tuy nhiên, dịch vụ vận tải đường biển vẫn là ngành dịch vụ chính có tiềm năng lâu dài của Công ty. Để tránh mất thị phần, duy trì đội ngũ thuyền viên đang là thế mạnh của Công ty, giảm áp lực về vốn đầu tư, Công ty nên duy trì các hoạt động kinh doanh này thông qua các hình thức như: Thuê tàu định hạn, thuê tàu trần, thực hiện công tác quản lý khai thác đội tàu cho các công ty tàu, liên doanh, liên kết... từng bước tích lũy vốn để khôi phục lại đội tàu của Công ty khi điều kiện kinh tế cho phép. Đây là việc làm mang tính lâu dài, vừa tạo nguồn thu cho Công ty, vừa tạo điều kiện để từng bước Công ty quay lại với ngành chính là: Vận tải đường biển

- Đối với dịch vụ vận tải đường sông và vận tải đường bộ: Đây là ngành nghề Công ty không có thế mạnh về kinh nghiệm quản lý, thị trường và hiện nay đang có những đối thủ cạnh tranh rất mạnh nhất là các doanh

ng nghiệp tư nhân, việc phát triển loại hình vận tải này xuất phát từ ý muốn chủ quan, thiếu nghiên cứu, đánh giá cụ thể dẫn đến hiệu quả kinh doanh thấp. Trước mắt và trong tương lai gần, Công ty nên mạnh dạn loại bỏ dịch vụ vận tải đường sông và vận tải đường bộ, thanh lý tài sản, thu hồi vốn.

- Dịch vụ hỗ trợ hàng hải: Đây là một trong những ngành dịch vụ truyền thống của Công ty từ giai đoạn nhà nước và được khách hàng đánh giá cao. Ưu thế của loại hình này là tiềm năng lớn, lâu dài trong khi vốn đầu tư vào các nguồn lực không cao, chủ yếu là đầu tư vào nguồn nhân lực. Trong ngành dịch vụ này Công ty đã có các khách hàng truyền thống có tiềm năng lớn như: Dịch vụ đại lý tàu biển cho đội tàu của Maersk Việt Nam, dịch vụ giao nhận hàng hóa, chứng từ, kê khai hải quan... cho SAMCO, Scanship, Shipco, Premium... ngoài ra Công ty còn phát triển được các khách hàng mới như Công ty cổ phần Việt Thắng, các khách hàng ở Nga..., đây là một trong những loại hình dịch vụ mà Công ty cần tập trung phát triển trong thời gian tới. Về đối ngoại, Công ty phải tăng cường công tác marketing, tận dụng quan hệ với các đối tác, tận dụng thương hiệu của Công ty để tìm kiếm khách hàng, mở rộng thị phần. Về đối nội, Công ty nên mạnh dạn đầu tư vào đội ngũ nhân viên marketing, tăng cường công tác đào tạo về nghiệp vụ cho đội ngũ nhân viên, mạnh dạn xây dựng những chính sách mang tính lâu dài về giá cả dịch vụ, tài chính, khách hàng thân thiết... để lôi kéo khách hàng.

- Dịch vụ cho thuê thuyền viên: Hiện nay Công ty không còn đủ điều kiện để kinh doanh loại hình này, tuy nhiên đây là loại hình mà Công ty đang có thế mạnh về đội ngũ thuyền viên, quan hệ khách hàng... và đây cũng là một trong những điều kiện để duy trì đội ngũ thuyền viên trong thời gian tới, do vậy Công ty phải mạnh dạn tìm hình thức duy trì loại hình này thông qua việc liên doanh, liên kết với các đơn vị bạn, thông qua các công ty con ...

- Dịch vụ kinh doanh kho bãi: Đây là một trong những loại hình dịch vụ hiện nay đang mang lại hiệu quả cao nhất cho Công ty và có tiềm

năng phát triển lâu dài. Công ty phải tập trung đầu tư cho loại hình này, về lâu dài đây trở thành một trong những loại hình chiến lược của Công ty.

Hiện nay hoạt động kho, bãi, logistics vẫn chỉ dừng ở hình thức là cho các đối tác nước ngoài thuê khai thác, hoặc góp vốn liên doanh, phần tự khai thác của Công ty chỉ dừng lại phần Bãi Trung chuyên container và một số dịch vụ có liên quan, ở mức độ này Công ty chỉ đảm bảo được một nguồn thu ổn định tối thiểu. Để tạo thành một nguồn thu mang tính đột phá, Công ty phải mạnh dạn tự khai thác các hoạt động dịch vụ kho bãi, các dịch vụ logistics và tương lai hình thành cụm ICD. Để làm được điều này, Công ty phải tiến hành xây dựng chiến lược phát triển và kế hoạch cụ thể trong từng giai đoạn, nhằm vừa vẫn phải đảm bảo nguồn thu, vừa từng bước thực hiện mục tiêu của mình. Về ngắn hạn: Tiếp tục phát triển và củng cố các liên doanh với các đối tác nước ngoài để thu hút vốn đầu tư, kinh nghiệm kinh doanh, quản lý, đồng thời thông qua các liên doanh để củng cố và xây dựng hình ảnh của Công ty, thâm nhập thị trường trong và ngoài nước. Hoàn tất các dự án đầu tư còn dở dang liên quan đến loại hình này tại Trung tâm Kho vận Linh Xuân.

Về dài hạn: Thành lập cụm cảng container cạn (ICD: Inland Container Depot) tại trung tâm kho vận Linh xuân nhằm đáp ứng việc thu gom hàng và khai quan tại chỗ cho các khách hàng xuất nhập khẩu trong các khu công nghiệp tại các khu vực như: Nam Tây Nguyên, Tây Ninh, Bình Dương, Bình Phước, Đồng Nai..., kết hợp các phương thức vận tải để tạo thành chuỗi logistics khép kín.

3.2.5 Giải pháp về chi phí kinh doanh

Công ty cần triển khai các giải pháp làm giảm chi phí cao hiệu quả kinh doanh:

- Xây dựng và kết nối nhà cung cấp các yếu tố đầu vào nguyên vật liệu, trang thiết bị, vật tư...tạo lập hệ thống cung ứng trực tiếp không qua

trung gian mang tính ổn định, lâu dài tại khu vực hoạt động của Công ty để từ đó tận dụng các yếu tố về thời gian cung cấp, giá, thời hạn thanh toán, đồng thời giảm được lượng hàng tồn kho và chi phí lưu kho.

- Xây dựng hệ thống đại lý tin cậy, uy tín tại các khu vực hoạt động của Công ty đặc biệt là dựa vào các mối quan hệ với các đối tác, các liên doanh... để thông qua đó kiểm tra, kiểm soát, giảm thiểu các chi phí bên ngoài như: Chi phí cảng, đại lý, kiểm đếm...

- Xây dựng hệ thống định mức về kỹ thuật, sử dụng nguyên, nhiên vật liệu... cho các bộ phận, đơn vị, đội tàu.

- Hình thành các qui trình liên quan đến việc sử dụng, duy tu, bảo trì bảo dưỡng các trang thiết bị, phương tiện vận tải để nâng cao hiệu quả kinh doanh, kéo dài tuổi thọ.

- Hình thành các qui trình về mua bán, cấp phát và sử dụng các vật tư, nhiên liệu, trang thiết bị.

- Tăng cường công tác giáo dục, khen thưởng, kỷ luật để nâng cao tinh thần trách nhiệm của người lao động trong việc thực hành tiết kiệm, tránh lãng phí.

- Về lâu dài áp dụng các qui trình quản lý theo các tiêu chuẩn quản lý về chất lượng như ISO...

3.2.6 Giải pháp về chiến lược kinh doanh.

Để thay đổi một cách cơ bản về hoạt động xây dựng chiến lược, Công ty phải thành lập bộ phận chuyên trách về hoạt động chiến lược. Bộ phận này có nhiệm vụ thực hiện các hoạt động liên quan đến chiến lược và tham mưu cho lãnh đạo các cấp về hoạt động chiến lược của Công ty.

Công ty phải xây dựng được tầm nhìn, sứ mệnh và mục tiêu của Công ty một cách rõ ràng và phải được truyền đạt đến từng thành viên trong Công

ty để hiểu rõ từ đó tạo nên sự đồng tâm nhất trí trong Công ty, gắn bó với Công ty một cách lâu dài.

Trên cơ sở của tầm nhìn, sứ mệnh, mục tiêu, Công ty hình thành nên chiến lược cấp công ty, chiến lược cấp đơn vị, chiến lược chức năng...

Công tác phân tích môi trường kinh doanh cũng phải được quan tâm đúng mức. Vừa qua công tác này do thiếu bộ phận chuyên trách, thiếu tính liên kết, đơn giản, sơ lược, mang tính chủ quan và chỉ tổng hợp đơn thuần phục vụ cho việc xây dựng, đánh giá các kế hoạch ngắn hạn do vậy mà Công ty không nhận thức được đầy đủ những đe dọa, nguy cơ từ bên ngoài trong thời gian qua và trong thời gian sắp tới như suy thoái kinh tế - tài chính toàn cầu, các đối thủ cạnh tranh nhất là sự xâm nhập của các đối thủ cạnh tranh nước ngoài... và cả những cơ hội đến từ chính môi trường đó cũng như không đánh giá được một cách đầy đủ bản thân nội bộ Công ty dẫn đến những sai lầm về mặt chiến lược trong đầu tư cũng như hoạt động kinh doanh.

3.3.7 Giải pháp về hoạt động marketing.

Để cải thiện công tác Marketing, điều quan trọng đầu tiên là Công ty phải hình thành bộ phận marketing mang tính tập trung. Nhiệm vụ của bộ phận này là hình thành lên các chiến lược về marketing, trên cơ sở đó hình thành nên các chiến lược về marketing cấp đơn vị có tính đến yếu tố đặc thù ngành dịch vụ và mục tiêu phát triển trong từng giai đoạn và xây dựng các kế hoạch về marketing trong từng giai đoạn cụ thể. Bên cạnh đó, Công ty cũng phải chú trọng việc phát triển nguồn nhân lực về marketing thông qua nhiều hình thức: Tuyển dụng, cử đi đào tạo, đào tạo tại chỗ ...

Đối với thị trường nội địa, Công ty mạnh dạn sử dụng đội ngũ nhân viên marketing, nhân viên bán hàng để tiếp cận khách hàng. Tham gia các hoạt động của ngành, các hoạt động mang tính cộng đồng như: Hoạt động thể dục thể thao, văn hóa, văn nghệ, các sự kiện, các chương trình hành động vì

cộng đồng, các hoạt động từ thiện ... qua những hoạt động này giới thiệu về Công ty, làm tăng hiểu biết về thương hiệu của Công ty cho khách hàng tiềm năng, củng cố tạo niềm tin, lòng trung thành của các khách hàng truyền thống.

Đối với thị trường nước ngoài: Tận dụng những ưu thế của Công ty về các đối tác, khách hàng truyền thống, hệ thống đại lý, khách hàng. Thông qua lực lượng này để quảng bá thương hiệu của Công ty. Bên cạnh đó, Công ty cần phải tham gia các hoạt động của ngành mang tính quốc tế như các hội nghị chuyên ngành, hội nghị khách hàng... để quảng bá hoạt động của mình.

Mục tiêu ngắn hạn và dài hạn của hoạt động marketing của Công ty

- Mục tiêu ngắn hạn: Thông qua hoạt động marketing để tìm kiếm khách hàng.
- Mục tiêu dài hạn: Quảng bá, nâng cao vị thế thương hiệu của Công ty trong ngành dịch vụ vận tải biển và logistics trong nước và quốc tế nhằm mở rộng thị phần, tìm kiếm thị trường mới cho Công ty.

Tóm tắt chương 3 :

Xuất phát từ thực trạng của hoạt động kinh doanh của Công ty trong giai đoạn 2007 đến 2011 và định hướng phát triển và mục tiêu của Công ty trong những năm tiếp theo, tác giả đã đưa ra một số các giải pháp mang tính tổng thể như về giải pháp vốn kinh doanh, giải pháp về nguồn nhân lực, giải pháp về tổ chức quản lý, giải pháp tiết kiệm chi phí...nhằm góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty, giúp Công ty vượt qua giai đoạn khó khăn hiện nay và phát triển bền vững trong những năm tiếp theo.

KẾT LUẬN

Với tình hình hiện nay, tiềm năng phát triển trong tương lai của ngành dịch vụ vận tải đường biển Việt Nam nói chung và của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn nói riêng, việc nâng cao hiệu quả kinh doanh là một đòi hỏi cấp thiết, lâu dài và bền vững, luôn theo sát mọi hoạt động của doanh nghiệp.

Qua đề tài “ Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn”, tác giả đã thực hiện một số nội dung chính như sau :

- Khái quát, hệ thống lại những cơ sở lý luận về hiệu quả hoạt động kinh doanh trong nền kinh tế thị trường có tính đến đặc thù ngành.
- Trên cơ sở lý thuyết, phân tích thực trạng, mức độ tác động của các nhân tố đưa ra các đánh giá, nhận xét, quan điểm về tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn trong giai đoạn vừa qua.
- Từ thực trạng đề xuất một số những giải pháp nhằm góp phần để nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn trong giai đoạn tiếp theo.

Cũng như bất kỳ một luận văn hay một dự án nghiên cứu khoa học nào khác, luận văn cũng có những mặt hạn chế :

- Đề tài chưa tiếp cận được với hoạt động của các liên doanh, đối tác, công ty con do đó số liệu phân tích chưa toàn diện và các giải pháp đưa ra chưa đánh giá đến vai trò của các yếu tố này.
- Do hoạt động ngành nghề của Công ty rất đa dạng nên các giải pháp đưa ra chưa được cụ thể, chi tiết, chưa có chiều sâu mà chỉ đơn thuần mang tính tổng thể.

- Do đặc thù của Công ty, qui mô và điều kiện tiếp xúc số liệu, qui mô và điều kiện khảo sát... mà một số đánh giá thực trạng, giải pháp đưa ra còn mang tính chủ quan, định tính.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Văn Công (2009), *Giáo trình phân tích kinh doanh*, Nxb Đại học kinh tế quốc dân.
2. Phạm Văn Cương (2007), “ Quản trị chiến lược trong các doanh nghiệp vận tải biển Việt Nam”, *Tạp chí khoa học công nghệ hàng hải* (11+12).
3. Quách Thị Bửu Châu, Đinh Tiên Minh, Nguyễn Công Dũng, Đào Hoài Nam, Nguyễn Văn Trung (2010), *Marketing căn bản*, Nxb Lao động.
4. Phạm Văn Được (2008) , *Phân tích hoạt động kinh doanh*, Nxb Thống kê.
5. Nguyễn Thành Độ, Nguyễn Ngọc Huyền (2011), *Quản trị kinh doanh*, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân.
6. Nguyễn Văn Dũng (2010), *Luận văn thạc sĩ : Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của bưu điện tỉnh Long An*, Đại học kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
7. Trần Quốc Khánh (2005), *Giáo trình quản trị kinh doanh trong nông nghiệp*, Nxb Lao động – Xã hội.
8. Nguyễn Hữu Lộc, Trần Văn Bảo (2005), *Giáo trình chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp thương mại*, Nxb Lao động – Xã hội.
9. Bùi Văn Mua, Lê Thanh Sinh (2008), *Triết học (phần II)* , Nxb Công ty in kinh tế.

10. Đồng Thị Thanh Phương, Nguyễn Đình Hòa, Trần Thị Ý Nhi (2012), *Giáo trình quản trị doanh nghiệp*, Nxb Lao Động – Xã Hội.
11. Nguyễn Năng Phúc (2011), *Giáo trình phân tích báo cáo tài chính*, Nxb Đại học kinh tế quốc dân.
12. Bùi Xuân Phong (2010), *Giáo trình phân tích hoạt động kinh doanh*, Nxb Thông Tin và Truyền Thông.
13. Philip Kotler (2003), *Quản trị marketing*, Nxb Lao động – Xã hội.
14. Trần Ngọc Thơ, Nguyễn Thị Ngọc Trang, Phan Thị Bích Nguyệt, Nguyễn Thị Liên Hoa, Nguyễn Thị Uyên Uyên (2007), *Tài chính doanh nghiệp hiện đại*, Nxb Thống Kê.
15. Ngô Kim Thanh, Lê Văn Tâm (2009), *Giáo trình quản trị chiến lược*, Nxb Đại học kinh tế quốc dân.
16. Phan Thăng, Nguyễn Thành Hội (2007), *Quản trị học*, Nxb Thống kê.
17. Đặng Công Xương (2010), “Hướng phát triển của các doanh nghiệp đại lý hàng hải tại khu vực cảng biển Hải Phòng”, *Tạp chí khoa học công nghệ hàng hải* (22).
18. Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn, *Báo cáo tài chính năm 2007, 2008, 2009, 2010, 2011*.
19. Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn (2009), *Bản cáo bạch*.
20. Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn (2006), *Qui chế hoạt động*.

21. Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn (2006), *Qui chế hoạt động hội đồng quản trị.*
22. Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn, *Báo cáo tình hình SXKD năm 2007, 2008, 2009, 2010, 2011.*
23. Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn (2011), *Tài liệu SAIGONSHIP 30 năm phát triển và trưởng thành (22/9/1981 – 22/9/2011)*
24. Công ty cổ phần GEMADEPT, Công ty cổ phần vận tải Safi, Công ty cổ phần Vinafco., *Báo cáo tài chính năm 2011.*
25. Một số bài phân tích về ngành dịch vụ vận tải trên các trang web :
 - *Trang web : www.nosco.com.vn*
 - *Trang web : www.saigonship.com.vn*
 - *Trang web: www1.vinamarine.gov.vn*
 - *Trang web : www.vietstock.vn*
26. Một số bài phân tích về ngành dịch vụ vận tải biển của các công ty :
 - *Công ty cổ phần chứng khoán phố Wall (WSS)*
 - *Công ty chứng khoán HABUBANK*
 - *Công ty cổ phần chứng khoán KIS Việt Nam.*
 - *Công ty cổ phần chứng khoán Hải Phòng*

Phụ lục 1

KHẢO SÁT SỰ ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC YẾU TỐ ĐẾN HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY

1. Phương pháp khảo sát

Để làm rõ hơn sự ảnh hưởng của các yếu tố đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty trong giai đoạn hiện nay, tác giả đã tiến hành khảo sát trong nội bộ Công ty. Do đặc thù của ngành và đặc thù của khảo sát đòi hỏi những người được khảo sát phải có trình độ am hiểu nhất định về ngành dịch vụ vận tải đường biển, nắm bắt được tình hình hoạt động của Công ty do vậy phương pháp nghiên cứu được chọn lựa trong luận văn là “ Phương pháp chuyên gia” .

2. Qui trình khảo sát

- Xác định vấn đề khảo sát: Đánh giá các yếu tố tác động đến hiệu quả kinh doanh của Công ty trong giai đoạn hiện nay bao gồm các yếu tố bên trong và các yếu tố bên ngoài được đề cập trong luận văn.

- Nguồn dữ liệu thảo luận: đây là nguồn dữ liệu thứ cấp gồm các dữ liệu về tình hình hoạt động của ngành dịch vụ vận tải đường biển, các số liệu về tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty như: vốn đầu tư, nguồn nhân lực, chi phí, doanh thu, lợi nhuận....của Công ty trong thời gian từ 2007 đến 2011.

- Kỹ thuật thảo luận: Thảo luận nhóm .

- Dàn bài thảo luận nhóm: Xin xem phụ lục 02.

- Địa điểm thảo luận: việc thảo luận nhóm được tiến hành tại địa điểm: Văn phòng chính công ty tại địa chỉ số 09 Nguyễn Công Trứ, quận 1, thành phố Hồ Chí Minh.

- Thời gian thảo luận: tháng 06/2012.

- Việc đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố bên trong và bên ngoài đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trong giai đoạn hiện nay được tiến hành theo các bước sau:

2.1 Thông qua thảo luận nhóm, tiến hành liệt kê, phân tích thống nhất danh mục các yếu tố bên trong và bên ngoài ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty.

2.2 Xác định mức độ quan trọng của từng yếu tố đối với ngành, mức độ tác động của từng yếu tố, chiều hướng tác động

a, Mức độ quan trọng của từng yếu tố đối với ngành

Mức độ quan trọng đánh giá theo phương pháp cho điểm từ 1 đến 3

Thang điểm đánh giá:

- Ít quan trọng : 01
- Quan trọng : 02
- Rất quan trọng : 03

b, Xác định mức độ tác động của từng yếu tố đối với Công ty

Mức độ tác động đánh giá theo phương pháp cho điểm từ 1 đến 3.

Thang điểm đánh giá

- Yếu : 01
- Trung bình : 02
- Mạnh : 03

c, Xác định chiều hướng tác động của từng yếu tố trong giai đoạn

hiện nay tích cực hay tiêu cực

Chiều hướng tác động :

- Tích cực (+)
- Tiêu cực (-)

2.3 Tổng hợp, thống nhất kết quả đánh giá của từng yếu tố

Nhân kết quả của mục a và mục b, dấu của kết quả phụ thuộc vào dấu ở mục c của từng yếu tố.

3. Đối tượng tham gia thảo luận :

Các chuyên gia tham gia thảo luận bao gồm 11 người hiện đang là các cán bộ lãnh đạo, chuyên viên công tác tại các phòng, ban, trung tâm kho vận của Công ty theo danh sách như sau:

- ❖ Phòng khai thác tàu biển : 04 người
- ❖ Phòng dịch vụ logistics : 02 người
- ❖ Phòng tài chính và đầu tư : 02 người
- ❖ Phòng hành chính quản trị : 01 người
- ❖ Trung tâm kho vận Linh Xuân : 02 người

4. Kết quả thảo luận

4.1 Xác định các yếu tố bên trong và bên ngoài tác động đến hiệu quả kinh doanh của Công ty

Trong quá trình thảo luận bên cạnh các yếu tố được tác giả đưa ra thì các chuyên gia còn bổ sung một số các yếu tố khác như: tác động của các yếu tố văn hóa, cơ cấu dân số, thương hiệu ..., tuy nhiên sau quá trình thảo luận các chuyên gia thống nhất rằng các yếu tố nói trên hoặc không phải là then chốt đối với Công ty hoặc đã được đề cập ở các yếu tố do tác giả đưa ra, do vậy các chuyên gia thống nhất với danh mục 14 yếu tố do tác giả đưa ra thảo luận.

4.2 Tổng hợp ý kiến đánh giá của các chuyên gia

BẢN TỔNG HỢP Ý KIẾN CÁC CHUYÊN GIA

STT	Các yếu tố	Mức độ quan trọng của yếu tố	Mức độ tác động của yếu tố	Tính chất tác động	Điểm tổng hợp
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	$5=2 \times 3 \times 4$
1	Vốn kinh doanh	3	3	-	-9
2	Các yếu tố kinh tế vĩ mô	3	3	-	-9
3	Thị trường	3	2	-	-6
4	Chi phí kinh doanh	3	3	-	-9
5	Trình độ tổ chức quản lý	3	2	+	+6
6	Đối thủ cạnh tranh	3	2	-	-6
7	Nguồn nhân lực	3	2	+	+6
8	Chiến lược kinh doanh	3	3	-	-9
9	Mức độ áp dụng kỹ thuật, công nghệ, thông tin liên lạc.	2	2	+	+4
10	Sản phẩm dịch vụ	2	2	-	-4
11	Hoạt động marketing	2	2	-	-4
12	Môi trường chính trị, pháp luật của nước sở tại.	2	2	+	+4
13	Môi trường tự nhiên	2	2	-	-4
14	Khoa học, công nghệ	2	1	+	+2

DÀN BÀI THẢO LUẬN NHÓM

Thưa các Anh/Chị, tôi là Dương Hoàng An, hiện nay tôi đang thực hiện đề tài nghiên cứu về “ Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Vận tải biển Sài Gòn”.

Là các chuyên gia hoạt động trong các lĩnh vực khác nhau của Công ty, xin các Anh/Chị vui lòng bớt chút thời gian để giúp tôi thảo luận các câu hỏi dưới đây.

Bước 1 : Thảo luận xác định các yếu tố bên trong và bên ngoài tác động đến hiệu quả kinh doanh của Công ty

Theo các Anh/Chị các yếu tố nào sau đây tác động đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp ?

1. Các yếu tố nội tại bên trong Công ty :

Vốn kinh doanh; nguồn nhân lực; trình độ quản lý; mức độ áp dụng kỹ thuật, công nghệ , thông tin; cơ cấu sản phẩm dịch vụ; chi phí kinh doanh; chiến lược kinh doanh; hoạt động marketing.

2. Các yếu tố bên ngoài Công ty :

Môi trường chính trị, chính sách pháp luật của nước mà Công ty có hoạt động kinh doanh; yếu tố kinh tế vĩ mô; môi trường tự nhiên; yếu tố khoa học công nghệ; yếu tố thị trường; đối thủ cạnh tranh;

Theo các Anh/Chị còn có yếu tố nào khác ảnh hưởng tới hiệu quả kinh doanh của Công ty ?

Bước 2 : Đánh giá tầm quan trọng, mức độ tác động và chiều hướng tác động của từng yếu tố

1. Xác định mức độ quan trọng của từng yếu tố đối với ngành. Mức độ quan trọng đánh giá theo phương pháp cho điểm từ 1 đến 3

Thang điểm đánh giá :

- Ít quan trọng : 01
- Quan trọng : 02
- Rất quan trọng : 03

2. Xác định mức độ tác động của từng yếu tố đối với Công ty. Mức độ tác động đánh giá theo phương pháp cho điểm từ 1 đến 3

Thang điểm đánh giá

- Yếu : 01
- Trung bình : 02
- Mạnh : 03

3. Xác định tính chất tác động của từng yếu tố trong giai đoạn hiện nay theo chiều hướng tích cực hay tiêu cực

Chiều hướng tác động :

- Tích cực (+)
- Tiêu cực (-)

Xin chân thành cảm ơn các ý kiến đóng góp của các Anh /Chị trong quá trình thảo luận

Xin chúc các Anh/Chị dồi dào sức khỏe, hạnh phúc và thành đạt.

Phụ lục 3

**TÌNH HÌNH KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN VẬN TẢI
BIỂN SÀI GÒN GIAI ĐOẠN 2007-2011**

Đơn vị tính : Tỷ đồng

STT	Chỉ tiêu	2007	2008	2009	2010	2011
1	Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	52,99	70,31	75,25	122,62	146,21
2	Các khoản giảm trừ doanh thu	0	0	0	0	0
3	Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ (1-2)	52,99	70,31	75,25	122,62	146,21
4	Giá vốn bán hàng	41,21	57,31	63,24	113,31	138,13
5	Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ (3-4)	11,78	13,00	12,00	9,31	8,08
6	Doanh thu hoạt động tài chính	4,85	5,53	7,13	6,00	6,77
7	Chi phí tài chính	11,80	7,04	15,69	24,05	33,73
	<i>Trong đó lãi vay</i>	<i>2,42</i>	<i>2,15</i>	<i>2,34</i>	<i>14,20</i>	<i>15,72</i>
8	Chi phí bán hàng	0	0	0	0	0
9	Chi phí quản lý doanh nghiệp	5,35	3,67	6,00	6,33	6,83
10	Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh ((5+6)-(7+8+9))	(0,52)	7,83	(2,55)	(15,07)	(25,71)
11	Thu nhập khác	28,31	7,74	19,03	12,06	0,92
12	Chi phí khác	8,66	1,93	6,38	4,21	1,09
13	Lợi nhuận khác (11-12)	19,65	5,81	12,65	7,85	(0,17)
14	Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	19,13	13,64	10,10	(7,22)	(25,88)
15	Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp hiện hành	0	0,30	3,21	0	0
16	Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp (14-15)	19,13	13,34	6,90	(7,22)	(25,88)

“ Nguồn : Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn, Báo cáo tình hình SXKD năm 2007, 2008, 2009, 2010, 2011” [22]

Phụ lục 4

TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH CỦA CÔNG TY GIAI ĐOẠN 2007 - 2011

Đơn vị tính : Tỷ đồng

STT	Chỉ tiêu	2007	2008	2009	2010	2011
I	Tài sản					
1	Tài sản ngắn hạn	58,10	140,63	57,50	24,44	22,47
1.1	Tiền và các khoản tương đương tiền	27,85	20,97	26,20	6,16	2,37
1.2	Các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn	0,02	5,09	0	0	0
1.3	Các khoản phải thu ngắn hạn	28,04	109,69	21,24	9,55	9,27
1.4	Hàng tồn kho	0,26	1,92	2,61	5,95	5,22
1.5	Tài sản ngắn hạn khác	1,93	2,95	7,45	2,78	5,61
2	Tài sản dài hạn	208,23	250,59	408,02	400,92	381,45
2.1	Các khoản phải thu dài hạn	0	0	0	0	0
2.2	Tài sản cố định	160,44	176,40	333,70	324,69	308,39
2.3	Bất động sản đầu tư	31,04	28,12	24,07	15,45	14,08
2.4	Các khoản đầu tư tài chính dài hạn	14,72	44,04	46,78	59,43	58,93
2.5	Tài sản dài hạn khác	2,03	2,04	3,47	1,36	0,04
	Tổng tài sản	266,32	391,22	465,52	425,36	403,91
II	Nguồn vốn					
1	Nợ phải trả	105,67	218,71	291,12	267,86	274,94
1.1	Nợ ngắn hạn	40,08	50,89	86,04	66,57	67,32
1.2	Nợ dài hạn	65,59	167,82	205,07	201,29	207,62
2	Nguồn vốn chủ sở hữu	160,65	172,51	174,40	157,49	128,97
2.1	Vốn chủ sở hữu	159,69	171,93	174,40	157,49	128,97
2.2	Nguồn kinh phí và quỹ khác	0,97	0,58	0	0	0
	Tổng cộng nguồn vốn	266,32	391,22	465,52	425,36	403,91

“Nguồn : Công ty cổ phần vận tải biển Sài Gòn, Báo cáo tài chính năm 2007,
2008, 2009, 2010, 2011” [18]