

TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐẠI NAM
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



DỰ ÁN TỐT NGHIỆP

**TÊN DỰ ÁN: PHÂN TÍCH KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH
DOANH THỰC TẾ VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG
CAO KẾT QUẢ KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN
CHẤT ĐÓT CÔNG NGHIỆP NHẬT ANH NGUYỄN**

Người hướng dẫn : Th.s Hán Đức Hải

Họ và tên sinh viên : Nguyễn Văn Mạnh

Mã sinh viên : 1401010328

Lớp : QTKD TH 14 - 01

Hà Nội, năm 2024

TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐẠI NAM
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



DỰ ÁN TỐT NGHIỆP

**TÊN DỰ ÁN: PHÂN TÍCH KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH
DOANH THỰC TẾ VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG
CAO KẾT QUẢ KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN
CHẤT ĐÓT CÔNG NGHIỆP NHẬT ANH NGUYỄN**

- Người hướng dẫn : Th.s Hán Đức Hải
- Họ và tên sinh viên : Nguyễn Văn Mạnh
- Mã sinh viên : 1401010328
- Lớp : QTKD TH 14 - 01

Hà Nội, năm 2024

LỜI CAM ĐOAN

Em tên là: Nguyễn Văn Mạnh – Ngày sinh : 04/05/2001

MSV : 1401010328 – Lớp : Quản Trị Kinh Doanh Tổng Hợp 14-01

Là sinh viên Khoa Quản Trị Kinh doanh – Trường Đại Học Đại Nam, qua thời gian học tập và tích lũy kiến thức do các Thầy, Cô truyền đạt, cũng như những kinh nghiệm thực tế, trải nghiệm mà trong 4 năm học nhà trường và được thầy cô tổ chức với những cơ hội được học tập lý thuyết kết hợp với thực hành như các buổi đi tham quan doanh nghiệp thực tế, bài tập thực tế ngoài trường ... Trong đó đặc biệt nhất chính là quá trình sau thời gian thực tập tại Công ty Cổ Phần Chất Đốt Công Nghiệp Nhật Anh Nguyễn. Trong quá trình thực hiện dự án tốt nghiệp, em xin cam đoan:

- Thực hiện dự án với thái độ nghiêm túc và hoàn thành tốt quá trình hướng dẫn của giảng viên hướng dẫn.
- Tự bản thân nghiên cứu, vận dụng những kiến thức đã học.
- Tham khảo các tài liệu chuyên ngành trong các giáo trình, trong sách, báo, internet.... rõ nguồn gốc, uy tín để thực hiện dự án này.
- Không sao chép nội dung từ những dự án, luận văn khác.
- Không nhờ bất cá nhân, tổ chức nào thực hiện tham gia viết dự án.
- Giữ bí mật các tài liệu, số liệu của Công ty Cổ Phần Chất Đốt Công Nghiệp Nhật Anh Nguyễn cung cấp, không cho người khác mượn, bán nhằm mục đích chuộc lợi.

Nếu có gì sai phạm em xin chịu xử lý theo quy chế của nhà trường Đại Học Đại Nam và chịu trách nhiệm trước pháp luật.

Trân trọng!

Sinh viên

Nguyễn Văn Mạnh

LỜI CẢM ƠN

Em xin cảm ơn đến trường Đại Học Đại Nam đã tạo điều kiện về nguồn gốc chi thức và cơ sở vật chất hiện đại để em có thể tiếp thu được kiến thức một cách tốt nhất. Em xin cảm ơn quý Thầy, Cô, Khoa Quản Trị Kinh Doanh đã giảng dạy cho em trong thời gian qua. Đặc biệt em xin cảm ơn Thầy ThS. Hán Đức Hải là người đã trực tiếp hướng dẫn em tận tình trong thời gian làm dự án tốt nghiệp. Nhờ sự hướng dẫn của các quý Thầy, Cô em đã tích lũy được những kiến thức cơ bản đáng quý, từ đó đã giúp em có điều kiện áp dụng vào thực tế.

Qua đây em cũng xin cảm ơn công ty Cổ Phần Chất Đốt Công Nghiệp Nhật Anh Nguyễn cùng các anh, chị tại công ty đã tạo điều kiện giúp em có những số liệu, dữ liệu để em hoàn thành dự án tốt nghiệp này.

Với thời gian làm việc và thực tập tương đối ngắn cộng với khả năng kiến thức bản thân còn nhiều hạn chế nên đề tài thực tập còn nhiều thiếu sót, không tránh được những yếm điểm khi phân tích, đánh giá, vì vậy em rất mong nhận được sự chỉ dẫn thêm của Quý Thầy, Cô để kiến thức của em được ngày càng hoàn thiện hơn.

Em xin trân thành cảm ơn đến các bài báo, các trang web, internet và các tài liệu uy tín cho phép em được sử dụng dữ liệu.

Cuối cùng, em xin chân thành cảm ơn và kính chúc sức khỏe và mọi điều thành công đến với các quý Thầy, Cô, cùng Công ty Cổ Phần Chất Đốt Công Nghiệp Nhật Anh Nguyễn.

Trân trọng!

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÂN TÍCH KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN CHẤT ĐỐT CÔNG NGHIỆP NHẬT ANH NGUYỄN	3
1.1. Một số lý luận về phân tích kết quả kinh doanh.....	3
1.1.1. Khái niệm về phân tích kết quả kinh doanh	3
1.1.2. Vai trò của phân tích kết quả kinh doanh.....	3
1.2. Khái niệm về doanh thu, chi phí, lợi nhuận	4
1.2.1. Doanh thu	4
1.2.2. Chi phí	6
1.2.3. Lợi nhuận.....	7
1.3. Tỷ suất sinh lời	7
1.3.1. Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản (ROA)	7
1.3.2. Tỷ suất sinh lời của doanh thu thuần (ROS)	8
1.3.3. Tỷ suất sinh lời của vốn chủ sở hữu (ROE)	8
1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp	8
1.4.1. Yếu tố bên trong doanh nghiệp	8
1.4.2. Yếu tố bên ngoài doanh nghiệp.....	11
1.5. Ma trận SWOT	12
TIỂU KẾT CHƯƠNG 1	14
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VỀ PHÂN TÍCH KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN CHẤT ĐỐT CÔNG NGHIỆP NHẬT ANH NGUYỄN.	15
2.1. Khái quát về Công ty Cổ phần Chất đốt Công nghiệp Nhật Anh Nguyễn	15
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển.....	15
2.1.2. Giới thiệu chung về công ty	16
2.1.3. Cơ cấu tổ chức.....	17
2.2. Thực trạng phân tích kết quả kinh doanh tại công ty Nhật Anh Nguyễn.	19

2.2.1. Phân tích kết quả kinh doanh tại công ty Nhật Anh Nguyễn trong 3 năm từ 2021 đến 2023	19
2.2.2. Phân tích tình hình doanh thu	20
2.2.3. Phân tích chi phí	22
2.2.4. Phân tích lợi nhuận.....	24
2.2.5. Phân tích các chỉ tiêu tài chính	25
2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của Nhật Anh Nguyễn	28
2.3.1. Yếu tố bên trong	28
2.3.2. Yếu tố bên ngoài.....	32
2.4. Ma trận SWOT của Nhật Anh Nguyễn	36
2.5. Đánh giá về kết quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Nhật Anh Nguyễn trong giai đoạn 2021 – 2023.....	37
TIỂU KẾT CHƯƠNG 2	39
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG	40
KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN CHẤT ĐÓT CÔNG NGHIỆP NHẬT ANH NGUYỄN.....	40
3.1. Mục tiêu phát triển kết quả kinh doanh từ năm 2024 đến 2026 của công ty cổ phần chất đốt công nghiệp Nhật Anh Nguyễn	40
3.2. Giải pháp nâng cao kết quả hoạt động kinh doanh của công ty cổ phần chất đốt công nghiệp Nhật Anh Nguyễn	40
TIỂU KẾT CHƯƠNG 3	53
KẾT LUẬN CHUNG	54
TÀI LIỆU THAM KHẢO	55
PHỤ LỤC.....	56

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2. 1: Logo doanh nghiệp	16
Hình 2. 2: Sơ đồ tổ chức nguồn nhân lực của CTCPCĐCN NAN	18
Hình 2. 3: Biểu đồ tình hình doanh thu, chi phí, lợi nhuận của công ty (2021-2023)	20
Hình 2. 4: Biểu đồ Doanh thu theo từng hoạt động của công ty (2021 – 2023) ..	22
Hình 2. 5: Biểu đồ tổng chi phí của công ty trong giai đoạn năm 2021-2023	24
Hình 2. 6: Biểu đồ so sánh lợi nhuận của công ty giai đoạn 2021-2023.....	25
Hình 2. 7: Biểu đồ tốc độ tăng trưởng của công ty giai đoạn 2021-2023.....	27
Hình 2. 8: Ảnh củi ép mùn cưa.....	28
Hình 2. 9: Củi gỗ tạp, gỗ nhãn, phi lao....	29
Hình 2. 10: Các đối thủ cạnh tranh.....	32

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2. 1: So sánh kết quả HĐKD của công ty	19
Bảng 2. 2: Doanh thu theo từng hoạt động của công ty (2021 – 2023)	21
Bảng 2. 3: Chi phí theo từng hoạt động của công ty (2021 – 2023)	22
Bảng 2. 4: Lợi nhuận theo từng hoạt động của công ty giai đoạn 2021-2023 ...	24
Bảng 2. 5: Các tỷ số lợi nhuận trên tổng tài sản	26
Bảng 2. 6: Các tỷ số lợi nhuận trên doanh thu thuần	26
Bảng 2. 7: Các tỷ số lợi nhuận trên VCSH	27
Bảng 3. 1: Mục tiêu tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận theo dự kiến của của Nhật Anh Nguyễn.....	41
Bảng 3. 2: Dự đoán chi phí thực hiện kế hoạch	46
Bảng 3. 3: Dự đoán kết quả kế hoạch cụ thể của Nhật Anh Nguyễn từ 2024-2026	46
Bảng 3. 4: Yêu cầu cơ bản của các vị trí đặc biệt tại Nhật Anh Nguyễn.....	47

DANH MỤC VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Ý nghĩa
SXKD	Sản xuất kinh doanh
DN	Doanh nghiệp
TSCĐ	Công ty
HĐKD	Hoạt động kinh doanh
HĐBH	Hoạt động bán hàng
HĐTC	Hoạt động tài chính
ĐVT	Đơn vị tính
ROA	Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản
ROS	Tỷ suất sinh lời của doanh thu thuần
ROE	Tỷ suất sinh lời của vốn chủ sở hữu
LNST	Lợi nhuận sau thuế
VCSH	Vốn chủ sở hữu
LNST	Lợi nhuận sau thuế
TSCĐ	Tài sản cố định
CTCPCĐCN NAN	Công ty cổ phần chất đốt công nghiệp Nhật Anh Nguyễn
CP	Cổ phần
KQKD	Kết quả kinh doanh
CCDV	Cung cấp dịch vụ
LNTT	Lợi nhuận trước thuế

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của dự án

Trong những năm gần đây, sự phát triển nền kinh tế Việt Nam vô cùng mạnh mẽ. Các chính sách kinh tế cũng như tiềm năng của đất nước Việt Nam với sự hội nhập mạnh mẽ từ các công ty quốc tế du nhập cùng với sự đa dạng của các công ty trong nước vậy nên thị trường Việt Nam đang vô cùng sôi động hơn bao giờ hết, bên cạnh đó là sự khốc liệt vô cùng với những sự cạnh tranh vô cùng gay gắt khiến cho bất cứ một công ty nào dù có quy mô to hay nhỏ đi chăng nữa cũng phải có những sự chuẩn bị sẵn sàng, sự tích lũy và trên đó là phải có những hoạt động kinh doanh đúng đắn để đưa ra những giải pháp, định hướng chính xác để giúp cho mình tồn tại và phát triển.

Xuất phát từ hoạt động kinh doanh ngày càng phải tinh gọn, chặt chẽ nên các công ty đã có sự quan tâm đặc biệt đến công tác phân tích kết quả kinh doanh thực tế của công ty mình. Phân tích kết quả kinh doanh là một trong những yếu tố quan trọng có tính chất quyết định đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp trong thị trường hiện tại. Kết quả của việc phân tích kết quả kinh doanh là cơ sở đưa ra các quyết định của nhà quản trị, giúp doanh nghiệp có thể dự báo, đề phòng rủi ro cũng như phát triển. Bên cạnh đó việc phân tích kết quả kinh doanh để cho thấy sức khỏe của doanh nghiệp cũng còn để phục vụ cho các bên thứ ba như các nhà đầu tư rót vốn và các công đồng đầu tư của các tổ chức cá nhân.

Nhận được tầm quan trọng của việc phân tích kết quả kinh doanh thực tế cũng như tính cấp thiết của chủ đề trên nên em đã chọn và đưa ra dự án với đề tài “**Phân tích kết quả hoạt động kinh doanh thực tế và một số giải pháp nhằm nâng cao kết quả kinh doanh tại Công ty Cổ phần Chất đốt Công nghiệp Nhật Anh Nguyễn**”

Dự án nghiên cứu những vấn đề lý luận cơ bản về kết quả kinh doanh thực tế, phân tích kết quả kinh doanh thực tế của công ty qua các chỉ tiêu thực tế tại công ty: Doanh thu, chi phí, lợi nhuận... và những nhân tố trong và ngoài công ty tác động đến kết quả kinh doanh từ đó đã đánh giá được những ưu điểm cũng như nhược điểm thực tế hiện tại để tìm ra biện pháp khắc phục và phát triển kết quả kinh doanh của công ty trong tương lai.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Đưa ra thực trạng kết quả hoạt động kinh doanh của Công Ty Cổ Phần Chất Đốt Công Nghiệp Nhật Anh Nguyễn để từ đó có những giải pháp giúp công ty phát triển hoạt động kinh doanh của công ty.

Đánh giá thực trạng hoạt động kinh doanh: Mục tiêu này nhằm mục đích đánh giá tình hình hiện tại của hoạt động kinh doanh tại Công Ty Cổ Phần Chất Đốt Công

Nghiệp Nhật Anh Nguyễn. Nghiên cứu sẽ tập trung vào các hoạt động kinh doanh thực tế của công ty.

Xác định các ưu và nhược điểm: Mục tiêu này nhằm phân tích và xác định các ưu điểm và nhược điểm trong hoạt động kinh doanh hiện tại của công ty.

Đề xuất các mục tiêu và giải pháp cải thiện: Mục tiêu này tập trung vào việc đề xuất các giải pháp và chiến lược nhằm cải thiện hoạt động kinh doanh của công ty. Điều này có thể bao gồm việc tối ưu hóa chiến lược kinh doanh, tăng cường mở rộng thị trường và đề ra kế hoạch cụ thể của công ty trong các năm tiếp theo.

3. Đối tượng nghiên cứu

Phân tích kết quả kinh doanh thực tế của công ty Cổ Phần Chất Đốt Công Nghiệp Nhật Anh Nguyễn giai đoạn cụ thể trong 3 năm bắt đầu từ 2021 đến năm 2023.

4. Phạm vi nghiên cứu

Tại Công ty Cổ Phần Chất Đốt Công Nghiệp Nhật Anh Nguyễn thông trong bối cảnh hiện tại.

5. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập và xử lý số liệu: Thu thập các dữ liệu sơ cấp, thứ cấp từ các bản báo cáo của công ty, chọn lọc và xử lý các số liệu cần thiết cho đề tài.

Phương pháp so sánh: Kiểm tra kết quả kinh doanh của công ty có gia tăng qua các năm hay không. Từ đó, đề xuất phương án cải thiện kết quả kinh doanh cho tương lai.

Phương pháp lập bảng biểu: Thu thập số liệu, thiết kế khoa học về bảng biểu dễ nhìn, dễ đọc và nội dung ngắn gọn.

6. Kết cấu dự án

Kết cấu dự án gồm 3 chương

Chương 1: Cơ sở lý luận về phân tích kết quả hoạt động kinh doanh của Công Ty Cổ Phần Chất Đốt Công Nghiệp Nhật Anh Nguyễn.

Chương 2: Thực trạng về phân tích kết quả hoạt động kinh doanh và các yếu tố ảnh hưởng đến công ty Cổ Phần Chất Đốt Công Nghiệp Nhật Anh Nguyễn.

Chương 3: Giải pháp nâng cao kết quả hoạt động kinh doanh của công ty Cổ Phần Chất Đốt Công Nghiệp Nhật Anh Nguyễn.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÂN TÍCH KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN CHẤT ĐÓT CÔNG NGHIỆP NHẬT ANH NGUYỄN

1.1. Một số lý luận về phân tích kết quả kinh doanh

1.1.1. Khái niệm về phân tích kết quả kinh doanh

Kết quả kinh doanh là kết quả cuối cùng của hoạt động sản xuất kinh doanh và các hoạt động khác trong một kỳ kế toán, là số chênh lệch giữa tổng doanh thu và tổng chi phí của các hoạt động kinh tế đã xảy ra trong doanh nghiệp. Trong hoạt động kinh doanh, con người luôn hướng tới mục tiêu đạt được kết quả và hiệu quả kinh doanh cao nhất. Muốn vậy, phải nhận thức đúng đắn, đầy đủ, toàn diện các hiện tượng, các quá trình và yếu tố xảy ra trong hoạt động. Để làm được những vấn đề đó không thể không dùng đến công cụ phân tích.

Phân tích hiểu theo nghĩa chung nhất là sự chia nhỏ sự vật, hiện tượng trong mối quan hệ hữu cơ giữa các bộ phận cấu thành của bộ phận đó. Theo TS.Trịnh Văn Sơn và Đào Nguyên Phi năm 2006, phân tích như là một hoạt động thực tiễn, vì nó luôn đi trước quyết định và là cơ sở cho việc ra quyết định. PTKD như là một ngành khoa học, nó nghiên cứu một cách có hệ thống toàn bộ hoạt động sản xuất, kinh doanh để từ đó đề xuất những giải pháp hữu hiệu cho mỗi DN. Như vậy, PTKD là quá trình nhận biết bản chất và sự tác động của các mặt của hoạt động kinh doanh, là quá trình nhận thức và cải tạo hoạt động kinh doanh một cách tự giác và có ý thức, phù hợp với điều kiện cụ thể của từng DN và phù hợp với yêu cầu của các quy luật kinh tế khách quan nhằm mang lại hiệu quả kinh doanh cao.

Như vậy, phân tích kết quả kinh doanh là đi sâu nghiên cứu nội dung, kết cấu và mối quan hệ qua lại giữa các số liệu biểu hiện hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp bằng phương pháp khoa học, qua đó nhằm thấy được chất lượng hoạt động, nguồn năng lực tiềm tàng, trên cơ sở đó đề ra những phương án mới và giải pháp có hiệu quả.

1.1.2. Vai trò của phân tích kết quả kinh doanh

Phân tích kết quả kinh doanh có vai trò quan trọng trong việc đánh giá, xem xét việc thực hiện các chỉ tiêu về số liệu phản ánh hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, các mục tiêu hoạt động kinh doanh, những tồn tại, nguyên nhân khách quan, chủ quan, và đề ra biện pháp khắc phục nhằm tận dụng một cách triệt để thế mạnh của doanh nghiệp.

Phân tích kết quả kinh doanh là phân tích hoạt động kinh doanh là căn cứ quan trọng để doanh nghiệp đưa ra chiến lược phát triển, phương án kinh doanh đạt hiệu quả.

Phân tích kết quả kinh doanh giúp doanh nghiệp điều hành được từng mảng hoạt động kinh doanh cụ thể, là công cụ quan trọng để liên kết mọi hoạt động của các bộ phận cho hoạt động chung của doanh nghiệp đạt hiệu quả cao.

Phân tích kết quả kinh doanh là yếu tố rất cần thiết đối với mỗi doanh nghiệp, là cơ sở quan trọng quyết định phương hướng, mục tiêu phát triển của doanh nghiệp.

1.2. Khái niệm về doanh thu, chi phí, lợi nhuận

1.2.1. Doanh thu

Khái niệm

Doanh thu là tổng giá trị các lợi ích kinh tế doanh nghiệp thu được trong kỳ kế toán, phát sinh từ các hoạt động sản xuất, kinh doanh thông thường của doanh nghiệp, góp phần làm tăng vốn chủ sở hữu – Theo chuẩn mực kế toán Việt Nam số 14.

Như vậy, hiểu theo chuẩn mực hay hiểu theo bất kỳ cách thức nào thì doanh thu hay tổng doanh thu của doanh nghiệp đều là phần lợi ích kinh tế mà doanh nghiệp có được từ các hoạt động của mình, góp phần làm gia tăng vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp.

Ý nghĩa

Doanh thu có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với mọi doanh nghiệp bởi đây là nguồn thu có vai trò giúp doanh nghiệp thực hiện chi trả những phát sinh liên quan đến quá trình hoạt động kinh doanh như chi phí thuê địa điểm hoạt động, phí và lệ phí, thuế cho cơ quan nhà nước theo đúng các quy định pháp luật. Bên cạnh đó, đây còn là khoản quan trọng để ngoài việc duy trì hoạt động, doanh nghiệp sẽ có cơ hội phát triển hơn trong những năm tiếp theo.

Hơn nữa, mặc dù việc sử dụng đòn bẩy tài chính (hay nói cách khác là các khoản vay) là giải pháp để doanh nghiệp nhanh chóng có được nguồn vốn cần thiết song đây mới được coi là khoản dự trữ nguồn vốn sẵn có cho doanh nghiệp an toàn và hiệu quả nhất. Có doanh thu thì doanh nghiệp sẽ ít phải lo lắng và phải tìm đến các khoản vay nếu gặp khó khăn. Cuối cùng đây chính là cơ sở tạo ra nguồn lợi nhuận, điều mà bất kỳ ai làm doanh nghiệp đều hướng đến.

Doanh thu bán hàng

Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ là khoản doanh thu mà doanh nghiệp thu được từ hoạt động kinh doanh, tiêu thụ sản phẩm do doanh nghiệp sản xuất hoặc do doanh nghiệp mua vào sau đó bán ra. Trong đó:

- Doanh thu bán hàng: là doanh thu bán sản phẩm mà doanh nghiệp sản xuất ra, bán hàng hóa mua vào và bán bất động sản đầu tư.
- Doanh thu cung cấp dịch vụ: là doanh thu thực hiện công việc đã thỏa thuận theo hợp đồng trong một hay nhiều kỳ kế toán như cung cấp dịch vụ vận tải, du lịch, cho thuê tài sản cố định theo phương thức cho thuê hoạt động...

Doanh thu tài chính

Doanh thu tài chính là doanh thu thu được từ hoạt động tài chính của doanh nghiệp, bao gồm các hoạt động đầu tư tài chính, kinh doanh về vốn. Chỉ số này của doanh nghiệp thực tế rất đa dạng, đến từ nhiều hoạt động tài chính khác nhau, bao gồm:

- Tiền lãi thu được từ hoạt động cho vay, từ nguồn tiền gửi ngân hàng có kỳ hạn, không kỳ hạn, lãi bán hàng theo phương thức trả chậm, trả góp, lãi do đầu tư các loại trái phiếu, tín phiếu, lãi từ việc được hưởng chiết khấu thanh toán.
- Cổ tức lợi nhuận được chia.
- Thu nhập có được từ hoạt động đầu tư mua, bán chứng khoán ngắn, dài hạn.
- Thu nhập có được thu hồi hoặc thanh lý các khoản vốn góp liên doanh, đầu tư vào công ty liên kết, đầu tư vào công ty con, đầu tư vốn khác.
- Thu nhập về các hoạt động đầu tư khác.
- Các khoản doanh thu hoạt động tài chính khác của doanh nghiệp.

Doanh thu từ thu nhập khác

Theo chuẩn mực kế toán Việt Nam SR số 14, thu nhập khác là khoản thu góp phần làm tăng vốn chủ sở hữu từ hoạt động ngoài các hoạt động tạo ra doanh thu, bao gồm:

- Thu về thanh lý TSCĐ, nhượng bán TSCĐ.
- Thu tiền phạt khách hàng do vi phạm hợp đồng.
- Thu tiền bảo hiểm được bồi thường.
- Thu được các khoản nợ phải thu đã xóa sổ tính vào chi phí kỳ trước.
- Khoản nợ phải trả nay mất chủ được ghi tăng thu nhập.
- Thu các khoản thuế được giảm, được hoàn lại.
- Các khoản thu khác.

Công thức tính

Thông thường người ta sử dụng công thức tính doanh thu được tính bằng giá sản phẩm nhân với sản lượng. Tất cả các doanh nghiệp hiện nay đều áp dụng công thức này để tính. Như vậy, công thức tính doanh thu bán hàng và doanh thu cung cấp dịch vụ như sau:

- Đối với hoạt động bán sản phẩm: $\text{Doanh thu} = \text{giá bán} \times \text{sản lượng}$
- Đối với các công ty cung cấp dịch vụ: $\text{Doanh thu} = \text{số lượng khách hàng} \times \text{giá dịch vụ}$

1.2.2. Chi phí

Chi phí SXKD của một doanh nghiệp là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ hao phí về vật chất và lao động mà doanh nghiệp phải bỏ ra để sản xuất, tiêu thụ sản phẩm và một số hao tổn tiền thuế thu mà doanh nghiệp phải bỏ ra để thực hiện hoạt động sản xuất, kinh doanh trong một thời kỳ nhất định. Gồm chi phí sản xuất, chi phí ngoài sản xuất và chi phí hoạt động tài chính.

Chi phí sản xuất:

- Chi phí nguyên vật liệu trực tiếp: Bao gồm chi phí về nguyên liệu, vật liệu trực tiếp sử dụng cho việc sản xuất ra sản phẩm của các DN.
- Chi phí nhân công trực tiếp: Chi phí này gồm chi phí về tiền lương chính, lương phụ, các khoản phụ cấp, tiền bảo hiểm xã hội...
- Chi phí sản xuất chung: Gồm chi phí nhân viên; chi phí vật liệu, công cụ, dụng cụ; chi phí dụng cụ sản xuất; chi phí khấu hao tài sản cố định; chi phí dịch vụ mua ngoài; chi phí bằng tiền khác.

Chi phí ngoài sản xuất:

- Chi phí bán hàng: Là những chi phí phát sinh trong quá trình tiêu thụ sản phẩm, hàng hóa bao gồm các chi phí đóng gói, vận chuyển, giới thiệu, bảo quản sản phẩm.. Như chi phí nhân viên; chi phí vật liệu, công cụ dụng cụ; chi phí khấu hao TSCĐ; chi phí vận chuyển, bốc xếp, bảo quản; chi phí quảng cáo, tiếp thị; chi phí bằng tiền khác.
- Chi phí quản lý doanh nghiệp: Gồm các khoản mục sau: chi phí nhân viên quản lý, chi phí vật liệu quản lý, chi phí đồ dùng văn phòng, chi phí khấu hao TSCĐ; thuế, phí, lệ phí; chi phí dự phòng, chi phí dịch vụ mua ngoài, chi phí bằng tiền khác.
- Chi phí hoạt động tài chính: Chi phí này phản ánh các khoản chi phí của hoạt động tài chính.

1.2.3. Lợi nhuận

Bất kỳ một tổ chức nào cũng có mục tiêu để hướng tới, mục tiêu sẽ khác nhau giữa các tổ chức mang tính chất khác nhau. Mục tiêu của những tổ chức phi lợi nhuận là những công tác hành chính xã hội, là mục đích nhân đạo...không mang tính chất kinh doanh.

Mục tiêu của doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường nói đến cùng là lợi nhuận. Mọi hoạt động của doanh nghiệp đều xoay quanh mục tiêu lợi nhuận, hướng đến lợi nhuận, tất cả vì lợi nhuận.

Lợi nhuận: là chỉ tiêu tổng hợp phản ánh hiệu quả kinh tế của các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, nó là khoản chênh lệch giữa các khoản thu nhập thu được và các khoản chi phí mà doanh nghiệp bỏ ra để đạt được thu nhập đó trong một kỳ nhất định.

Lợi nhuận là khoảng chênh lệch giữa tổng doanh thu bán sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ trừ đi giá thành toàn bộ sản phẩm hàng hóa, dịch vụ đã tiêu thụ và thuế theo quy định của pháp luật (trừ thuế lợi tức).

Lợi nhuận từ kinh doanh: Chỉ tiêu này phản ánh kết quả tài chính trước thuế thu nhập DN của HĐKD chính trong kỳ báo cáo.

Công thức lợi nhuận kinh doanh:

$$\text{Lợi nhuận thuần từ HĐKD} = \text{Lợi nhuận gộp} - (\text{Chi phí bán hàng} + \text{Chi phí quản lý})$$

Lợi nhuận thuần từ hoạt động tài chính: Chỉ tiêu này phản ánh số chênh lệch giữa thu nhập với chi phí hoạt động tài chính trong kỳ báo cáo.

Công thức lợi nhuận thuần từ hoạt động tài chính:

$$\text{Lợi nhuận thuần từ hoạt động tài chính} = \text{Doanh thu từ hoạt động tài chính} - \text{Chi phí hoạt động tài chính}$$

Lợi nhuận khác: Là khoản lợi nhuận mà DN thu được ngoài hoạt động sản xuất kinh doanh.

Công thức lợi nhuận khác:

$$\text{Lợi nhuận khác} = \text{Doanh thu khác} - \text{Chi phí khác}$$

1.3. Tỷ suất sinh lời

1.3.1. Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản (ROA)

Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản:

$$ROA = \text{Lợi nhuận sau thuế} / \text{Tổng tài sản}$$

ROA phản ánh hiệu quả sử dụng tài sản, trình độ quản lý và sử dụng tài sản:

ROA cho biết bình quân 1 đơn vị tài sản sử dụng tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Nói một cách đơn giản, nếu tỷ số này dương thì công ty có lãi, và ngược lại nếu tỷ số này âm thì công ty làm ăn thua lỗ. Như vậy, ROA càng cao thì hiệu quả sử dụng tài sản càng lớn.

1.3.2. Tỷ suất sinh lời của doanh thu thuần (ROS)

Tỷ suất sinh lời của doanh thu thuần:

$$ROS = (Lợi\ nhuận\ sau\ thuế / Doanh\ thu\ thuần) \times 100\% \text{ (đơn vị: \%)}$$

- Doanh thu thuần = Doanh thu bán hàng thực tế – Các khoản giảm trừ doanh thu.
- Lợi nhuận sau thuế = Lợi nhuận trước thuế – Tổng tiền thuế phải đóng + các khoản thuế bị hoãn lại.

ROS là tỷ số giữa lợi nhuận thu được trên doanh thu thuần trong một kỳ cố định. ROS cho thấy hiệu quả của quá trình kinh doanh của công ty đó. Khi chỉ số ROS lớn hơn 0 có nghĩa là công ty đó đang có kết quả kinh doanh hiệu quả. Ngược lại chỉ số ROS ở mức âm thì công ty đó đang thất thoát tài chính và kinh doanh kém hiệu quả. Các nhà quản trị sẽ căn cứ vào chỉ số này để thấy rõ tình hình và có những giải pháp khắc phục.

1.3.3. Tỷ suất sinh lời của vốn chủ sở hữu (ROE)

Tỷ suất sinh lời của VCSH (ROE)

$$ROE = Lợi\ nhuận\ sau\ thuế / Tổng\ vốn\ chủ\ sở\ hữu$$

ROE phản ánh hiệu quả sử dụng VCSH. ROE cho biết bình quân 1 đồng VCSH tạo ra được bao nhiêu đồng LNST. ROE càng cao thì hiệu quả sử dụng VCSH càng cao.

1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp

1.4.1. Yếu tố bên trong doanh nghiệp

Môi trường bên trong công ty là môi trường hoạt động của một công ty tại một cấp độ cụ thể, bao gồm các yếu tố mà công ty có thể kiểm soát một phần hoặc hoàn toàn. Nó ảnh hưởng trực tiếp đến quy trình hoạt động, hiệu suất, kết quả và sự chính xác của các quyết định chiến lược.

Môi trường bên trong bao gồm các yếu tố bên trong mà công ty phải đối mặt trong quá trình hoạt động hàng ngày để hướng đến kết quả kinh doanh thắng lợi. Các yếu tố bên trong bao gồm:

Sản phẩm

Sản phẩm đề cập đến tất cả các hàng hóa và dịch vụ mà một doanh nghiệp tạo ra và cung cấp cho thị trường nhằm đáp ứng nhu cầu và mong muốn của khách hàng. Sản phẩm trong doanh nghiệp có thể được hiểu qua các khía cạnh sau:

- Hàng hóa hữu hình: Các sản phẩm vật lý có thể chạm vào và sử dụng, chẳng hạn như ô tô, điện thoại di động, quần áo, thực phẩm.
- Dịch vụ: Các hoạt động hoặc tiện ích không có hình thức vật lý nhưng mang lại giá trị cho khách hàng, như dịch vụ tài chính, tư vấn, bảo hiểm, giáo dục.
- Sản phẩm cốt lõi: Giá trị chính hoặc lợi ích cơ bản mà sản phẩm mang lại cho khách hàng, đáp ứng nhu cầu hoặc giải quyết vấn đề cụ thể.
- Sản phẩm hiện thực: Bao gồm tất cả các yếu tố vật lý và kỹ thuật của sản phẩm như thiết kế, đặc tính, bao bì, nhãn hiệu.
- Sản phẩm gia tăng: Các lợi ích bổ sung hoặc dịch vụ đi kèm giúp nâng cao giá trị và sự hấp dẫn của sản phẩm, chẳng hạn như bảo hành, dịch vụ hậu mãi, tư vấn sử dụng.

Vai trò của sản phẩm trong doanh nghiệp:

- Nguồn thu nhập: Sản phẩm là nguồn thu nhập chính, giúp doanh nghiệp duy trì và phát triển.
- Xây dựng thương hiệu: Sản phẩm chất lượng giúp xây dựng và củng cố thương hiệu của doanh nghiệp trên thị trường.
- Lợi thế cạnh tranh: Sản phẩm độc đáo và chất lượng cao tạo ra lợi thế cạnh tranh, thu hút và giữ chân khách hàng.
- Thỏa mãn khách hàng: Sản phẩm đáp ứng nhu cầu khách hàng, tạo sự hài lòng và xây dựng mối quan hệ lâu dài.
- Đổi mới và phát triển: Phát triển sản phẩm mới và cải tiến sản phẩm hiện tại giúp doanh nghiệp thích ứng với thay đổi của thị trường và công nghệ.
- Tăng trưởng và mở rộng: Sản phẩm thành công giúp doanh nghiệp mở rộng thị phần và tăng trưởng kinh doanh.

Khách hàng

Khách hàng là một trong những yếu tố cốt lõi bên trong của công ty. Bởi vai trò to lớn của họ trong việc tạo thu nhập, ảnh hưởng kết quả kinh doanh và tạo ra môi trường kinh doanh cạnh tranh. Công ty phải làm tất cả mọi cách để có thể đáp ứng nhu cầu, kỳ vọng, cung cấp phản hồi, xây dựng lòng tin và mối quan hệ bền vững với họ.

- Khách hàng của công ty có thể được phân loại theo nhiều tiêu chí khác nhau, chẳng hạn như theo nhân khẩu học (tuổi tác, giới tính, thu nhập...), theo tâm lý

(thái độ, lối sống...), theo hành vi (sử dụng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp như thế nào...). Việc phân loại khách hàng giúp công ty hiểu rõ hơn về nhu cầu và mong muốn của từng nhóm khách hàng, từ đó có thể đưa ra các chiến lược kinh doanh phù hợp.

- Khách hàng có nhu cầu, kỳ vọng ngày càng cao và thay đổi không ngừng. Công ty cần nghiên cứu và nắm bắt nhu cầu và mong muốn của họ để có thể đáp ứng một cách tốt nhất.
- Sức mua của khách hàng ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng tiêu thụ sản phẩm, dịch vụ của công ty. Công ty cần đánh giá sức mua của khách hàng để có thể định giá sản phẩm, dịch vụ một cách hợp lý.
- Thái độ của khách hàng đối với sản phẩm, dịch vụ của công ty có thể ảnh hưởng đến doanh số bán hàng, sự trung thành của khách hàng và hình ảnh của công ty.

Nhà cung cấp

Nhà cung cấp là những tổ chức hoặc cá nhân cung cấp các nguồn lực cần thiết cho công ty, chẳng hạn như nguyên vật liệu, dịch vụ, lao động... Yếu tố bên trong công ty này có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng, giá thành, thời gian sản xuất của sản phẩm/dịch vụ.

Giá của các nguồn lực do nhà cung cấp cung cấp có ảnh hưởng trực tiếp đến giá thành sản phẩm/dịch vụ cuối cùng của công ty. Do đó, công ty cần có mối quan hệ hợp tác tốt với nhà cung cấp để có được mức giá ưu đãi, giảm giá thành sản phẩm/dịch vụ, nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

Đối thủ cạnh tranh

Đối thủ cạnh tranh là các công ty, tổ chức hoặc cá nhân hoạt động trong cùng một ngành công nghiệp và cung cấp các sản phẩm/ dịch vụ tương tự hoặc tương đương với doanh nghiệp. Đây là yếu tố có tính thách thức đối với công ty ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả kinh doanh. Yếu tố này bao gồm:

Đối thủ cạnh tranh hiện tại: Đây là những doanh nghiệp đang hoạt động trong cùng ngành với doanh nghiệp, cung cấp các sản phẩm/ dịch vụ tương tự hoặc thay thế cho sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp.

Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn: Đây là những doanh nghiệp có khả năng gia nhập ngành trong tương lai. Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn có thể gây áp lực cạnh tranh đối với doanh nghiệp, do đó doanh nghiệp cần phải theo dõi sát sao các động thái của đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn.

Sản phẩm thay thế: Đây là những sản phẩm/ dịch vụ có thể thay thế cho sản phẩm/ dịch vụ của doanh nghiệp. Sản phẩm thay thế có thể gây áp lực cạnh tranh đối với doanh nghiệp, do đó doanh nghiệp cần phải đảm bảo rằng sản phẩm/ dịch vụ của mình có những lợi thế cạnh tranh so với sản phẩm thay thế.

Đối thủ cạnh tranh cung cấp một tiêu chuẩn để đánh giá hiệu suất và thực hiện cải thiện. Doanh nghiệp cần theo dõi và đánh giá đối thủ của mình để nắm bắt xu hướng thị trường và phản ứng nhanh chóng để tăng cường lợi thế cạnh tranh.

1.4.2. Yếu tố bên ngoài doanh nghiệp

Hiểu một cách đơn giản, môi trường bên ngoài công ty là những yếu tố nằm bên ngoài của các tổ chức, doanh nghiệp, công ty. Những yếu tố này sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động kinh doanh và kết quả của mỗi doanh nghiệp. Môi trường bên ngoài còn được biết đến là các yếu tố, lực lượng, thể chế... mà các nhà quản trị khó có thể kiểm soát được. Các yếu tố bên ngoài của công ty gồm:

Yếu tố kinh tế

Tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế

Tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế là mức độ gia tăng của sản lượng kinh tế của một quốc gia hoặc khu vực trong một khoảng thời gian nhất định. Đây là chỉ số quan trọng để đánh giá sự phát triển và tiến bộ của nền kinh tế.

Các nền kinh tế thường được đo lường bằng chỉ số tăng trưởng GDP (Gross Domestic Product) hoặc GNP (Gross National Product). Tốc độ tăng trưởng GDP được tính bằng tỷ lệ tăng trưởng theo phần trăm của GDP thực tế so với cùng kỳ năm trước đó.

Có hai loại tốc độ tăng trưởng chính:

- **Tốc độ tăng trưởng thực:** Đây là tỷ lệ tăng trưởng thực tế của nền kinh tế trong một năm nhất định.
- **Tốc độ tăng trưởng tiềm năng:** Đây là mức tăng trưởng mà nền kinh tế có thể đạt được khi sử dụng tài nguyên và năng lực sản xuất một cách hiệu quả nhất, mà không gặp phải tình trạng cạnh tranh mạnh hoặc cản trở từ các yếu tố khác.

Tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế có thể bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố như chính sách kinh tế, thương mại quốc tế, đầu tư, sự phát triển công nghiệp, sản xuất nông nghiệp, sự phát triển công nghệ, và biến động của các thị trường tài chính.

Đối với các quốc gia đang phát triển, tốc độ tăng trưởng kinh tế thường là một chỉ số quan trọng để đánh giá sự tiến bộ và khả năng cải thiện đời sống của người dân. Tuy nhiên, cũng cần cân nhắc các yếu tố bên ngoài như bảo vệ môi trường và sự phát

triển bền vững để đảm bảo rằng tăng trưởng kinh tế là bền vững và mang lại lợi ích dài hạn cho xã hội.

Lạm phát

Lạm phát là hiện tượng tăng giá hàng hóa và dịch vụ một cách liên tục và đồng đều trong một khoảng thời gian dài, dẫn đến giảm giá trị của tiền tệ. Đây là một vấn đề kinh tế phổ biến và có ảnh hưởng rất lớn đến nền kinh tế và cuộc sống của người dân.

Yếu tố chính trị và pháp luật

Các yếu tố chính trị và pháp luật có ảnh hưởng lớn đến hoạt động sản xuất, kinh doanh và kết quả của các công ty, bao gồm: hệ thống các quan điểm, đường lối chính sách của chính phủ, hệ thống luật pháp hiện hành, các xu hướng ngoại giao của chính phủ, những diễn biến chính trị trong nước, trong khu vực và trên toàn thế giới. Công ty phải tuân theo các quy định về thuê lao động, thuế, cho vay, an toàn, vật giá, quảng cáo nơi đặt nhà máy và bảo vệ môi trường... Với bối cảnh mới, Việt Nam tham gia các hiệp định tự do thương mại (FTAs) thế hệ mới, thì các yếu tố chính trị, pháp luật còn có tác động mạnh mẽ hơn tới các doanh nghiệp Việt Nam. Để hướng tới phát triển bền vững, xuất khẩu nông sản, thì các doanh nghiệp sản xuất nông nghiệp trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc cần áp dụng và đạt được yêu cầu về pháp luật không chỉ của Việt Nam, mà còn cả các đối tác trong các FTAs thế hệ mới.

Yếu tố công nghệ

Công nghệ là một trong những yếu tố chủ động, chứa đựng nhiều cơ hội và đe dọa đối với các công ty. Những áp lực và đe dọa từ môi trường công nghệ có thể là: sự ra đời của công nghệ mới làm xuất hiện và tăng cường ưu thế cạnh tranh của các sản phẩm thay thế, đe dọa các sản phẩm truyền thống của ngành hiện hữu. Sự bùng nổ của công nghệ mới làm cho công nghệ hiện tại bị lỗi thời và tạo ra áp lực đòi hỏi các doanh nghiệp phải đổi mới công nghệ để tăng cường khả năng cạnh tranh.

1.5. Ma trận SWOT

Khái niệm

Khái niệm ma trận SWOT ma trận SWOT là một công cụ phân tích chiến lược được sử dụng rộng rãi trong quản trị kinh doanh và kết quả kinh doanh để đánh giá các yếu tố nội bộ và bên ngoài ảnh hưởng đến một tổ chức. SWOT là viết tắt của bốn từ tiếng Anh: Strengths (Điểm mạnh), Weaknesses (Điểm yếu), Opportunities (Cơ hội), và Threats (Thách thức).

Nội dung của ma trận SWOT

- Strengths (Điểm mạnh): Những yếu tố nội bộ mà tổ chức làm tốt hoặc sở hữu, tạo ra lợi thế so với đối thủ cạnh tranh..

- Weaknesses (Điểm yếu): Những yếu tố nội bộ mà tổ chức cần cải thiện hoặc thiếu sót, gây cản trở cho sự phát triển.
- Opportunities (Cơ hội): Những yếu tố bên ngoài mà tổ chức có thể tận dụng để phát triển và mở rộng.
- Threats (Thách thức): Những yếu tố bên ngoài có thể gây hại hoặc đe dọa đến sự tồn tại và phát triển của tổ chức.

Cách thực hiện phân tích SWOT

- Thu thập thông tin: Tập hợp thông tin từ các nguồn nội bộ và bên ngoài, bao gồm báo cáo tài chính, nghiên cứu thị trường, phản hồi của khách hàng, và đánh giá đối thủ cạnh tranh.
- Phân tích nội bộ: Đánh giá các điểm mạnh và điểm yếu của tổ chức dựa trên các yếu tố như tài chính, nhân sự, quy trình, sản phẩm/dịch vụ, và công nghệ.
- Phân tích bên ngoài: Xác định các cơ hội và thách thức từ môi trường bên ngoài, bao gồm thị trường, xu hướng kinh tế, chính trị, xã hội và công nghệ.
- Lập ma trận SWOT: Tạo bảng SWOT với bốn phần: Strengths, Weaknesses, Opportunities, và Threats.
- Xây dựng chiến lược: Dựa trên phân tích SWOT, xác định các chiến lược phù hợp như chiến lược tận dụng điểm mạnh để khai thác cơ hội, khắc phục điểm yếu để tránh thách thức, và sử dụng điểm mạnh để đối phó với thách thức.

Mục đích của phân tích SWOT

- Xác định chiến lược: Giúp tổ chức xác định các chiến lược phù hợp dựa trên sự kết hợp giữa điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức.
- Lập kế hoạch phát triển: Hỗ trợ trong việc lập kế hoạch và định hướng phát triển dài hạn.
- Tăng cường nhận thức: Giúp tổ chức nhận thức rõ hơn về vị trí hiện tại của mình và các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 1

Chương này trình bày cơ sở lý luận, lý thuyết liên quan đến quá trình phân tích kết quả kinh doanh và các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp cùng với đó là các ma trận đặc biệt trong kinh doanh nhằm phân tích nên kết quả kinh doanh cũng như các chiến lược trong kinh doanh của công ty. Dựa vào các cơ sở lý luận trên về các chỉ tiêu tài chính như doanh thu, chi phí và các chỉ số như ROA, ROE, ROS kết hợp với các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả của công ty cùng với các ma trận sẽ cho ta cái nhìn tổng quan về việc phân tích kết quả kinh doanh của một công ty cổ phần chất đốt công nghiệp Nhật Anh Nguyễn.

Dựa trên cơ sở lý luận trên của chương 1, chúng ta sẽ lấy đó làm tiền đề thực hiện nội dung “Thực trạng về phân tích kết quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Chất đốt Công nghiệp Nhật Anh Nguyễn” tại chương 2.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VỀ PHÂN TÍCH KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN CHẤT ĐÓT CÔNG NGHIỆP NHẬT ANH NGUYỄN.

2.1. Khái quát về Công ty Cổ phần Chất đốt Công nghiệp Nhật Anh Nguyễn

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển

Nhu cầu tiêu thụ năng lượng trên thế giới ngày càng tăng, đặc biệt là ở các nước đang phát triển, trong khi năng lượng hóa thạch ngày càng cạn kiệt. Theo tạp chí Than-Khoáng sản, trữ lượng than đã xác minh trên toàn thế giới đến năm 2017 là 1.035.012 triệu tấn, có thể khai thác trong 134 năm với mức sản lượng năm 2017 (7.724 triệu tấn). Theo báo Petrotimes, dự trữ dầu mỏ toàn cầu đạt 2,1 nghìn tỷ thùng. Con số này gấp 70 lần mức sản xuất dầu hiện nay là 30 tỷ thùng một năm. Như vậy, với mức khai thác hiện nay, thế giới sẽ hết dầu vào năm 2043. Với tốc độ phát triển kinh tế trung bình 3,5-4% trên toàn cầu và dân số thế giới tăng lên 8,3 tỉ người thì đến năm 2030 nhu cầu năng lượng sẽ tăng lên 60% so với năm 2005. Cùng trong xu thế chung của thế giới, hiện nay, Việt Nam đang phải đối mặt với một thách thức lớn là nhu cầu năng lượng ngày càng tăng cao trong khi ràng buộc về môi trường lại ngày càng chặt chẽ hơn. Theo báo cáo gần đây nhất của Bộ Công Thương, dự báo đến cuối thế kỷ này, nguồn năng lượng của Việt Nam sẽ trở nên khan hiếm, các mỏ dầu và khí đốt sẽ dần cạn kiệt, trong khi đó tình trạng lãng phí năng lượng trong sản xuất công nghiệp, xây dựng dân dụng, giao thông vận tải... của nước ta hiện nay rất lớn.

Công ty Cổ phần Chất đốt Công nghiệp Nhật Anh Nguyễn đã có mặt trên thị trường khi nhận thấy vấn đề nóng hổi mà cả thế giới lẫn Việt Nam đang quan tâm trên. Lịch sử hình thành của Nhật Anh Nguyễn là một chặng đường đầy khó khăn nhưng cũng đông đầy thành tựu. Từ những bước đầu tiên, công ty đã tập trung vào việc nghiên cứu, phát triển và cung cấp các nguyên liệu và giải pháp đốt chất lượng và hiệu quả nhất cho các doanh nghiệp trong nước.

Với mục tiêu tạo ra những sản phẩm và dịch vụ chất lượng, công ty đã không ngừng đầu tư vào năng lực sản xuất, nâng cao trình độ chuyên môn của đội ngũ nhân viên và xây dựng mối quan hệ đối tác bền vững với các đối tác trong ngành.

Điều quan trọng nhất là lòng nhiệt huyết và tinh thần không ngừng sáng tạo của toàn bộ đội ngũ Nhật Anh Nguyễn, đã tạo nên sức mạnh và tầm nhìn dẫn đầu trong ngành. Qua mỗi thử thách và khó khăn, công ty luôn tìm kiếm cơ hội để phát triển và hoàn thiện mình.

Tầm nhìn

Từ khi hình thành và phát triển đến nay Nhật Anh Nguyễn luôn xác định xây dựng thương hiệu trở thành một trong những địa chỉ hàng đầu về giải pháp đốt và năng lượng tái tạo và có mặt trong top đầu những công ty cung cấp dịch vụ công nghiệp uy tín nhất tại Việt Nam, xa hơn nữa là định vị trên bản đồ quốc tế.

Sứ mệnh

Đối với khách hàng: là nơi ủy thác giao phó niềm tin của khách hàng, cung cấp các giải pháp, sản phẩm, dịch vụ ưu việt giúp khách hàng tiết kiệm tối đa chi phí nhiên liệu vừa an toàn, vừa bảo vệ được môi trường sống xanh sạch.

Với hành trình đầy cam go và khát vọng phát triển, công ty Nhật Anh Nguyễn không ngừng bước tiếp về phía trước, mang theo sứ mệnh **“Sức mạnh từ sự đổi mới – thành công từ sự phục vụ tận tâm”**, để trở thành đối tác tin cậy và mang lại giá trị bền vững cho mọi khách hàng và cộng đồng.

Giá trị cốt lõi

Phương châm hoạt động của công ty Nhật Anh Nguyễn luôn lấy khách hàng làm hàng đầu, với khẩu hiệu “Khách Hàng Hài Lòng – Chúng Tôi Vững Bước”. Công ty đang luôn tục học hỏi và hoàn thiện, cùng với sự quyết tâm và đồng lòng của toàn bộ nhân sự trong công ty, công ty cam kết sẽ mang lại dịch vụ tốt nhất cho khách hàng.

2.1.2. Giới thiệu chung về công ty

Công Ty Cổ Phần Chất Đốt Công Nghiệp Nhật Anh Nguyễn - Nhà sản xuất & cung cấp hàng đầu các loại chất đốt công nghiệp đạt chất lượng TL 9000, tại Hưng Yên được ra đời vào ngày 10-08-2016 cho đến nay đã được 8 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực chất đốt công nghiệp.

Hồ sơ công ty



Hình 2. 1: Logo doanh nghiệp

Nguồn: CTCPCĐCN NAN

- Tên Công ty: Công Ty Cổ Phần Chất Đốt Công Nghiệp Nhật Anh Nguyễn
- Mã số thuế: 0900996577
- Địa chỉ: Thôn Đỗ Mỹ, Xã Bãi Sậy, Huyện Ân Thi, Tỉnh Hưng Yên, Việt Nam
- Người đại diện: Dương Thị Xuân
- Điện thoại: 0973 190 632
- Ngày hoạt động: 2016-08-10
- Quản lý bởi: Chi cục Thuế khu vực Yên Mỹ - Ân Thi
- Loại hình kinh doanh: Nhà sản xuất và thương mại
- Tình trạng: Đang hoạt động
- Website: <http://dichvullohoinan.com>
- Email: chatdotnhatanh@gmail.com

Ngành nghề kinh doanh

- Kiện gỗ, thùng gỗ
- Phôi gỗ
- Củi Trấu, Viên nén Gỗ, Dăm Gỗ, Mùn Cưa
- Pallet Gỗ - Sản Xuất Và Cung Cấp Chất Đốt Công Nghiệp,
- Củi Đốt Công Nghiệp

Sản phẩm chính:

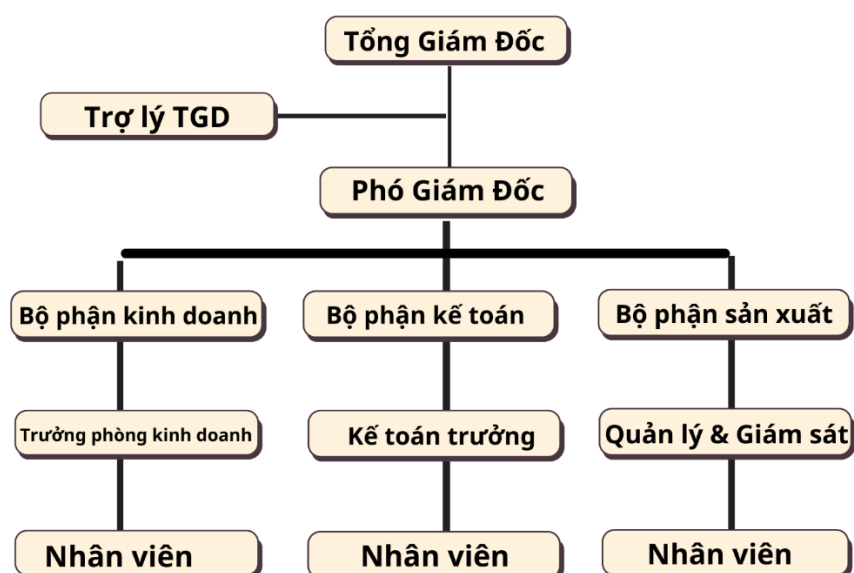
- ❖ Củi gỗ: củi làng nghề, củi gỗ tạp,..
- ❖ Viên nén gỗ, viên nén mùn cưa, củi ép mùn cưa,..
 - Loại hình kinh doanh: Thương mại
 - Thị trường chính: Miền Bắc
 - Chứng Chỉ/chứng nhận: TL 9000

Phạm vi hoạt động

Hiện nay công ty Nhật Anh Nguyễn đã cung cấp dịch vụ đốt lò và cung cấp nhiên liệu đốt lò tại nhiều tỉnh thành miền bắc. Cung cấp số lượng nhiều tại các tỉnh thành như: Hà Nội, Hải Dương, Hưng Yên, Bắc Ninh, Bắc Giang, Hải Phòng, Hà Nam, Nam Định, Thái Bình.

2.1.3. Cơ cấu tổ chức

Công ty Công ty cổ phần Chất Đốt Công Nghiệp Nhật Anh Nguyễn có sơ đồ tổ chức nguồn nhân lực như sau:



Hình 2. 2: Sơ đồ tổ chức nguồn nhân lực của CTCPCĐCN NAN

Nguồn: Phòng nhân sự của CTCPCĐCN NAN

Các bộ phận với chức năng chính như sau:

Bộ phận kinh doanh

- Thúc đẩy doanh số và lợi nhuận. ...
- Tìm kiếm và mở rộng thị trường. ...
- Xây dựng và duy trì mối quan hệ với khách hàng. ...
- Xây dựng và phát triển nguồn khách hàng. ...

Bộ phận kế toán

- Tổ chức thực hiện công việc theo đúng quy định của Nhà nước. ...
- Tổng hợp thông tin. ...
- Xây dựng hệ thống thông tin tài chính. ...
- Giám sát hóa đơn chứng từ ...
- Đảm bảo nguồn tiền mặt cần thiết cho các hoạt động của doanh nghiệp

Bộ phận sản xuất

- Thực hiện quá trình sản xuất, bảo quản, vận chuyển, giao nhận hàng hóa phục vụ cho nhu cầu kinh doanh.
- Chịu trách nhiệm thiết kế hàng hóa, sản phẩm cho doanh nghiệp.

- Quản lý chi phí sản xuất, đảm bảo sản xuất sản phẩm với chi phí thấp nhất để tối đa hóa lợi nhuận.
- Đảm bảo máy móc, thiết bị dùng trong sản xuất luôn được bảo trì, bảo dưỡng đúng cách.
- Quản lý và đánh giá chất lượng sản phẩm.

2.2. Thực trạng phân tích kết quả kinh doanh tại công ty Nhật Anh Nguyễn

2.2.1. Phân tích kết quả kinh doanh tại công ty Nhật Anh Nguyễn trong 3 năm từ 2021 đến 2023

Các chỉ tiêu phản ánh kết quả kinh doanh của công ty được thể hiện rõ ràng qua bảng Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh. Như vậy để biết được công ty có kết quả kinh doanh hiệu quả không thông qua hoạt động kinh doanh, cần xem xét chênh lệch kết quả hoạt động kinh doanh được trình bày trong bảng sau:

Bảng 2. 1: So sánh kết quả HĐKD của công ty

DVT: triệu đồng

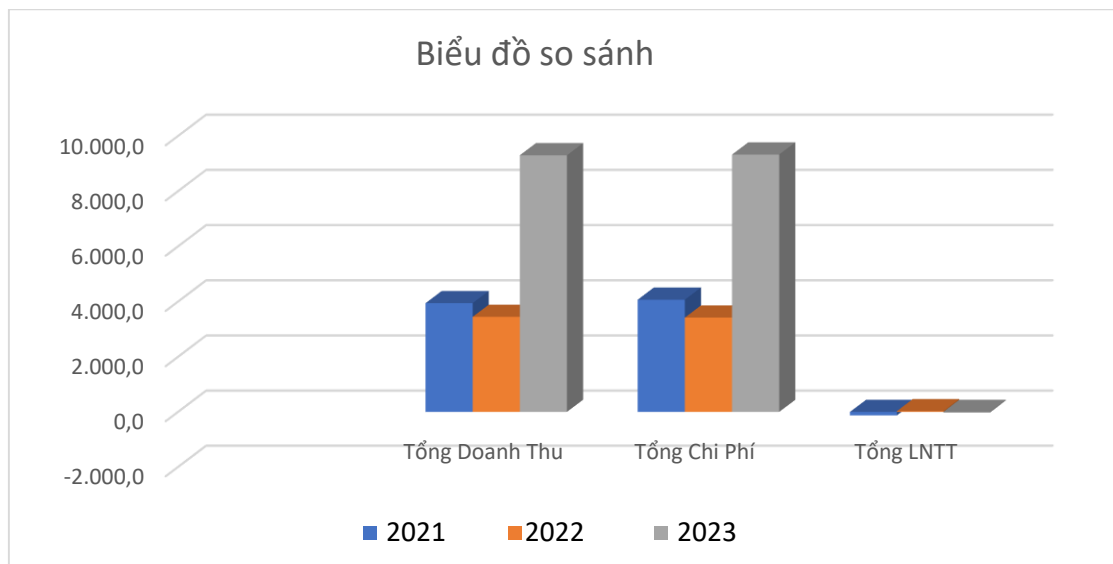
Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	So sánh 2022-2021		So sánh 2023-2022	
				Mức	Tỷ lệ %	Mức	Tỷ lệ %
Tổng Doanh Thu	3,945.1	3,449.8	9,302.1	-495.30	-13	5,852.30	170
Tổng Chi Phí	4,069.3	3,423.6	9,328.8	-645.79	-16	5,905.20	172
Tổng LNTT	-124.2	26.3	-26.6	150.49	-121	-52.90	-202
Thuế TNDN	0.0	0.0	0.0	0.00	0	0.00	0
Tổng LNST	-144.31	-51.6	-27.6	92.8	-64	24	-47

Nguồn: Phòng kế toán Nhật Anh Nguyễn

Nhận xét: Dù công ty vẫn còn là một công ty mới thành lập từ 2016, còn non trẻ trong ngành, nhưng với sự nỗ lực công ty vẫn đang hoạt động cũng tạm ổn định. Dựa vào bảng trên, ta thấy được tổng doanh thu và tổng chi phí trong năm hoạt động của công ty có sự tăng giảm khác nhau giữa các năm, tuy nhiên lợi nhuận có chiều hướng tăng qua các năm.

Cụ thể là doanh thu năm 2022 có giảm 495.3 triệu đồng, ứng với 13% so với

năm 2021 vì công ty đang trong thời điểm đầu dịch covid phải vật lộn rất vất vả để duy trì, theo đó việc thắt chặt chi phí cũng tiến ra đồng thời, tuy nhiên năm 2022 công ty lại có lợi nhuận do việc công ty tạm thời chuyển hướng chỉ tập chung vào thương mại hạ chế sản xuất. Vì vậy, lợi nhuận năm 2022 tăng nhiều so với năm 2020 (150.49%). Đối với năm 2023, thị trường VN đang trong giai đoạn cuối của đại dịch Covid, hoạt động kinh doanh sản xuất phục hồi sau dịch nhanh chóng để đáp ứng nhu cầu thị trường sau dịch Covid. Doanh thu của công ty là 9302.1 triệu đồng, ứng với 170%, tăng mạnh so với năm 2022 một khoản là 5852.3 triệu đồng. Bên cạnh đó, công ty cũng đã điều chỉnh chi phí của mình là 5905.2 triệu đồng, ứng với 172%, do đại dịch covid diễn ra trên toàn thế giới khiến tất cả chi phí hoạt động của doanh nghiệp tăng lên chóng mặt vì thế so với doanh thu tăng nhưng lợi nhuận của công ty trong năm 2023 lại giảm hơn 200% so với năm trước, tức -52.9 triệu đồng.



Hình 2. 3: Biểu đồ tình hình doanh thu, chi phí, lợi nhuận của công ty (2021-2023)

Nguồn: Phòng kế toán công ty Nhật Anh Nguyễn

2.2.2. Phân tích tình hình doanh thu

Các hoạt động đem lại doanh thu cho công ty Nhật Anh Nguyễn bao gồm doanh thu từ hoạt động bán hàng và cung cấp dịch vụ (dịch vụ lò hơi, kho bãi, củi đốt), doanh thu từ hoạt động tài chính và các thu nhập khác ngoài 2 hoạt động trên. Tình hình doanh thu theo từng hoạt động của công ty được thể hiện trong bảng 2.2 dưới đây:

Bảng 2. 2: Doanh thu theo từng hoạt động của công ty (2021 – 2023)*ĐVT: triệu đồng*

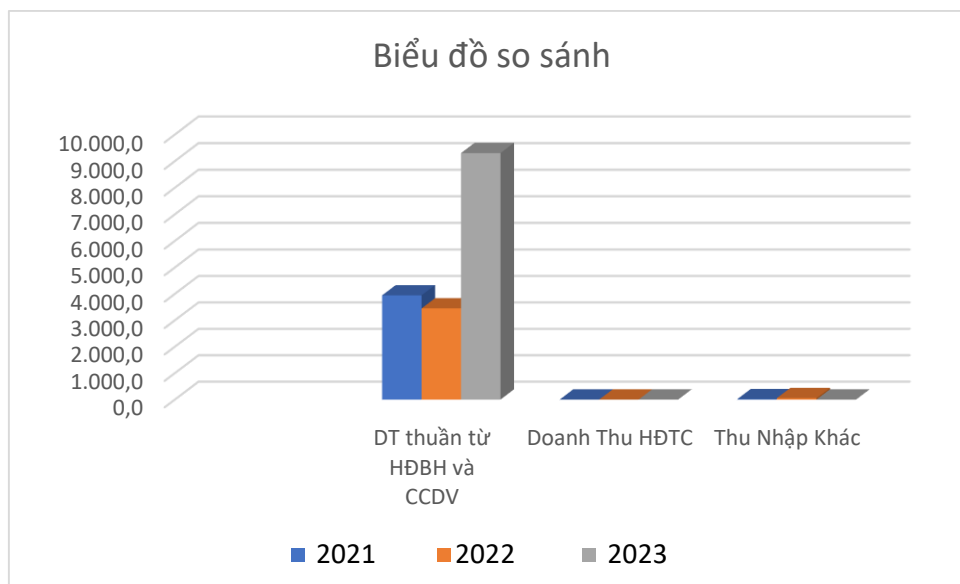
Chi tiêu	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	So sánh 2022-2021		So sánh 2023-2022	
				Mức	Tỷ lệ %	Mức	Tỷ lệ %
DT thuần từ HĐBH và CCDV	3,945.1	3,449.8	9,302.1	-495.30	-13%	5,852.30	170%
Doanh Thu HĐTC	0.076	0.04	0.5	-0.04	-47%	0.46	1150%
Thu Nhập Khác	15	54.65	0	39.65	264%	-54.65	-100%
Tổng Doanh Thu	3,960.2	3,504.5	9,302.6	-455.69	-12%	5,798.11	165%

Nguồn: Phòng kế toán Nhật Anh Nguyễn

Nhận xét: Trong giai đoạn 2021-2023, công ty không phát sinh các khoản giảm trừ doanh thu nên doanh từ hoạt động bán hàng và cung cấp dịch vụ sẽ bằng doanh thu thuần. Như vậy, ta thấy được tổng doanh thu của công ty phần lớn là doanh thu thuần từ việc hoạt động sản xuất kinh doanh. Doanh thu thuần của công ty có tăng giảm trong 3 năm, năm 2022 so với 2021 giảm 495.3 triệu đồng, ứng với 13%; năm 2023 lại có mức tăng 5852.3 triệu đồng, ứng với 170% so với năm 2022. Việc doanh thu thuần tăng giảm trong 3 năm có thể được giải thích là do đây là giai đoạn công ty đang tìm mọi cách để thích nghi với đại dịch covid và các biến động của thị trường như giá xăng dầu... , tuy nhiên đây lại mang lại nhiều lợi thế cho các công ty cung cấp dịch vụ sản xuất củi đốt của công ty NAN.

Doanh thu HĐTC của công ty tăng giảm không đều, năm 2022 giảm 47% so với 2021 và 2023 tăng vượt trội 1150% so với năm 2022. Doanh thu HĐTC này gồm các khoản thu nhập từ lãi tiền gửi ngân hàng, lãi cho vay. Như vậy, DN được hưởng khoản tiền lãi vay từ một số khoản vay trong năm dành cho các khách hàng nhỏ lẻ.

ĐVT: triệu đồng



Hình 2. 4: Biểu đồ Doanh thu theo từng hoạt động của công ty (2021 – 2023)

2.2.3. Phân tích chi phí

Các loại chi phí mà công ty chi trong năm bao gồm: giá vốn hàng bán, chi phí cho hoạt động quản lý kinh doanh (chi phí nhân viên quản lý; chi phí vật liệu quản lý; thuế, phí và lệ phí; ...), chi phí tài chính – chi phí lãi vay, và một số các chi phí khác.

Nhận xét: Từ bảng dưới, tình hình chi phí của công ty nhìn chung tăng giảm không đều qua các năm và có phần tương tự như doanh thu. Tổng chi phí năm 2022 giảm 13% so với năm 2021, tương đương 548.23 triệu đồng. Đối với chi phí năm 2023 tăng mạnh so với năm 2022, tỷ lệ gia tăng tương tự với doanh thu cùng kỳ là 162%, tương đương 5773.91 triệu đồng.

Bảng 2. 3: Chi phí theo từng hoạt động của công ty (2021 – 2023)

ĐVT: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	So sánh 2022-2021		So sánh 2023-2022	
				Mức	Tỷ lệ %	Mức	Tỷ lệ %
Giá vốn hàng bán	3309.4	2710.4	7327.8	-599	-18	4617.4	170
CP QLKD	695.6	703.1	2000.9	7.5	1	1297.8	185

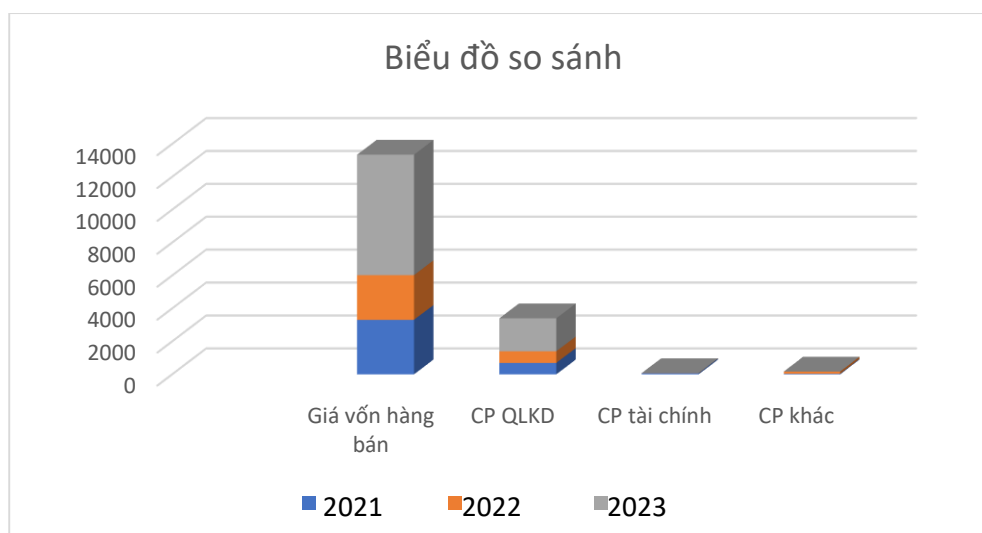
CP tài chính	64.26	10.06	0	-54.2	-84	-10.06	-100
CP khác	35.16	132.63	1.4	97.47	277	-131.23	-99
Tổng CP	4104.42	3556.19	9330.1	-548.23	-13	5773.91	162

Nguồn: Phòng kế toán Nhật Anh Nguyễn

Giá vốn hàng bán trong giai đoạn này cũng biến động tăng giảm liên tục theo sự biến động của doanh thu thuần. Tại năm 2021, giá vốn hàng bán là 3309.4 triệu đồng; đến năm 2022 giảm khoảng 18%, chênh lệch 599 triệu đồng. Một trong các lý do khiến GVHB giảm trong giai đoạn này là do dịch covid bùng phát khiến việc vận chuyển hàng hóa lên cao gây ảnh hưởng đến chi phí giá vốn của công ty. Năm 2023 GVHB tăng mạnh nhất với mức tăng trưởng 4617.4 triệu đồng, tương đương 170% GVHB năm 2022. Nhìn chung xu hướng tăng trưởng này là hợp lý khi doanh thu thuần cũng gia tăng qua các năm, tuy nhiên, sự tăng trưởng này cũng là do công ty ký được hợp đồng hợp tác với các doanh nghiệp lớn. Bên cạnh đó, vấn đề chi phí vận chuyển hàng hóa cũng ảnh hưởng phần nào đến GVHB năm 2023.

Chi phí tài chính của công ty năm 2022 là 10.06 triệu đồng, giảm 54.2 triệu đồng so với năm trước, nguyên nhân là do công ty chi trả lãi vay với ngân hàng và tất toán được 1 số khoản vay nhỏ. Cũng vậy, năm 2023 có chênh lệch giảm 10.06 triệu đồng, tương ứng 100% so với năm 2022, khoản chi trong năm này giảm hẳn do công ty tất toán được toàn bộ các khoản vay của mình.

Chi phí quản lý kinh doanh của công ty năm 2022 có tăng nhẹ 7.5 triệu đồng, tương ứng tăng 1% so với năm 2021. Tiếp đó, năm 2023 tăng 185%, mức chênh lệch là 1298.8 triệu đồng so với năm 2022 là do việc chi trả tiền thuê văn phòng, trả lương tăng, chi phí sản xuất tăng.



Hình 2. 5: Biểu đồ tổng chi phí của công ty trong giai đoạn năm 2021-2023

2.2.4. Phân tích lợi nhuận

Lợi nhuận luôn là mục tiêu hàng đầu của công ty, vậy nên việc phân tích lợi nhuận khi phân tích KQKD là một việc làm rất quan trọng. Lợi nhuận trước thuế của công ty gồm: lợi nhuận gộp từ hoạt động bán hàng và cung cấp dịch vụ, lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh, lợi nhuận khác. Sau đó trừ đi thuế thu nhập công ty, ta sẽ có được lợi nhuận sau thuế.

Ta thấy được lợi nhuận của công ty được hình thành chủ yếu từ lợi nhuận của HĐBH & CCDV. Lợi nhuận trước thuế của năm 2022 tuy vẫn âm nhưng so với năm 2021 lại giảm lỗ được 92.8 triệu đồng, tương đương với giảm 64%, mặc dù doanh thu trong năm 2021 có giảm nhưng tốc độ giảm chi phí nhanh hơn tốc độ giảm doanh thu khiến lợi nhuận tăng lên so với năm trước. Tuy nhiên, LNST của năm 2022 đã tăng trưởng khá tốt với mức tăng trưởng là 24 triệu đồng, tăng 47% so với năm 2021 do GVHB và chi phí tài chính có giảm nhưng không nhiều. Nhìn chung, kết quả HĐKD của công ty qua 3 năm khá hiệu quả, hằng năm đều có tín hiệu tốt.

Bảng 2. 4: Lợi nhuận theo từng hoạt động của công ty giai đoạn 2021-2023

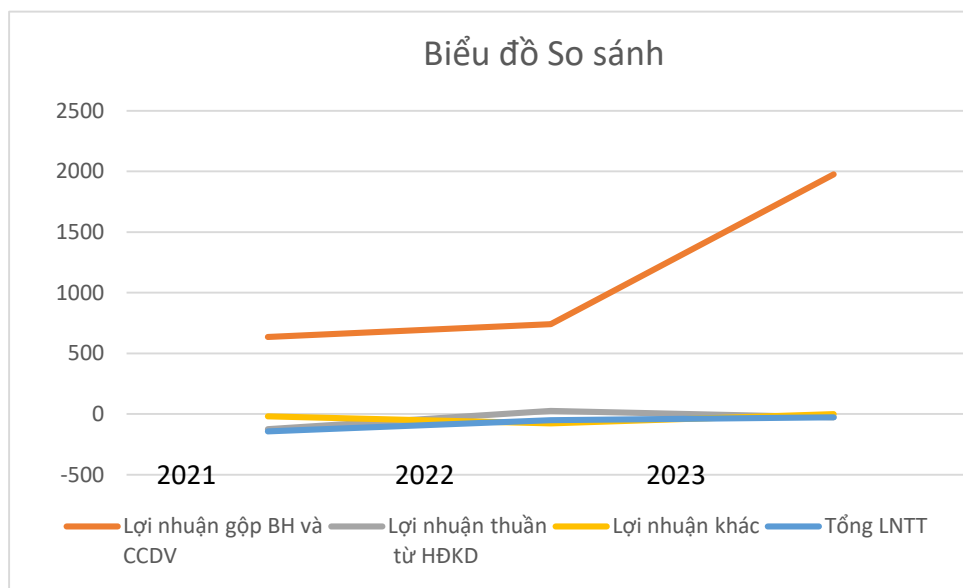
ĐVT: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	2022-2021		2023-2022	
				Mức	Tỷ lệ	Mức	Tỷ lệ %
Lợi nhuận gộp BH và CCDV	635.5	739.45	1974.3	103.95	16	1234.85	167

Lợi nhuận thuần từ HĐKD	-124.14	26.32	-26.13	150.46	-121	-52.45	-199
Lợi nhuận khác	-20.17	-77.9	-0.14	-57.73	286	77.76	-100
Tổng LNST	-144.31	-51.6	-27.6	92.8	-64	24	-47

Nguồn: Phòng kế toán Nhật Anh Nguyễn

DVT: triệu đồng



Hình 2. 6: Biểu đồ so sánh lợi nhuận của công ty giai đoạn 2021-2023

Nguyên nhân:

- Công ty đã khéo léo tạm chuyển đổi mô hình kinh doanh từ sản xuất là chủ đạo sang thương mại để thích nghi với đại dịch covid
- Tăng cường bán hàng thương mại qua dịch vụ online
- Tiết kiệm chi phí tối đa
- Được ưu đãi, hỗ trợ lãi suất từ các tổ chức tín dụng.

2.2.5. Phân tích các chỉ tiêu tài chính

Nhóm chỉ tiêu sinh lợi

Để đánh giá đúng đắn về lợi nhuận thì không chỉ quan tâm đến tổng mức lợi nhuận mà còn cần phải quan tâm đến nguồn lực kinh tế tài chính mà doanh nghiệp đã

sử dụng để tạo ra lợi nhuận.

Tỷ số sinh lời trên tổng tài sản (ROA)

Bảng 2. 5: Các tỷ số lợi nhuận trên tổng tài sản

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
LNST	Triệu đồng	-114.41	-51.65	-27.59
Tổng tài sản	Triệu đồng	3273.9	3091.2	11430.1
ROA	%	-3.49	-1.67	-0.24

(Nguồn: Tự tổng hợp và tính toán)

Tỷ số trên cho biết khả năng sinh lời từ 1 đồng tài sản được đầu tư và phản ánh hiệu quả của việc quản lý, sử dụng vốn của CT. Theo kết quả tính toán trên, hệ số ROA của công ty tăng giảm không đều, công ty đang lỗ. Năm 2023 có tỷ số lỗ thấp nhất là -0,24%, tức là 1 đồng tài sản mà công ty bỏ ra sẽ bị lỗ 0.24 đồng LNST, tương tự, năm 2021 có tỷ số -1.67% thì 1 đồng tài sản bỏ ra sẽ âm vốn 1.67 đồng (giảm 1.82 đồng so với năm 2021) và năm 2021 có tỷ số -3.49% thì 1 đồng tài sản bỏ ra sẽ bị lỗ 3.49 đồng LNST. Mặc dù tỷ số của cả năm đều âm, tức là công ty đang bị lỗ, nhưng số lỗ đều giảm dần vì các tỷ số đều nhỏ hơn 1%, vậy nên DN cần lưu ý trong việc sử dụng và quản lý tài sản sao cho hiệu quả.

Tỷ số sinh lời của doanh thu thuần (ROS)

Bảng 2. 6: Các tỷ số lợi nhuận trên doanh thu thuần

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
LNST	Triệu đồng	-114.41	-51.65	-27.59
Doanh thu thuần	Triệu đồng	3945.01	3449.8	9302.1
ROS	%	-2.90	-1.50	-0.30

(Nguồn: Tự tổng hợp và tính toán)

Tỷ số sinh lời trên doanh thu thuần của công ty được thể hiện rõ ràng ở bảng trên trong giai đoạn 2021-2023 tỷ số ROS của công ty đều nhỏ hơn 0, nhưng có sự tăng dần khi năm 2021 còn -0.15% (tăng 1.4% so với năm 2020) và đến năm 2023 còn -0,3% (tăng 1.2% so với năm 2022). Như vậy, năm 2023 dù có mức lợi nhuận tốt hơn đi kèm các yếu tố chi phí giảm nên tỷ số ROS của năm này có tăng nhẹ, công ty cần khắc phục bằng việc cố gắng tiết kiệm chi phí, tăng doanh thu để có kết quả tốt hơn.

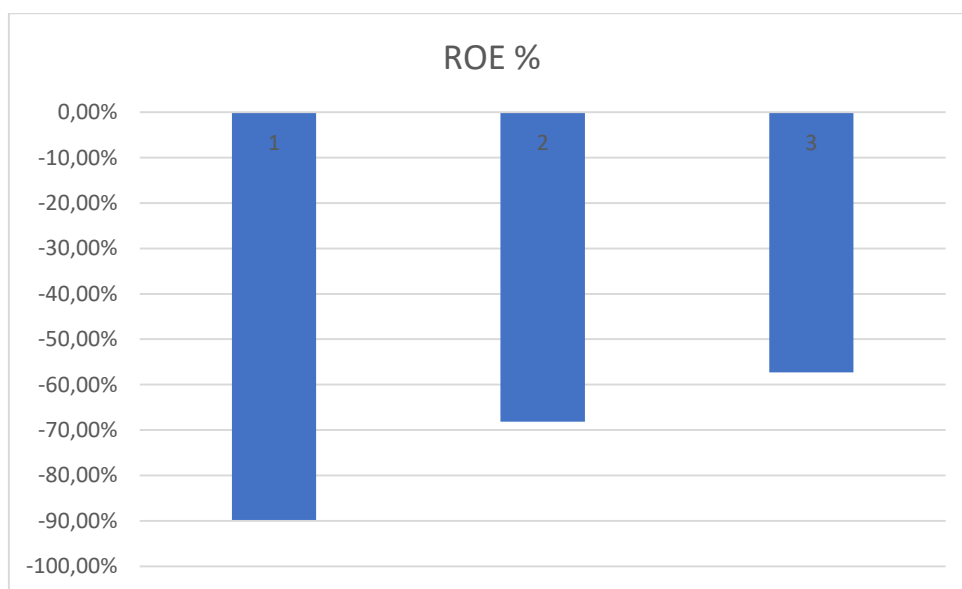
Tỷ số sinh lời của VCSH (ROE)

Bảng 2. 7: Các tỷ số lợi nhuận trên VCSH

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
LNST	Triệu đồng	-114.41	-51.65	-27.59
VCSH	Triệu đồng	127.42	75.77	48.17
ROE	%	-89.79	-68.17	-57.28

(Nguồn: Tự tổng hợp và tính toán)

Nhìn vào trên, ta có thể thấy tốc độ giảm của VCSH nhiều hơn tốc độ tăng của LNST. Lý do vì giá vốn hàng bán có sự tăng giảm đặc biệt, GVHB tăng cao nên lợi nhuận sau thuế bị ảnh hưởng. Năm 2021 công ty có hiệu quả sử dụng VCSH thấp nhất với tỷ số -89.79%, cho thấy bình quân 1 đồng VCSH sẽ hụt đi 89.79 đồng LNST. Năm 2022 tỷ số ROE tăng do giảm được chi phí khá nhiều, doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ tuy giảm nhưng phần chi phí lại tối ưu được nhiều hơn, dẫn đến LNST và ROE cũng giảm còn 67.17% (tăng 21.62% so với 2020). Nhưng đến năm 2023, công ty đã ổn định trở lại hơn với tỷ số giảm còn 57.28%, (tăng 10.89% so với năm 2021). Nhìn chung công ty có cố gắng rất nhiều trong việc sử dụng và quản lý VCSH của mình, nhưng cũng cần cố gắng cải thiện HĐKD để tạo ra lợi nhuận cao hơn.



Hình 2. 7: Biểu đồ tốc độ tăng trưởng của công ty giai đoạn 2021-2023

Nhận xét chung: Trong giai đoạn 2021-2023, các chỉ số sinh lời của công ty đều ở mức âm, tuy nhiên mức âm giảm dần qua các năm (dưới 1%). Năm 2021 có chỉ số ROA (-3.49%), ROE (-2.9%), ROS (-89.79%) cao nhất cho thấy công ty quản lý vốn, tài sản và chi phí trong năm này không tốt. Năm 2023 có chỉ số ROA tăng nhẹ (tăng

1.82% so với năm 2022) chủ yếu do vấn đề đầu tư vào kho bãi, công cụ dụng cụ ,... những tỷ số này quá thấp cho thấy khả năng quản lý và sử dụng tài sản của công ty chưa đạt hiệu quả. Năm 2023 có chỉ số ROA, ROE và ROS khởi sắc hơn, các chỉ số đều tăng so với năm trước thể hiện vấn đề quản lý chi phí của công ty đang tốt dần hơn. Như vậy, công ty cần chú ý đến các chỉ số trên để hoạt động có hiệu quả hơn nữa.

2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của Nhật Anh Nguyễn

2.3.1. Yếu tố bên trong

Sản phẩm

Nhật Anh Nguyễn rất đa dạng trong việc cung nguyên liệu sinh khối với giấy tờ đầy đủ về quy trình làm ra và cung cấp nguyên liệu ra thị trường cụ thể với sản phẩm chính là củi và than như sau:

Củ ép mùn cưa:



Hình 2. 8: Ảnh củi ép mùn cưa

Nguồn: CTCPCĐCN NAN

Củ ép mùn cưa là loại nhiên liệu đốt tái tạo, đã xuất hiện trên thị trường nhiên liệu đốt Việt Nam từ những năm 2000 trở lại đây.

Cấu tạo của củi là từ mùn gỗ, mùn tre, vỏ trấu, chúng được liên kết với nhau bằng lực nén hoặc dùng nhiệt độ để làm nóng đó nhiên liệu tự sinh ra chất lignin để giúp nhiên liệu liên kết lại với nhau thành 1 khối.

Kích thước của củi ép mùn cưa thay đổi tùy theo nhà chế tạo máy, hoặc tùy theo loại lò hơi cần để cung ứng.

Có 2 loại kích thước thông dụng nhất trên thị trường là loại đường kính 8mm và 90mm. Loại 8mm được gọi chung là viên nén mùn cưa, loại 90mm gọi là củi ép mùn cưa. Ngoài ra còn nhiều mẫu mã và kích thước khác như loại nén theo khuôn, người ta chế tạo ra 1 khuôn kích thước theo mong muốn, sau đó cho mùn nhiên liệu vào trong, dùng lực nén thủy lực để nén chúng lại vậy là được củi ép theo khuôn.



Củi gỗ tạp



Củi gỗ Nhãn



Củi gỗ Phi Lao



Cành cây cắt

Hình 2. 9: Củi gỗ tạp, gỗ nhãn, phi lao...

Nguồn: CTCPCĐCN NAN

Với các lò hơi nhỏ, hoặc nướng bánh pizza, làm thịt hun khói, nấu rượu, cắm trại, đốt lò sưởi thì mua loại củi này rất phù hợp.

Củi khi bán đã được đóng gói gọn gàng, mỗi bao có trọng lượng trung bình khoảng 25 kg – 30 kg

Kích thước dài 25 cm – 35 cm

Kích thước rộng 5 cm – 10 cm

Than đá, cục, cám:

Than đá hay còn gọi là than cục hoặc than cám sử dụng cho mục đích đốt lò hơi hiện nay có nhiều loại, mỗi loại lại có những ưu điểm khác nhau.

Thông dụng nhất phải kể đến là than cục, than cám... Mỗi loại than lại có những lựa chọn khác nhau, về kích cỡ hạt ví dụ than cục có: cục 1 – cục 8.

Than cục: Than cục là than đá có kích thước hạt lớn, theo tiêu chuẩn TCVN 251 (ISO 1953) kích cỡ hạt từ 6mm – 100mm thì được gọi là than cục.

Than cục được sử dụng cho lò hơi ghi tĩnh, lò hơi ghi nắm, lò hơi tổng hợp.

Than cám là than đá có kích thước hạt theo tiêu chuẩn nhỏ hơn 25mm. than cám có nhiều loại như: than cám Cẩm Phả, cám Hòn Gai, cám Cửa Ông, cám Núi Hồng ...

Nhiệt trị của than đá cũng theo tiêu chuẩn của từng mỏ than, nhưng nhà cung cấp dễ dàng để điều chỉnh theo nhiệt trị mong muốn của khách hàng.

Với khẩu hiệu (Khách hàng hài lòng – Chúng tôi vững bước), Nhật Anh Nguyễn cam kết luôn cung cấp ĐÚNG – ĐỦ theo yêu cầu của khách hàng.

Tư vấn 24/7, hỗ trợ khách hàng về phương pháp đốt kèm nhiên liệu khác để giảm chi phí đốt Than đá chung tôi cung cấp luôn đầy đủ thông tin sản phẩm rõ ràng như: nguồn nhiên liệu, nhiệt trị, độ bốc, độ tro, độ ẩm...

Hỗ trợ khách hàng để tăng giá trị đi kèm: hỗ trợ công nhân vận hành lò, sửa chữa & bảo trì lò, cải tạo lò, theo dõi và cân đối chi phí đốt cùng khách hàng, đồng hành cùng khách hàng tìm giải pháp tối ưu nhất.

Với sự đa dạng cùng chất lượng về sản phẩm, có thể nói đây là lợi thế cạnh tranh vô cùng lớn của Nhật Anh Nguyễn và chúng đã góp phần to lớn đến kết quả kinh doanh.

Khách hàng

Nhật Anh Nguyễn luôn luôn hướng tới khách hàng và mang lại cho khách hàng sản phẩm tốt nhất. Công ty đang và đang làm rất tốt với việc đặt ra được mục tiêu rõ ràng về khách hàng mục tiêu của mình. Với khách hàng mục tiêu của Nhật Anh Nguyễn xoay quanh:

- Các công ty, doanh nghiệp , xí nghiệp , nhà máy có sử dụng lò hơi, lò đốt
- Có địa lý tại các tỉnh miền Bắc
- Chi phí đốt lò từ 200 triệu / tháng trở lên

Với mục tiêu rõ ràng về khách hàng của mình Nhật Anh Nguyễn đã tập chung và làm rất tốt với một trong những chính sách tiêu biểu như sau để có được nguồn khách hàng rộng và ổn định:

Chính sách thưởng người giới thiệu

Thưởng được tính khi công ty ký được hợp đồng cung cấp dịch vụ đốt khoán hơi, bán nguyên vật liệu chất đốt hoặc các dịch vụ khác liên quan.

Tính thưởng 2% / doanh thu từng tháng cho mỗi hợp đồng nếu giới thiệu dịch vụ đốt khoán hơi, dẫn dắt cho công ty gặp và tư vấn khách hàng, cung cấp được các thông tin về: chi phí đốt hiện tại, tình trạng lò giúp súc để dễ dàng xúc tiến hợp đồng.

Ví dụ giới thiệu với Nhật Anh Nguyễn cho công ty đối tác, sau đó Nhật Anh Nguyễn tư vấn và ký hợp đồng đốt khoán hơi thời hạn 1 năm, mỗi tháng Nhật Anh Nguyễn bán cho đối tác 500 triệu tiền dịch vụ sẽ trả thưởng: $2\% \times 500 \text{ triệu} = 10 \text{ triệu/tháng}$.

Thời gian trả thưởng cho người giới thiệu duy trì hết hợp đồng, nếu tiếp tục gia hạn hợp đồng, quyền lợi chỉ trả 1% cho tất cả các hợp đồng gia hạn về sau.

Tính thưởng 3 triệu/tháng cho mỗi hợp đồng nếu giới thiệu dịch vụ đốt khoán hơi, dẫn dắt cho công ty gặp và tư vấn khách hàng.

Thời gian duy trì trả thưởng: đến hết hạn hợp đồng

Nếu gia hạn hợp đồng tiếp theo, tính thưởng 1,5 triệu / tháng cho đến hết. Chỉ giới thiệu và cho số điện thoại để công ty tự liên hệ và tư vấn, sẽ tùy theo hiệu quả trong dịch vụ để công ty trả thưởng nếu tốt.

Với việc đưa ra chính sách vô cùng đặc biệt này, Nhật Anh Nguyễn sở hữu một lượng lớn khách hàng hiện tại và tương lai.

Bên cạnh đó dịch Covid, Nhật Anh Nguyễn đã kịp quay mình thích ứng với các hình thức thương mại làm cho công ty có lượng khách hàng cả truyền thống và thương mại.

Với việc khách hàng ngày khó tính và đa dạng việc công ty luôn chuẩn bị tâm lý sẵn sàng cũng như các chế độ dịch vụ sẽ giữ chân và kiếm được nhiều khách hàng chất lượng mới.

Nhà cung cấp



Các nhà cung cấp là những người có lợi thế quyết định giá đầu vào của hàng hoá, sản phẩm của Nhật Anh Nguyễn mua vào. Hiện nay trên thị trường công ty có rất nhiều nhà cung cấp nguyên liệu đầu vào chất đốt trong địa bàn Hưng Yên và rộng hơn. Đối với nhà cung cấp vẫn ít thông tin về tên nhà cung cấp độc quyền đến từ các vườn của các bà con trên địa bàn và rộng hơn không được Nhật Anh Nguyễn công bố.


Đối thủ cạnh tranh

Hiện nay, trong lĩnh vực kinh doanh chất đốt công nghiệp ở khu vực Hưng Yên có rất nhiều công ty tham gia. Do đó mà tình tranh ngay từ trong địa bàn tỉnh nhỏ đã cực kì gay gắt. Trong đó đối thủ cạnh tranh chính của Nhật Anh Nguyễn trong địa bàn đó chính là:

TÊN CÔNG TY	CÔNG TY TNHH SẢN XUẤT VÀ THƯƠNG MẠI NHÀ VIỆT
NGÀNH NGHỀ KINH DOANH	Củ Trấu, Viên Nén Gỗ, Dăm Gỗ, Mùn Cưa Máy Móc - Các Loại
LOẠI HÌNH KINH DOANH	Sản Xuất
THỊ TRƯỜNG CHÍNH	Toàn Quốc
MÃ SỐ THUẾ	0900448475
NĂM THÀNH LẬP	2009


Chất Đốt Mùn Cưa Minh Anh - Công Ty TNHH Đầu Tư Sản Xuất Và Thương Mại Tổng Hợp Minh Anh


 NHÀ TÀI TRỢ



Hưng Yên, Hưng Yên, Việt Nam

☎ 0985078588

📞 Hotline: 0985 078 588 

✉ minhanh1108.eng@gmail.com

🌐 www.cuimuncuahanoi.bizz.vn

Hình 2. 10: Các đối thủ cạnh tranh

Nguồn: internet

Điểm mạnh	Điểm yếu
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nguồn tài chính mạnh ▪ Đa dạng mặt hàng ▪ Thị trường rộng lớn ▪ Đông đội ngũ nhân lực 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bị động trong vấn đề về giá và sản lượng ▪ Giá cao hơn mặt bằng chung ▪ Vị trí nằm không tiện cho quá trình vận chuyển. ▪ Không có đầu ra ngay cho sản xuất

Với việc nắm rõ đối thủ cạnh tranh Nhật Anh Nguyễn trực tiếp trên địa bàn của mình, Nhật Anh Nguyễn đã và có những kế hoạch về giá cũng như chất lượng sản phẩm để trực tiếp cạnh tranh và tạo ra lợi thế của mình.

2.3.2. Yếu tố bên ngoài

Yếu tố kinh tế

Tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế

Theo tổng cục thống kê đăng ngày 29/03/2024 cho biết: Tổng sản phẩm trong nước (GDP) quý I/2024 ước tính tăng 5,66% so với cùng kỳ năm trước, cao hơn tốc độ tăng của quý I các năm 2020-2023. Trong đó, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 2,98%, đóng góp 6,09% vào mức tăng tổng giá trị tăng thêm của toàn nền kinh tế; khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 6,28%, đóng góp 41,68%; khu vực dịch vụ tăng 6,12%, đóng góp 52,23%.

Việc tốc độ tăng trưởng kinh tế đang ở mức tốt khiến cho nhu cầu về sản phẩm giành cho Nhật Anh Nguyễn càng cao. Bên cạnh đó, còn giúp cho Nhật Anh Nguyễn tiếp cận được nguồn vốn rõ ràng hơn. Từ đó mở ra nhiều cơ hội mở rộng thị trường, song song việc tăng trưởng kinh tế cũng khiến cho cạnh tranh gia tăng cùng với chi phí lao động và nguyên vật liệu tăng trực tiếp đối với Nhật Anh Nguyễn.

Lạm phát

Trước sức ép lớn của lạm phát và giá cả hàng hóa toàn cầu tăng cao, Việt Nam vẫn đạt được kết quả tích cực trong kiểm soát lạm phát năm 2023. Tính chung cả năm, lạm phát bình quân tăng 3,25% so với năm 2022, dưới ngưỡng mục tiêu mà Quốc hội đặt ra và là năm thứ 9 liên tiếp Việt Nam kiểm soát lạm phát thành công dưới ngưỡng 4%, góp phần đảm bảo ổn định kinh tế vĩ mô, đảm bảo các cân đối lớn của nền kinh tế. Nhờ đó, năm 2023, cả ba tổ chức xếp hạng tín nhiệm S&P, Moody's và Fitch Ratings tiếp tục đánh giá tích cực, xếp hạng tín nhiệm quốc gia của Việt Nam, trong đó Fitch Ratings đã nâng xếp hạng tín nhiệm quốc gia dài hạn của Việt Nam từ mức BB lên mức BB+ “Triển vọng ổn định”; S&P và Moody's giữ mức xếp hạng tín nhiệm quốc gia của Việt Nam. Trong quý I/2024, lạm phát tiếp tục được kiểm soát với mức tăng bình quân 3,77% so với bình quân cùng kì. Đây là những tín hiệu tích cực, tiếp tục củng cố niềm tin của các tổ chức trong và ngoài nước về triển vọng của nền kinh tế, việc thực thi các chính sách linh hoạt, sáng tạo, kịp thời và hiệu quả của Chính phủ trong việc ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát lạm phát, đảm bảo các cân đối lớn của nền kinh tế.

Yếu tố chính trị và pháp luật

Chính trị

Theo báo “quân đội nhân dân” ngày 17/05/2024 với tiêu đề “Ổn định chính trị - Vốn quý để phát triển đất nước”. Đối với đất nước ta, ổn định chính trị là tài sản vô giá. Điều này đã được minh chứng qua kết quả của gần 40 năm đổi mới, ổn định chính trị là nền tảng vững chắc để phát triển kinh tế đất nước, mang lại cuộc sống bình yên cho nhân dân. Trong đánh giá của quốc tế về các yếu tố tạo nên sức hấp dẫn của môi trường đầu tư tại Việt Nam thì ổn định chính trị luôn là yếu tố hàng đầu. Đặc biệt trong bài báo đã chỉ ra rõ : Trong những năm gần đây, tình hình thế giới có nhiều biến động với những

lò lửa chiến tranh, xung đột, căng thẳng địa chính trị giữa các nước trên thế giới, nhiều quốc gia bất ổn với những điểm nóng về sắc tộc, tôn giáo... gây e ngại cho nhà đầu tư thì Việt Nam có sức hút lớn nhờ luôn giữ được ổn định chính trị, ổn định kinh tế vĩ mô, có vị trí đắc địa trong giao thương và có chính sách ngoại giao đúng đắn, mở ra nhiều cơ hội hợp tác kinh tế. Theo số liệu của Cục Đầu tư nước ngoài (bộ kế hoạch và đầu tư), quý I-2024, có hơn 6,17 tỷ USD vốn đầu tư nước ngoài đăng ký vào Việt Nam, tăng 13,4% so với cùng kỳ năm 2023. Trong đó, vốn đăng ký mới đạt hơn 4,77 tỷ USD, tăng 57,9% so với cùng kỳ năm 2023. Vì thế, ổn định chính trị chính là một thành tựu quan trọng từ sự lãnh đạo của Đảng ta.

Nền ổn định chính trị của Việt Nam không chỉ mang lại môi trường hoạt động sản xuất kinh doanh tốt mà còn mang lại nhiều cơ hội cho các công ty được rót vốn và phát triển từ phía nhà nước và nước ngoài. Nhật Anh Nguyễn có thể thoải mái phát triển trong một nền chính trị tốt đẹp này.

Pháp luật

Luật pháp Việt Nam đối với doanh nghiệp rất chuẩn xác với những doanh nghiệp hoạt động trong khuôn khổ Việt Nam. Luật pháp Việt Nam thể hiện rất rõ ràng về quyền tự do kinh doanh của các doanh nghiệp như sau:

Các quy định của Luật thể hiện nguyên tắc tôn trọng và bảo đảm quyền tự do kinh doanh, quyền tự quyết trong quản lý của doanh nghiệp. Nhà nước thừa nhận quyền tự do kinh doanh, thành lập doanh nghiệp của mọi tổ chức, cá nhân thông qua việc áp dụng cơ chế đăng ký thành lập doanh nghiệp; khẳng định quyền tự do lựa chọn các ngành nghề kinh doanh; tự chủ trong việc tổ chức quản lý nội bộ doanh nghiệp.

Các quy định của Luật về cơ bản thể hiện sự bình đẳng về quyền và nghĩa vụ giữa các nhà đầu tư và giữa các doanh nghiệp. Các điều khoản về quyền và nghĩa vụ của doanh nghiệp được áp dụng chung cho các chủ thể, không phân biệt doanh nghiệp trong và ngoài nước. Các nhà đầu tư nước ngoài cũng như trong nước có quyền tự chủ lựa chọn loại hình doanh nghiệp để kinh doanh. Những khống chế về mức sở hữu (30%) đối với đầu tư nước ngoài được xóa bỏ.

Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài có quyền tự chủ cao hơn trong thực hiện kinh doanh, trong cơ cấu lại, mở rộng và đa dạng hoá ngành, nghề kinh doanh; doanh nghiệp đa dự án sẽ thay thế doanh nghiệp đơn dự án như hiện nay.

Các quyền cụ thể được quy định trong Luật doanh nghiệp (Điều 8) bao gồm:

- Tự chủ kinh doanh; chủ động lựa chọn ngành, nghề, địa bàn, hình thức kinh doanh, đầu tư; chủ động mở rộng quy mô và ngành, nghề kinh doanh; được

Nhà nước khuyến khích, ưu đãi và tạo điều kiện thuận lợi tham gia sản xuất, cung ứng sản phẩm, dịch vụ công ích;

- Quyền lựa chọn hình thức, phương thức huy động, phân bổ và sử dụng vốn;
- Chủ động tìm kiếm thị trường, khách hàng và ký kết hợp đồng;
- Kinh doanh xuất khẩu, nhập khẩu;
- Tuyển dụng, thuê và sử dụng lao động theo yêu cầu kinh doanh; chủ động ứng dụng khoa học công nghệ hiện đại để nâng cao hiệu quả kinh doanh và khả năng cạnh tranh;
- Tự chủ quyết định các công việc kinh doanh và quan hệ nội bộ; chiếm hữu, sử dụng, định đoạt tài sản của doanh nghiệp;
- Từ chối mọi yêu cầu cung cấp các nguồn lực không được pháp luật quy định;
- Khiếu nại, tố cáo theo quy định của pháp luật về khiếu nại, tố cáo; trực tiếp hoặc thông qua người đại diện theo uỷ quyền tham gia tố tụng theo quy định của pháp luật;
- Các quyền khác theo quy định của pháp luật.

Công ty cổ phần chất đốt Nhật Anh Nguyễn là một công ty trong nước được hoạt động dưới quyền pháp luật đảm bảo của nhà nước Việt Nam. Công ty hoàn toàn có thể phát triển và nhận được sự bao bọc của pháp luật về doanh nghiệp nhà nước Việt Nam với sự trong sạch và đem lại lợi ích cho đất nước cho xã hội Việt Nam.

Yếu tố công nghệ

Công nghệ bao gồm những máy móc thiết bị, những ứng dụng thông minh... là những yếu tố tham gia trực tiếp của quá trình sản xuất chính và tạo ra kết quả kinh doanh thắng lợi, vì thế việc hiện đại hoá máy móc thiết bị hay đổi mới công nghệ là hết sức quan trọng đối với mỗi doanh nghiệp. Một doanh nghiệp sản xuất công nghiệp muốn tồn tại và phát triển được cần phải xây dựng cho mình một kế hoạch đổi mới công nghệ. Tiến bộ khoa học công nghệ, đổi mới công nghệ sẽ cho phép nâng cao chất lượng sản phẩm tạo ra nhiều sản phẩm mới, đa dạng hoá sản phẩm, tăng sản lượng, tăng năng suất lao động, sử dụng hợp lý tiết kiệm nguyên vật liệu... Nhờ vậy sẽ tăng khả năng cạnh tranh, mở rộng thị trường, thúc đẩy tăng trưởng nhanh và nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. Tiến bộ khoa học công nghệ, đổi mới công nghệ thực sự là hướng đi đúng đắn của một doanh nghiệp công nghiệp giàu tiềm năng. Việt Nam đang trên đà phát triển kinh tế và với chính sách hỗ trợ từ nhà nước, việc tiếp nhận và học hỏi những công nghệ từ trong và ngoài nước luôn luôn nóng và được quan tâm. Nhật Anh Nguyễn tích cực tham gia quá trình đổi mới công nghệ và học hỏi công nghệ từ trong cũng như và ngoài nước để hướng đến được kết quả kinh doanh như mong đợi.

2.4. Ma trận SWOT của Nhật Anh Nguyễn

Trong quá trình phân tích kết quả kinh doanh thực tế số liệu của công ty Nhật Anh Nguyễn trong giai đoạn từ năm 2021 đến năm 2023 cùng các nhân tố trong và ngoài của công ty, Nhật Anh Nguyễn có thể hiện rõ ra điểm mạnh cũng như yếu của mình bên cạnh đó là những cơ hội và thách thức để rồi công ty có thể đưa ra các chiến lược nâng cao kết quả kinh doanh rõ ràng thông qua ma trận SWOT dưới đây:

Ma trận SWOT của Nhật Anh Nguyễn

Điểm mạnh(S)	Điểm yếu (W)
<ul style="list-style-type: none">- Ngành nghề được quan tâm.- Sản phẩm đa dạng.- Chất lượng sản phẩm tốt.- Giá cả tốt.- Địa điểm đắc địa.- Dịch vụ tốt.- Đầy đủ chính chỉ về sản xuất.- Thương hiệu uy tín trung khu vực.	<ul style="list-style-type: none">- Nhiều đối thủ cạnh tranh.- Hoạt động marketing chưa thực sự tốt.- Thị trường hoạt động chưa rộng.- Kết quả kinh doanh chưa tốt.- Tài chính còn ít.- Đội ngũ nhân lực lao động nhỏ và thiếu kinh nghiệm.- Thiếu kinh nghiệm về công nghệ.
Cơ hội(O)	Thách thức(T)
<ul style="list-style-type: none">- Việt Nam có nền chính trị, pháp luật ổn định.- Nền kinh tế Việt Nam ngày càng phát triển.- Đa dạng nguồn đầu tư từ bên ngoài- Lâm phát Việt Nam đang ở mức cân bằng.- Nhu cầu về chất đốt công nghiệp sinh khối ngày càng cao.	<ul style="list-style-type: none">- Cạnh tranh đa dạng về giá, chất lượng.- Nguồn lao động bị chia sẻ nhiều.- Công nghệ ngày càng phát triển.- Doanh nghiệp nước ngoài du nhập ngày càng nhiều.

Qua phân tích SWOT ở trên, công ty có nhiều điểm mạnh như là ngành nghề được quan tâm, sản phẩm đa dạng và chất lượng tốt, địa điểm đắc địa, và thương hiệu uy tín trong khu vực. Tuy nhiên, công ty đang đối mặt với nhiều thách thức như cạnh tranh gay gắt, hoạt động marketing chưa hiệu quả, và thiếu kinh nghiệm về công nghệ và nhân lực. Cơ hội nằm ở sự ổn định chính trị, phát triển kinh tế của Việt Nam, và nhu cầu tăng về chất đốt công nghiệp sinh khối. Tuy nhiên, công ty cũng cần đối mặt với sự

phát triển nhanh chóng của công nghệ và sự cạnh tranh ngày càng gay gắt từ các doanh nghiệp nước ngoài.

2.5. Nhận xét chung về kết quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Nhật Anh Nguyễn trong giai đoạn 2021 – 2023

Sau khi phân tích kết quả kinh doanh thông qua kết quả hoạt động kinh doanh của công ty cổ phần chất đốt công nghiệp Nhật Anh Nguyễn qua các báo cáo tài chính, số liệu hoạt động kinh doanh và các chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lợi,... đã cho thấy tình hình hoạt động kinh doanh của công ty dưới một góc độ tổng quan để dẫn đến kết quả kinh doanh thực tế như sau:

Ưu điểm

Cơ cấu quản lý hành chính: Gọn nhẹ, hợp lý. Các phòng ban được quy định các chức năng, nhiệm vụ cụ thể, không bị chồng chéo chức năng giữa các phòng ban. Nhật Anh Nguyễn xác định được mục tiêu phát triển cùng với sứ mệnh, tầm nhìn chắc chắn để phát triển công ty trong tương lai.

Sản phẩm: Công ty Nhật Anh Nguyễn cung cấp các sản phẩm chất đốt công nghiệp với chất lượng cao, đa dạng và đảm bảo hiệu suất và độ an toàn từ đó tăng sự hài lòng với khách hàng, giúp duy trì và mở rộng thị phần.

Cơ sở hạ tầng và công nghệ: Với thời gian ngắn ngủi xuất hiện trên thị trường ngành công nghiệp chất đốt nhưng Nhật Anh Nguyễn rất chú trọng về cơ sở hạ tầng của mình và bên cạnh đó rất chú trọng và phát triển công nghệ để hướng tới định hướng dài hạn và phát triển bền vững.

Quan hệ với khách hàng: Nhật Anh Nguyễn duy trì và phát triển mối quan hệ rất tốt với khách hàng thông qua dịch vụ và các chính sách hậu đãi với khách hàng và có một lượng lớn khách hàng trung thành và ngày càng tăng trưởng doanh thu đi lên.

Vị trí địa lý: Với vị trí tại kho bãi và công ty, Nhật Anh Nguyễn đang và rất làm tốt trong chi phí về vận chuyển của mình đối với phạm vi hoạt động của công ty.

Nhược điểm

Chi phí sản xuất và kho bãi cao: Chi phí nguyên liệu, sản xuất và kho bãi của Nhật Anh Nguyễn cao ảnh hưởng trực tiếp đến doanh thu và lợi nhuận của mình thể hiện rất rõ qua thực trạng hoạt động của công ty.

Thị trường cạnh tranh cao: Ngành chất đốt công nghiệp có rất nhiều sự cạnh tranh cả trong và ngoài nước đặc biệt là trong khu vực địa lí nơi Nhật Anh Nguyễn cũng có rất nhiều đối thủ mạnh mẽ tồn tại. Điều này ảnh hưởng trực tiếp làm cho thị phần của Nhật Anh Nguyễn co hẹp và không tốt.

Hoạt động marketing chưa tốt: Hoạt động marketing của Nhật Anh Nguyễn còn yếu, chưa phát triển. Việc giới thiệu thương hiệu và sản phẩm của Nhật Anh Nguyễn vẫn chưa được rộng rãi trong lĩnh vực của ngành công nghiệp chất đốt khiến cho sản phẩm chưa được tiêu thụ cao và đem lại doanh thu và lợi nhuận tốt.

Chất lượng nhân lực không được cao: Với đầu vào chất lượng cùng với đội ngũ nhân lực trực tiếp tham gia sản xuất còn thiếu kỹ năng bên cạnh đó Nhật Anh Nguyễn còn ít những chương trình đào tạo nâng cao chuyên môn cho nhân lực dẫn đến tình trạng sản xuất cũng như các kế hoạch triển khai hoạt động kinh doanh mang lại hiệu quả không cao ảnh hưởng đến kết quả hoạt động của công ty.

Nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới còn hạn chế: Việc Nhật Anh Nguyễn chưa có phòng ban, đội ngũ nhóm riêng về nghiên cứu sản và phát triển sản phẩm mới khiến cho công ty khó khăn trong việc đổi mới sản phẩm và theo kịp được xu hướng thị trường, ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh lâu dài.

Tài chính công ty kém: Nhật Anh Nguyễn còn thiếu nhiều đối tác về đầu tư và tài chính, việc công ty không mở rộng tìm kiếm đối tác về tài chính cũng là bước tiến chậm hơn về nguồn lực tài chính với nhiều đối thủ khi không có đủ năng lực tài chính để đề ra những chiến lược lớn và dài hạn.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 2

Dựa trên thực trạng về phân tích kết quả kinh doanh và các yếu tố ảnh hưởng đến công ty cổ phần chất đốt công nghiệp Nhật Anh Nguyễn kết hợp với chiến lược ma trận được đưa ra từ ma trận đã cho chúng ta thấy cái nhìn tổng quan và cụ thể nhất về kết quả kinh doanh của công ty cổ phần Nhật Anh Nguyễn.

Phân tích thực trạng về kết quả kinh doanh của của công ty cổ phần Nhật Anh Nguyễn sẽ là tiền đề cho việc đưa ra các giải pháp nâng cao kết quả kinh doanh của công ty cổ phần chất đốt công nghiệp Nhật Anh Nguyễn ở chương 3.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN CHẤT ĐÓT CÔNG NGHIỆP NHẬT ANH NGUYỄN

3.1. Mục tiêu phát triển kết quả kinh doanh từ năm 2024 đến 2026 của công ty cổ phần chất đốt công nghiệp Nhật Anh Nguyễn

Trong quá trình phân tích kết quả kinh doanh thực tế số liệu của công ty Nhật Anh Nguyễn trong giai đoạn từ năm 2021 đến năm 2023 cùng các yếu tố trong và ngoài của công ty, Nhật Anh Nguyễn có thể hiện rõ ra điểm mạnh cũng như yếu của mình bên cạnh đó là những cơ hội và thách thức để rồi công ty có thể đưa ra các chiến lược nâng cao kết quả kinh doanh. Để làm tốt kết quả doanh thu và tăng trưởng lợi nhuận trong các năm tiếp theo từ năm 2024 đến năm 2026 Nhật Anh Nguyễn phải đề ra những mục tiêu. Dưới đây em xin đề xuất các mục tiêu giúp Nhật Anh Nguyễn nâng cao kết quả kinh doanh trong các năm tới:

Mục tiêu chung:

Tiếp tục giữ vững, duy trì và không ngừng mở rộng thị phần tại các tỉnh thành hiện tại, mở rộng và đẩy mạnh kinh doanh đến các thị trường mới, nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Phát triển thương hiệu trở thành một thương hiệu uy tín, được biết đến rộng rãi không chỉ ở Hưng Yên và các tỉnh lân cận mà còn trên toàn khu vực miền Bắc, rộng hơn là phạm vi toàn quốc.

Mục tiêu cụ thể:

Mục Tiêu Doanh Thu:

- Năm 2024: Tăng doanh thu lên 10% so với năm 2023.
- Năm 2025: Tăng doanh thu lên 20% so với năm 2024.
- Năm 2026: Tăng doanh thu lên 30% so với năm 2025.

Mục Tiêu Lợi Nhuận:

- Năm 2024: Đạt lợi nhuận bằng 25% doanh thu.
- Năm 2025: Đạt lợi nhuận bằng 27% doanh thu.
- Năm 2026: Đạt lợi nhuận bằng 28% doanh thu.

3.2. Giải pháp nâng cao kết quả hoạt động kinh doanh của công ty cổ phần chất đốt công nghiệp Nhật Anh Nguyễn

Giải pháp 1. Đề xuất kế hoạch tăng doanh thu của Nhật Anh Nguyễn trong 3 năm tiếp theo từ 2024 đến 2026 để tạo ra giá trị lợi nhuận.

Lý do thực hiện giải pháp:

Qua phân tích kết quả hoạt động kinh doanh có thể thấy rõ về kết quả kinh doanh thực tế của Nhật Anh Nguyễn không được tốt. Vậy nên việc lên kế hoạch cụ thể cho Nhật Anh Nguyễn trong vòng ba năm tiếp theo là cột mốc quan trọng đối với Nhật Anh Nguyễn.

Mục tiêu của giải pháp:

- Doanh thu hiện tại năm 2023 (theo báo cáo tài chính) là: 9.302.126.160 VNĐ
- Lợi nhuận hiện tại năm 2023 (theo báo cáo tài chính) là: 1.974.300.426 VNĐ (21,23 % doanh thu 2023)
- Mục tiêu tăng trưởng của doanh thu và lợi nhuận từ năm 2024 đến năm 2026 là:

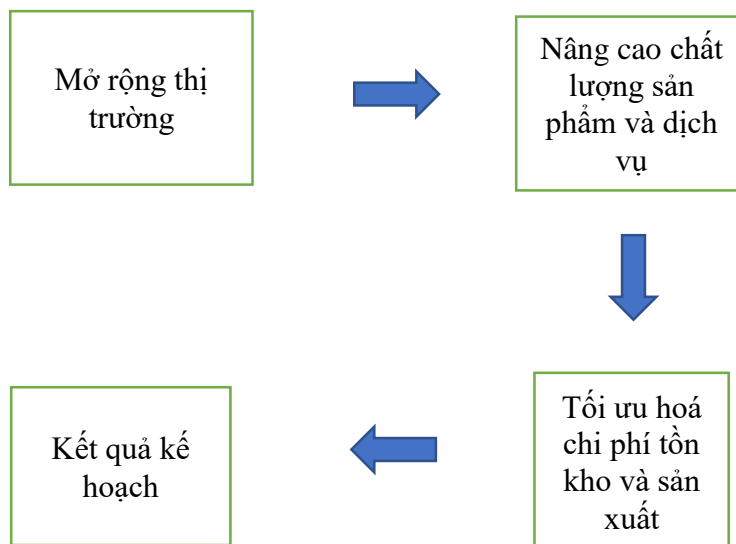
Bảng 3. 1: Mục tiêu tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận theo dự kiến của của Nhật Anh Nguyễn

Năm	Doanh thu (VNĐ)	Tăng trưởng (%)	Lợi nhuận (VNĐ)	Tỷ suất lợi nhuận (%)
2024	10.232.338.776	10	2.556.717.306	25
2025	11.255.572.654	10	3.152.560.343	28
2026	13.022.976.624	15.7	4.558.041.819	35

Nguồn: Tự tổng hợp và tính toán

Nội dung thực hiện giải pháp:

Sơ đồ thực hiện kế hoạch giải pháp tăng doanh thu và lợi nhuận cho công ty Nhật Anh Nguyễn



Bước 1. Mở rộng thị trường và khách hàng

Lý do thực hiện:

Nhật Anh Nguyễn đang có thị trường hoạt động chủ yếu ở các tỉnh thành miền Bắc nhưng bên cạnh đó việc các tỉnh thành này vẫn còn có sự tách rời về khoảng cách địa lý và đặc biệt hơn là sự cạnh tranh khốc liệt ở các tỉnh thành lớn. Việc có mạng lưới thị trường không hoàn thiện khiến Nhật Anh Nguyễn không thể đẩy nhanh quá trình bán hàng và tiêu thụ. Bên cạnh đó việc mở rộng khách hàng của Nhật Anh Nguyễn chưa được tổ do đội ngũ bán hàng và tìm kiếm khách hàng của Nhật Anh Nguyễn thiếu số lượng và chất lượng đội ngũ.

Nội dung thực hiện:

- Thành lập riêng phòng ban tìm hiểu, khảo sát thị trường để có nhiệm vụ và chuyên môn cao về thị trường cũng như việc mở rộng.
- Liên tục tuyên truyền, tìm kiếm những đối tác tại các thị trường chưa có mặt như: các kho bãi, các đại lý cũng như những công ty chuyên gia về vận chuyển... để hợp tác và tham gia vào thị trường.

Đề xuất danh sách các đối tác về vận chuyển uy tín tại Hưng Yên:

Tên công ty	Địa chỉ
Vận Tải Liên Minh - Công Ty TNHH Dịch Vụ Vận Tải Liên Minh	KCN Phố Nối A, TT. Văn Giang, H. Văn Giang, Hưng Yên, Việt Nam
Vận Tải Khanh Loan - Công Ty TNHH Thương Mại Và Vận Tải Khanh Loan	Thôn Phần Dương, Xã Đào Dương, Huyện Ân Thi, Hưng Yên, Việt Nam
Logistics Bảo An Quân - Công Ty TNHH Bảo An Quân	Thôn Ngọc, Xã Lạc Đạo, Huyện Văn Lâm, Hưng Yên, Việt Nam
Vận Chuyển Hàng Hóa ánh Dương - Công Ty TNHH Vận tải và XNK ánh Dương	Thôn Thụy Trang, X. Trung Hưng, H. Yên Mỹ, Hưng Yên

- Tìm kiếm các nguồn cơ nguyên vật liệu đầu vào như các vườn cây chông, cây ăn quả... để có nguyên vật liệu đầu vào đa dạng và phù hợp nhất phục vụ cho thị trường đang mở rộng.
- Liên tục nghiên cứu về đối thủ của mình trên từng địa bàn cụ thể để có những chính sách cạnh tranh và mở rộng một cách tốt nhất.

- Lên chiến dịch rõ ràng về việc mở rộng thị trường và ưu tiên một số điều kiện như sau:
 - Mở rộng thị trường theo khoảng cách địa lý: Giúp cho Nhật Anh Nguyễn tối ưu hoá được nguồn nhân lực, thời gian, khoảng cách di chuyển và vận chuyển.
 - Lựa chọn thị trường mở rộng phù hợp với nguồn lực và tài chính của công ty.
 - Xác định rõ ràng mục tiêu của thị trường cũng như khách hàng mục tiêu.
 - Tuyển, đào tạo và thuê chuyên gia trong lĩnh vực mở rộng khách hàng.

Kết quả đạt được của bước 1:

- Tăng thị phần: Mở rộng thị trường giúp cho Nhật Anh Nguyễn tiếp cận nhiều khách hàng hơn, tăng thị phần và doanh số.
- Mở rộng khả năng bán hàng: Không chỉ bán thêm, Nhật Anh Nguyễn còn có thể bán rộng hơn, đa dạng hơn trên nhiều thị trường.
- Có nhiều đối tác đáng tin cậy hơn: Việc mở rộng thị trường có thể giúp Nhật Anh Nguyễn có được nhiều cơ hội tiếp xúc với nhiều đối tác lớn củng cố cho kết quả kinh doanh và hướng đi tương lai.
- Tuyển dụng nhân tài: Mở rộng thị trường đồng nghĩa với việc công ty có cơ hội tiếp cận nguồn nhân lực giỏi hơn, đa dạng hơn.
- Giảm chi phí: Mở rộng thị trường có thể giúp Nhật Anh Nguyễn giảm chi phí sản xuất, tìm nguồn cung ứng tốt hơn.
- Mua bán và sáp nhập: Mở rộng thị trường có thể tạo cơ hội cho các hoạt động mua bán, sáp nhập để Nhật Anh Nguyễn phát triển mạnh mẽ hơn.
- Tiến gần hơn với khách hàng: Mở rộng thị trường cho Nhật Anh Nguyễn cơ hội đặt nhân sự gần khách hàng hơn, hỗ trợ tốt hơn về sản phẩm và dịch vụ.
- Có đội ngũ nhân sự, cố vấn về việc mở rộng khách hàng.

Bước 2. Nâng cao chất lượng và dịch vụ

Lý do thực hiện:

*Tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường của Nhật Anh Nguyễn:

- Thị trường chất đốt công nghiệp có sự cạnh tranh mạnh mẽ. Việc nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ sẽ giúp công ty duy trì và tăng cường lợi thế cạnh tranh.

*Đáp ứng nhu cầu khách hàng:

- Khách hàng ngày càng đòi hỏi cao hơn về chất lượng sản phẩm và dịch vụ. Đáp ứng và vượt qua mong đợi của khách hàng sẽ giúp tăng sự hài lòng và lòng trung thành.

*Tăng doanh thu và lợi nhuận:

- Sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao thường cho phép công ty định giá cao hơn và giảm chi phí liên quan đến lỗi sản phẩm và dịch vụ kém chất lượng. Điều này trực tiếp ảnh hưởng đến doanh thu và lợi nhuận.

***Uy tín thương hiệu:**

- Chất lượng tốt giúp xây dựng uy tín và danh tiếng thương hiệu. Điều này không chỉ thu hút khách hàng mới mà còn giữ chân khách hàng hiện tại.

Nội Dung Thực Hiện Nâng Cao Chất Lượng Sản Phẩm và Dịch Vụ :

*** Đầu tư vào Nghiên cứu và Phát triển (R&D):**

- Phát triển sản phẩm mới và cải tiến sản phẩm hiện tại.

- Ứng dụng công nghệ mới vào quy trình sản xuất để tăng hiệu suất và chất lượng. *
Đào tạo và phát triển nhân viên

- Tổ chức các chương trình đào tạo liên tục cho nhân viên để nâng cao kỹ năng và kiến thức về sản phẩm và dịch vụ.

- Tạo môi trường làm việc khuyến khích sáng tạo và đổi mới. 3. ***Cải thiện dịch vụ khách hàng:**

- Thiết lập hệ thống phản hồi khách hàng để nắm bắt và giải quyết kịp thời các vấn đề.

- Nâng cao dịch vụ hậu mãi và hỗ trợ kỹ thuật để tăng cường sự hài lòng của khách hàng.

Quản lý chất lượng:

-Áp dụng các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế như ISO. - Thiết lập quy trình kiểm tra và giám sát chất lượng chặt chẽ từ nguyên liệu đầu vào đến sản phẩm cuối cùng.

Kết quả đạt được

- Tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận và có một kết quả kinh doanh tốt.
 - Công ty Nhật Anh Nguyễn sẽ được công nhận là nhà cung cấp chất đốt công nghiệp chất lượng cao, tăng cường uy tín và lòng trung thành của khách hàng.
- Giảm chi phí lỗi và cải thiện hiệu quả sản xuất:

Giảm chi phí liên quan đến sản phẩm lỗi và cải thiện hiệu quả sản xuất, giúp tối ưu hóa chi phí và tăng cường hiệu suất.

- Tăng cường sự hài lòng và trung thành của khách hàng:

- Khách hàng sẽ hài lòng hơn với sản phẩm và dịch vụ, dẫn đến sự trung thành cao hơn và tạo ra nhiều khách hàng trung thành.

Bước 3. Tối ưu hoá chi phí tồn kho và sản xuất

Lý do thực hiện:

Nhật Anh Nguyễn luôn có một lượng tồn trữ, lưu kho nhất định để cho quá trình kinh doanh thông suốt, liên tục. Qua phân tích báo cáo ở trên cho thấy số lượng hàng tồn kho của Nhật Anh Nguyễn qua các năm ngày lớn làm ảnh hưởng đến quá trình sử dụng vốn và sử dụng tài sản kém đi. Bên cạnh đó việc lưu kho số lượng của công ty còn mất thêm rất nhiều chi phí như: lưu bãi, nhân lực, bảo quản than, củi... Bên cạnh đó tình trạng này cứ kéo dài không những ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh mà còn giảm chất lượng của sản phẩm theo thời gian, thậm chí mất đi sản phẩm. Đặc biệt nữa đó đây truyền sản xuất của Nhật Anh Nguyễn quá nhiều các bước trong quy trình sản xuất chưa đạt được hiệu quả cao nhất do chưa đổi mới công nghệ và cập nhật công nghệ mới cũng như tối ưu hoá quy quản lý chuỗi cung ứng.

Nội dung thực hiện:

Về hiện tại:

- Nhật Anh Nguyễn nên tập chung đề ra những biện pháp như: lấy số hàng tồn kho làm chương trình khuyến mại tặng khách hàng, bán chiết khấu phần trăm làm kích thích doanh thu và thu hút những khách hàng mới.
- Nhật Anh Nguyễn có thể nghĩ phương án tái chế sản phẩm thành các sản phẩm khác có công dụng.
- Ký gửi, thuê kho bãi, liên kết với kho bãi của một bên thứ 3 khác nhằm giảm tải chi phí.
- Đầu tư trang thiết bị các loại máy

Về tương lai:

- Công ty Nhật Anh Nguyễn cần đưa ra những chiến lược rõ ràng để tránh tình trạng hàng tồn kho quá lớn: lập kế hoạch kinh doanh những mặt hàng có lượng tồn kho lớn, lên kế hoạch sản phẩm chi tiết cho từng sản phẩm tránh tình trạng sản xuất quá nhiều ...
- Kiểm tra số lượng, chất lượng sản phẩm tồn kho, lượng tồn kho theo từng tuần, tháng, quý một cách đều đặn
- Thường xuyên theo dõi thói quen, biến động của thị trường và đối tác để điều chỉnh lượng sản xuất và tồn kho một cách hợp lý.
- Lên kế hoạch những phương án, tìm hiểu những kho thứ ba có khoảng cách địa lý gần để sẵn sàng xử lý tình huống tràn đầy kho.

Kết quả đạt được:

Giải quyết được vấn đề khó khăn hiện tại là hàng tồn kho và có kế hoạch chi tiết để giải quyết tình huống trong tương lai, tránh sự hư hỏng, mất mát của sản phẩm bên

cạnh đó còn đạt được nhiều lợi ích như tìm được sự liên kết với các đối tác về kho bãi, tối ưu hoá chi phí và đặc biệt là tìm ra các khách hàng mới tiềm năng vào tạo được doanh thu nhanh thông qua các chương trình khuyến mại.

- Giảm chi phí: Nghe có vẻ lạ, nhưng mở rộng thị trường có thể giúp Nhật Anh Nguyễn giảm chi phí sản xuất, tìm nguồn cung ứng tốt hơn.
- Mua bán và sáp nhập: Mở rộng thị trường có thể tạo cơ hội cho các hoạt động mua bán, sáp nhập để Nhật Anh Nguyễn phát triển mạnh mẽ hơn.
- Tiến gần hơn với khách hàng: Mở rộng thị trường cho Nhật Anh Nguyễn cơ hội đặt nhân sự gần khách hàng hơn, hỗ trợ tốt hơn về sản phẩm và dịch vụ.

Bước 4. Kết quả dự kiến kế hoạch

Chi phí thực hiện kế hoạch

Bảng 3. 2: Dự đoán chi phí thực hiện kế hoạch

Năm	Mở rộng thị trường và khách hàng (VNĐ)	Nâng cao chất lượng và dịch vụ VNĐ	Tối ưu hoá quy trình sản xuất và kho (VNĐ)	Tổng chi phí (VNĐ)
2024	3.122.489.254	2.266.465.189	2.286.667.027	7.675.621.470
2025	3.145.687.122	2.365.357.645	2.591.967.544	8.103.012.311
2026	3.276.378.299	2.745.375.615	2.443.180.891	8.464.934.805

Tổng kết quả và lợi nhuận của kế hoạch

Bảng 3. 3: Dự đoán kết quả kế hoạch cụ thể của Nhật Anh Nguyễn từ 2024-2026

Năm	Doanh thu	Tăng trưởng	Chi phí	Lợi nhuận	Tỷ lệ lợi nhuận tăng trưởng
2024	10,232,338,776	10%	7.675.621.470	2.556.717.306	25 %
2025	11.255.572.654	10 %	8.103.012.311	3.152.560.343	28 %
2026	13.022.976.624	15.7 %	8.464.934.805	4.558.041.819	35 %

Kết luận về giải pháp:

Thông qua các bước nhằm thực hiện giải pháp về doanh thu sẽ đạt được mục tiêu đề ra là tăng trưởng doanh thu trên 30% đến năm 2026 và lợi nhuận đạt 35 %.

Biện pháp lên kế hoạch kinh doanh cho Nhật Anh Nguyễn từ năm 2024 đến năm 2026 này là biện pháp tốt có thể giúp Nhật Anh Nguyễn không chỉ tăng doanh thu và lợi nhuận mà còn đem lại rất nhiều nền tảng tốt như: Mạng lưới thị trường, quy trình sản xuất... phục vụ cho tương lai dài hạn của Nhật Anh Nguyễn.

Giải pháp 2. Nâng cao chất lượng nhân lực cho Nhật Anh Nguyễn

Lý do thực hiện biện pháp:

Tất cả về số liệu, các yếu tố, ma trận Swot được phân tích và tìm hiểu ở trên đều chỉ ra Nhật Anh Nguyễn đang sở hữu bộ máy nhân lực thực sự chưa được tốt. Việc phát triển có kết quả kinh tế tốt trong tương lai với ngành nghề sản xuất chất đốt công nghiệp buộc Nhật Anh Nguyễn phải củng cố về nguồn nhân lực.

Nội dung thực hiện:

Xây dựng chặt chẽ về quy trình tuyển dụng gồm:

- Yêu cầu và nguồn tuyển dụng :

Phân tích rõ công việc để xác định nhu cầu tuyển dụng của Nhật Anh Nguyễn về số lượng, chất lượng, cũng như khả năng đáp ứng nhu cầu công việc của nhân sự.

Dưới đây là đề xuất về bảng yêu cầu cơ bản bắt buộc về vị trí tuyển dụng của một số các vị trí đặc biệt tuyển dụng nhân sự của Nhật Anh Nguyễn để tạo ra giá trị công việc và khả năng phát triển tương lai.

Bảng 3. 4: Yêu cầu cơ bản của các vị trí đặc biệt tại Nhật Anh Nguyễn

Vị trí	Yêu cầu
Nhân viên văn phòng	Cần có bằng tốt nghiệp đại học, cao đẳng, có các kỹ năng cơ bản về sử dụng máy tính, có sức khỏe ổn định không mắc những bệnh xã hội, hiểm nghèo.
Kỹ sư sửa chữa và bảo dưỡng máy móc	Bắt buộc phải có bằng kỹ sư, có kinh nghiệm trong nghề, có sức khỏe ổn định không mắc những bệnh xã hội, hiểm nghèo.

Nhân viên tham gia sản xuất	Có sức khỏe ổn định không mắc những bệnh xã hội, hiểm nghèo, trên 18 tuổi và giao tiếp bình thường. Chăm chỉ, cẩn thận và tỉ mỉ trong quá trình làm việc.
-----------------------------	---

Nguồn tuyển dụng:

Đối với Nhật Anh Nguyễn việc tuyển dụng được nguồn chất lượng cao và phù hợp yêu cầu nên chọn những kênh tuyển dụng có trả phí để đạt được yêu cầu một cách nhanh gọn, tiết kiệm thời gian và phù hợp nhất như :

Tuyển dụng qua web tuyển dụng:

- Vn.indeed.com: Trang tìm kiếm việc làm và đăng tin tuyển dụng số 1 trên thế giới với hơn 3 triệu nhà tuyển dụng, hiện đã có tên miền tại Việt Nam.
- Vietnamwork: Trang tin việc làm được đánh giá và xếp hạng hàng đầu tại Việt Nam trong năm 2020.
- Timviecnhanh: Website tuyển dụng có sự bứt phá ngoạn mục lên top đầu các trang tuyển dụng năm 2020.
- TopCV: Thuộc top 5 website tuyển dụng phổ biến tại Việt Nam.

Tuyển dụng thông qua các trường đại học: Nhật Anh Nguyễn nên hợp tác với các trường đại học, tiêu biểu như trường Đại Học Đại Nam với ngôi trường chất lượng cơ sở vật chất vô cùng tốt cùng với đầu ra của sinh viên với đa dạng ngành nghề phù hợp. Để có thể tuyển dụng Nhật Anh Nguyễn cần có những chương trình như tài trợ, đồng tài trợ tổ chức các cuộc thi, chương trình nghiên cứu, hội thảo hướng nghiệp, thực tập... sẽ là cơ hội tốt để công ty tiếp cận các ứng viên tiềm năng.

Tuyển dụng thông qua mối quan hệ quen biết: Tuyển dụng dựa vào các mối quan hệ xung quanh là kênh tuyển dụng vừa nhanh vừa hiệu quả. Bộ phận tuyển dụng hoặc các lãnh đạo cấp cao của Nhật Anh Nguyễn có thể nhờ đồng nghiệp, bạn bè giới thiệu các ứng viên tài năng.

Đào tạo, duy trì và phát triển nhân lực

- Thường xuyên tổ chức những buổi đào tạo mang tính chất chuyên môn của các bộ phận hướng tới khả năng phát triển và sáng tạo.
- Nhật Anh Nguyễn cần mời các chuyên gia trong lĩnh vực sản xuất chất đốt công nghiệp tham gia chỉ dẫn và đào tạo.
- Nhật Anh Nguyễn bắt buộc phải đưa ra chính sách lương thưởng hợp lý như:

- Tiến hành trả lương thỏa đáng cho người lao động tương xứng với công sức họ bỏ ra với công ty.
- Tiến hành thưởng cho nhân viên vào những dịp lễ tết, những ngày kỉ niệm công ty, sinh nhật của mỗi thành viên.
- Với đa số nhân lực lao động của Nhật Anh Nguyễn là từ các vùng xa về khoảng cách địa lí, vì vậy nên cần có những chính sách hỗ trợ về chi phí về quê và thành lập những quỹ công ty về người lao động như quỹ thăm hỏi ma chay, đám cưới...
- Có chính sách thăng tiến về lương cũng như chức vụ cho từng bộ phận.
- Đảm bảo người lao động được tham gia đóng bảo hiểm xã hội theo luật lao động.

Kết quả:

- Đầu vào nhân lực của Nhật Anh Nguyễn sẽ đạt hiệu quả tốt và chắc chắn làm tiền đề cho cơ sở đào tạo phát triển sau này
- Xây dựng được đội ngũ nhân lực có trình độ chuyên môn cao và nhiệt huyết
- Giúp công ty nâng cao kết quả kinh doanh và tăng tính cạnh tranh với đối thủ.

Giải pháp 3. Chiến lược tăng độ nhận diện thương hiệu toàn diện trên thị trường của Nhật Anh Nguyễn.

Lý do thực hiện giải pháp:

Độ phủ sóng của thương hiệu Nhật Anh Nguyễn chưa được rộng rãi trên thị trường và chưa đem lại kết quả kinh doanh cao.

Nội dung thực hiện:

- Một chiến lược thương hiệu mạnh mẽ giúp công ty Nhật Anh Nguyễn tạo dựng một hình ảnh nhất quán và đáng tin cậy trong tâm trí khách hàng, từ đó tăng cường nhận diện và lòng trung thành của khách hàng.
- Nội dung thực hiện:
- Định vị thương hiệu: Xác định thực tế vị trí thương hiệu trên thị trường, xác định rõ sứ mệnh, giá trị cốt lõi và thông điệp chủ đạo của thương hiệu. –
- Phát triển, nâng cấp bộ nhận diện thương hiệu: Thiết kế logo, slogan, màu sắc, và các yếu tố nhận diện khác để tạo ra một hình ảnh thống nhất và dễ nhận biết.
- Tăng Cường Hiện Diện Trực Tuyến: Xây dựng và tối ưu hóa trang web: Thiết kế trang web thân thiện với người dùng, tối ưu hóa SEO để cải thiện thứ hạng trên các công cụ tìm kiếm.
- Phát triển chiến lược nội dung: Tạo ra nội dung chất lượng cao (bài viết, video, hình ảnh) để thu hút và giữ chân khách hàng.

- Sử dụng mạng xã hội: Tích cực hoạt động trên các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Instagram, tiktok... để tương tác với khách hàng và quảng bá thương hiệu. Tiếp Thị Trực Tuyến và Quảng Cáo Số.
- Quảng cáo Google Ads và Facebook Ads: Sử dụng quảng cáo trả tiền trên Google và Facebook để tăng cường sự hiện diện của thương hiệu và thu hút khách hàng tiềm năng.
- Tiếp thị qua email: Xây dựng danh sách email khách hàng và thực hiện các chiến dịch tiếp thị qua email để giữ liên lạc và quảng bá sản phẩm/dịch vụ mới.
- Tối ưu hóa tiếp thị nội dung: Sử dụng blog, video, và các loại nội dung khác để thu hút khách hàng và xây dựng uy tín thương hiệu.
- Thông cáo báo chí: Phát hành các thông cáo báo chí về các sự kiện, sản phẩm mới, hoặc các hoạt động quan trọng của công ty để thu hút sự chú ý của truyền thông.
- Tổ chức sự kiện: Tổ chức các sự kiện như hội thảo, triển lãm, và các hoạt động cộng đồng để tăng cường sự hiện diện và tương tác với khách hàng.
- Chương trình khách hàng thân thiết: Phát triển các chương trình khách hàng thân thiết để khuyến khích khách hàng quay lại và mua sắm thường xuyên.
- Lắng nghe và phản hồi khách hàng: Sử dụng khảo sát và hệ thống phản hồi để lắng nghe ý kiến của khách hàng và cải thiện sản phẩm/dịch vụ.
- Tài trợ và hợp tác thương hiệu, tài trợ sự kiện: Tài trợ cho các sự kiện thể thao, văn hóa, và xã hội để tăng cường sự hiện diện của thương hiệu.
- Hợp tác với các thương hiệu uy tín: Thiết lập quan hệ đối tác với các thương hiệu uy tín để tận dụng sự tín nhiệm và mạng lưới khách hàng của họ.

Kết quả:

Kết quả việc tăng cường nhận diện thương hiệu trên thị trường thông qua chiến lược và hành động cụ thể không chỉ giúp tăng doanh thu mà còn xây dựng uy tín và lòng trung thành của khách hàng của Nhật Anh Nguyễn. Một thương hiệu mạnh mẽ và được nhận diện tốt trên thị trường sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững và thúc đẩy tăng trưởng doanh thu dài hạn và đem lại kết quả kinh doanh tốt cho công ty.

Giải pháp 4. Nâng cao trách nhiệm về môi trường và xã hội cho Nhật Anh Nguyễn

Lý do thực hiện: Vấn đề về môi trường và xã hội là trách nhiệm và nghĩa vụ của Nhật Anh Nguyễn.

Môi trường

Nội dung giải pháp:

- Giảm thiểu phát thải khí nhà kính:

Áp dụng công nghệ sạch: Sử dụng các công nghệ sản xuất sạch hơn và hiệu quả hơn để giảm thiểu khí thải nhà kính.

Hành động cụ thể:

Đầu tư vào các hệ thống lọc khí tiên tiến, chuyển đổi sang sử dụng năng lượng tái tạo như điện mặt trời, gió hoặc sinh khối.

- Quản lý chất thải hiệu quả

Phân loại và xử lý chất thải: Thiết lập hệ thống phân loại và xử lý chất thải để giảm thiểu tác động đến môi trường.

Hành động cụ thể:

Triển khai các chương trình tái chế, sử dụng lại và xử lý an toàn các chất thải nguy hại.

- Tiết kiệm và sử dụng hiệu quả tài nguyên

Tối ưu hóa quy trình sản xuất: Sử dụng công nghệ và quy trình sản xuất tiết kiệm tài nguyên để giảm lãng phí.

Hành động cụ thể:

Áp dụng các giải pháp quản lý năng lượng hiệu quả, giảm thiểu sử dụng nước và nguyên liệu trong sản xuất.

- Phát triển sản phẩm thân thiện với môi trường

Sản phẩm năng lượng tái tạo: Tăng cường phát triển và cung cấp các sản phẩm năng lượng tái tạo, thân thiện với môi trường.

Hành động cụ thể: Nghiên cứu và phát triển các loại chất đốt sinh học, nhiên liệu sinh học và các sản phẩm năng lượng tái tạo khác.

- Tuân thủ quy định pháp luật và tiêu chuẩn môi trường

Chứng nhận và kiểm tra định kỳ: Đảm bảo tuân thủ các quy định pháp luật và tiêu chuẩn môi trường quốc tế và quốc gia.

Hành động cụ thể: Thực hiện các kiểm tra định kỳ, đạt được các chứng nhận về quản lý môi trường như ISO 14001.

Xã hội

Phát triển cộng đồng

- Đóng góp vào các chương trình phát triển cộng đồng

Hỗ trợ tài chính và tham gia vào các chương trình phát triển cộng đồng địa phương.

Hành động cụ thể: Đóng góp vào xây dựng cơ sở hạ tầng, trường học, bệnh viện và các dự án xã hội khác.

- Tạo việc làm và đào tạo nghề

Tạo cơ hội việc làm: Tạo ra cơ hội việc làm cho người dân địa phương, đặc biệt là các nhóm yếu thế và người lao động có hoàn cảnh khó khăn.

Hành động cụ thể: Mở rộng hoạt động sản xuất, tuyển dụng nhân sự địa phương và cung cấp các chương trình đào tạo nghề miễn phí hoặc hỗ trợ. 3.

- Nâng cao chất lượng đời sống người lao động

Chính sách phúc lợi và chăm sóc sức khỏe: Cung cấp các chế độ phúc lợi tốt, bảo hiểm y tế và chương trình chăm sóc sức khỏe cho nhân viên.

Hành động cụ thể: Tổ chức các buổi khám sức khỏe định kỳ, cung cấp bảo hiểm y tế toàn diện và hỗ trợ tài chính cho nhân viên khi cần.

Kết quả:

Kết hợp các giải pháp môi trường và xã hội.

- Tạo ra một chiến lược toàn diện kết hợp giữa bảo vệ môi trường và trách nhiệm xã hội, đảm bảo sự phát triển bền vững và cân bằng giữa lợi ích kinh tế, môi trường và xã hội.

Hướng tới phát triển bền vững

- Xây dựng công ty không chỉ là một đơn vị kinh doanh hiệu quả, mà còn là một công dân doanh nghiệp có trách nhiệm với cộng đồng và môi trường. Việc thực hiện các giải pháp này sẽ giúp công ty nâng cao uy tín, tạo dựng lòng tin và sự ủng hộ từ khách hàng, đối tác và cộng đồng.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 3

Thông qua việc đưa ra mục tiêu cụ thể từ năm 2024 đến năm 2026 của công ty cổ phần chất đốt công nghiệp Nhật Anh Nguyễn đã có bốn giải pháp cụ thể để phục vụ cho mục tiêu phát triển kết quả kinh doanh của công ty, Các giải pháp đưa ra như kế hoạch với các bảng biểu, con số cho tiết trên là ý kiến xây dựng của cá nhân mang tính khách quan đóng góp cho công ty với mục đích tăng cường kết quả kinh doanh của công ty cổ phần chất đốt công nghiệp Nhật Anh Nguyễn.

KẾT LUẬN CHUNG

Phân tích kết quả kinh doanh là kết quả cuối cùng về các hoạt động của doanh nghiệp trong một thời kỳ nhất định, là biểu hiện bằng tiền phần chênh lệch giữa tổng doanh thu và tổng chi phí của các hoạt động kinh tế đã được thực hiện. Bất kể công ty to hay nhỏ muốn ra được những quyết định mang tính duy trì và phát triển cần phải biết phân tích kết quả kinh doanh của chính công ty mình để đưa ra hướng đi và phát triển.

Công ty cổ phần chất đốt công nghiệp Nhật Anh Nguyễn với ngành nghề sản xuất chất đốt công nghiệp đặc biệt là chất đốt công nghiệp được sản xuất từ nguyên liệu sinh khối đang rất được nhà nước ta và thế giới quan tâm. Với việc tận dụng kiến thức từ trên ghế nhà trường và quá trình thực tập thực tế từ công ty Nhật Anh Nguyễn thông qua quá trình dùng cơ sở lý luận và phương pháp phân tích kết quả kinh doanh thực tế trong giai đoạn cụ thể từ năm 2021- 2023 nhằm đưa ra các giải pháp về kết quả kinh doanh của công ty để giúp công ty phát triển hơn trong tương trong ngành chất đốt công nghiệp.

Qua quá trình phân tích, mặc dù kết quả cho chúng ta thấy công ty Nhật Anh Nguyễn có kết quả kinh doanh không được cao nhưng bên cạnh đó công ty có rất nhiều điểm mạnh cũng như cơ hội sắp tới để phát triển thành một trong những công ty mạnh mẽ trong lĩnh vực chất đốt sinh khối với những giải pháp được đưa ra nhằm đóng góp cho công ty.

Vì thời gian và kiến thức còn hạn chế, trên cơ sở giới thiệu, phân tích kết quả kinh doanh và những đề xuất đưa ra còn những khiếm khuyết nhưng em rất mong được sự xem xét của quý công ty và thầy cô. Dự án tốt nghiệp của em mong nhận được ý kiến đóng góp của các thầy, cô và các độc giả để dự án của em được hoàn thiện hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Theo giáo trình “Phân tích hoạt động kinh doanh” của TS.Trịnh Văn Sơn và Đào Nguyên Phi năm 2006.
2. Theo giáo trình “Phân tích tài chính doanh nghiệp” của PGS.TS. Đặng Kim Cương của nhà xuất bản thống kê.
3. Theo giáo trình “Tài chính doanh nghiệp” của GS.TS. Lê Văn Tề của nhà xuất bản giáo dục.
4. Theo giáo trình “Phân tích kinh doanh : Lý thuyết và thực hành phân tích kinh doanh” của PGS.TS Nguyễn Văn Dũng do nhà xuất bản lao động xã hội.
5. Theo giáo trình “phân tích báo cáo tài chính” của GS.TS. Ngô Thế Chi và PGS.TS Nguyễn Hoàng Phi Nam của nhà xuất bản Tài chính.
6. Tài liệu và số liệu được công ty Nhật Anh Nguyễn cung cấp.

Website

7. [https:// lohoinan.com/bai-viet/](https://lohoinan.com/bai-viet/)
8. <https://tino.org/vi/hoat-dong-kinh-doanh-la-gi/>
9. <https://www.pace.edu.vn/tin-kho-tri-thuc/swot-la-gi>
10. https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/van_hoa_xa_hoi/-/2018/826923/phat-trien-van-hoa-o-viet-nam-hien-nay.aspx
11. <https://www.gdt.gov.vn/>
12. <https://masothue.com/0900996577-cong-ty-co-phan-chat-dot-cong-nghiep-nhat-anh-nguyen>
13. <https://vietnambiz.vn/ nhatanhnguyen>

Tiếng Anh

14. Theo sách “Pinancial Statement Analysis anh Security Valuation” của Stephen H. Penman của nhà xuất bản McGraw – Hill Education.
15. Theo sách “Financial Statement Analysis: A Practitioner’s Guide” của Martin S. Fridson và Feranado Alvarez của nhà xuất bản Wiley.

PHỤ LỤC

Bản báo cáo tài chính năm 2021

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập-Tự do-Hạnh phúc

BÁO CÁO TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2021

(Áp dụng cho doanh nghiệp đáp ứng giá định hoạt động liên tục)

Mẫu số: B 01b –
DNN

(Ban hành theo Thông tư số
133/2016/TT-BTC Ngày
26/08/2016 của Bộ Tài chính)

[01] Tên người nộp thuế: Công ty Cổ Phần chất đốt công nghiệp Nhật Anh Nguyễn
[02] Mã số thuế: 0900996577
[03] Địa chỉ: Thôn Đỗ Mỹ, Xã Bãi Sậy [04] Quận/Huyện: Ân Thi [05] Tỉnh/Thành phố: Hưng Yên
[06] Điện thoại: [07] Fax: [08] E-mail:
BCTC đã được kiểm toán: []
Ý kiến kiểm toán:

Đơn vị tiền: đồng VN

CHỈ TIÊU	Mã số	Thuyết minh	Số cuối năm	Số đầu năm
1	2	3	4	5
TÀI SẢN				
A – TÀI SẢN NGẮN HẠN (100 = 110+ 120 + 130 + 140 + 150)	100		2.652.690.083	2.462.558.799
I. Tiền và các khoản tương đương tiền	110		15.510.832	1.426.790.526
II. Đầu tư tài chính ngắn hạn	120		0	0
1. Chứng khoán kinh doanh	121		0	0
2. Dự phòng giảm giá chứng khoán kinh doanh (*)	122		0	0
3. Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn ngắn hạn	123		0	0
III. Các khoản phải thu ngắn hạn	130		1.699.639.220	546.606.676
1. Phải thu ngắn hạn của khách hàng	131		1.389.722.688	546.606.676
2. Trả trước cho người bán ngắn hạn	132		307.617.800	0
3. Phải thu ngắn hạn khác	133		2.298.732	0
4. Tài sản thiếu chờ xử lý	134		0	0
5. Dự phòng phải thu ngắn hạn khó đòi (*)	135		0	0
IV. Hàng tồn kho	140		937.540.031	489.161.597
1. Hàng tồn kho	141		937.540.031	489.161.597
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho (*)	142		0	0
V. Tài sản ngắn hạn khác	150		0	0
1. Thuế GTGT được khấu trừ	151		0	0
2. Tài sản ngắn hạn khác	152		0	0
B - TÀI SẢN DÀI HẠN (200=210+220+230+240+250+260)	200		438.510.231	811.411.055
I. Các khoản phải thu dài hạn	210		0	0
1. Phải thu dài hạn của khách hàng	211		0	0
2. Trả trước cho người bán dài hạn	212		0	0
3. Vốn kinh doanh ở đơn vị trực thuộc	213		0	0
4. Phải thu dài hạn khác	214		0	0
5. Dự phòng phải thu dài hạn khó đòi (*)	215		0	0
II. Tài sản cố định	220		378.510.231	742.522.159
- Nguyên giá	221		938.364.952	1.338.364.952
- Giá trị hao mòn lũy kế (*)	222		(559.854.721)	(595.842.793)

1/3

III. Bất động sản đầu tư	230		0	0
- Nguyên giá	231		0	0
- Giá trị hao mòn lũy kế (*)	232		0	0
IV. Xây dựng cơ bản dở dang	240		0	0
V. Đầu tư tài chính dài hạn	250		0	0
1. Đầu tư góp vốn vào đơn vị khác	251		0	0
2. Dự phòng tổn thất đầu tư vào đơn vị khác (*)	252		0	0
3. Đầu tư nắm giữ đến ngày đáo hạn dài hạn	253		0	0
VI. Tài sản dài hạn khác	260		60.000.000	68.888.896
TỔNG CỘNG TÀI SẢN (300=100+200)	300		3.091.200.314	3.273.969.854
NGUỒN VỐN				
C- NỢ PHẢI TRẢ (400=410+420)	400		3.015.429.465	3.146.550.370
I. Nợ ngắn hạn	410		15.429.465	2.685.470.370
1. Phải trả người bán ngắn hạn	411		0	2.676.822.200
2. Người mua trả tiền trước ngắn hạn	412		0	399.500
3. Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	413		15.429.465	8.248.670
4. Phải trả người lao động	414		0	0
5. Phải trả ngắn hạn khác	415		0	0
6. Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn	416		0	0
7. Dự phòng phải trả ngắn hạn	417		0	0
8. Quỹ khen thưởng, phúc lợi	418		0	0
II. Nợ dài hạn	420		3.000.000.000	461.080.000
1. Phải trả người bán dài hạn	421		0	0
2. Người mua trả tiền trước dài hạn	422		0	0
3. Phải trả nội bộ về vốn kinh doanh	423		0	0
4. Phải trả dài hạn khác	424		0	0
5. Vay và nợ thuê tài chính dài hạn	425		3.000.000.000	461.080.000
6. Dự phòng phải trả dài hạn	426		0	0
7. Quỹ phát triển khoa học và công nghệ	427		0	0
D - VỐN CHỦ SỞ HỮU(500=511+512+513+514+515+516+517)	500		75.770.849	127.419.484
1. Vốn góp của chủ sở hữu	511		1.000.000.000	1.000.000.000
2. Thặng dư vốn cổ phần	512		0	0
3. Vốn khác của chủ sở hữu	513		0	0
4. Cổ phiếu quỹ (*)	514		0	0
5. Chênh lệch tỷ giá hối đoái	515		0	0
6. Các quỹ thuộc vốn chủ sở hữu	516		0	0
7. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	517		(924.229.151)	(872.580.516)
TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN(600=400+500)	600		3.091.200.314	3.273.969.854

Bản báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2021

PHỤ LỤC
BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

Năm 2021

Mẫu số: **B02**
- DNN
(Ban hành
theo Thông
tư số
133/2016/TT-
BTC ngày
26/8/2016
của Bộ Tài
chính)

[02] Tên người nộp thuế: Công ty Cổ Phần chất đốt công nghiệp Nhật Anh Nguyễn
[03] Mã số thuế: 0900996577

Đơn vị tiền: đồng Việt Nam

CHỈ TIÊU	Mã số	Thuyết minh	Năm nay	Năm trước
1	2	3	4	5
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	01		3.449.865.660	3.945.015.862
2. Các khoản giảm trừ doanh thu	02		0	0
3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ (10= 01-02)	10		3.449.865.660	3.945.015.862
4. Giá vốn hàng bán	11		2.710.415.316	3.309.471.288
5. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ (20=10-11)	20		739.450.344	635.544.574
6. Doanh thu hoạt động tài chính	21		41.433	76.438
7. Chi phí tài chính	22		10.069.216	64.262.507
- Trong đó: Chi phí lãi vay	23		10.069.216	64.262.507
8. Chi phí quản lý kinh doanh	24		703.093.687	695.602.154
9. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh (30 = 20 + 21 - 22 - 24)	30		26.328.874	(124.243.649)
10. Thu nhập khác	31		54.657.455	15.000.000
11. Chi phí khác	32		132.634.964	35.169.951
12. Lợi nhuận khác (40 = 31 - 32)	40		(77.977.509)	(20.169.951)
13. Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế (50 = 30 + 40)	50		(51.648.635)	(144.413.600)
14. Chi phí thuế TNDN	51		0	0
15. Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp (60=50 - 51)	60		(51.648.635)	(144.413.600)

NGƯỜI LẬP BIỂU
(Ký, Ghi rõ họ tên)

KẾ TOÁN TRƯỞNG
(Ký, Ghi rõ họ tên)

Lập ngày 30 tháng 03 năm 2022
NGƯỜI ĐẠI DIỆN THEO PHÁP LUẬT
(Ký, Ghi rõ họ tên, Đóng dấu)
Đương Thị Xuân

 Ký điện tử bởi: CÔNG TY CỔ PHẦN CHẤT ĐỐT CÔNG NGHIỆP NHẬT ANH NGUYỄN.
 Ký điện tử bởi: CÔNG TY CỔ PHẦN CHẤT ĐỐT CÔNG NGHIỆP NHẬT ANH NGUYỄN.