

Lời mở đầu

Trong nền kinh tế thị trường hiện nay và nhất là trong xu thế hội nhập về kinh tế trong khu vực và kinh tế thế giới, môi trường kinh doanh của doanh nghiệp được mở rộng, điều này vừa mở ra nhiều cơ hội kinh doanh đồng thời cũng chứa đựng những nguy cơ tiềm tàng, đe dọa sự tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp.

Đặc biệt, trong bối cảnh kinh tế khu vực và thế giới đang có những bước chuyển mình tăng trưởng trở lại sau thời kỳ khủng hoảng kinh tế (2008 – 2013), tuy nhiên nền kinh tế toàn cầu vẫn còn đang tồn tại những nguy cơ tiềm ẩn và những hậu quả để lại sau cơn khủng hoảng trầm trọng mà theo cựu Chủ tịch Cục dự trữ liên bang Mỹ (FED) - Alan Greenspan, đây là cuộc khủng hoảng "hàng trăm năm mới có một lần". Điều đó đòi hỏi các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh cần phải nhạy bén với thời cuộc, thay đổi tư duy kinh doanh, nắm bắt cơ chế, thay đổi cách thức tổ chức quản lý, chủ động sáng tạo, lựa chọn và tìm cho mình một hướng đi phù hợp, hiệu quả nhất.

Nắm bắt được những khó khăn và thách thức đó nên Nhà nước ta đã chỉ đạo công tác đào tạo nguồn nhân lực theo hướng “ Học đi đôi với hành” để cung cấp những con người giỏi cho doanh nghiệp. Xuất phát từ thực tế đó Khoa TCNH & QTKD của trường Đại học Quy Nhơn đã tạo điều kiện cho sinh viên được tiếp cận thực tập tại các doanh nghiệp để học hỏi kinh nghiệm và cũng là cơ hội để sinh viên vận dụng những kiến thức đã học vào thực tế.

Công ty TNHH Đức Toàn là một đơn vị khai thác, chế biến và kinh doanh hàn lâm sản. Từ khi ra đời cho đến nay, Công ty đã tạo công ăn việc làm đem lại thu nhập cho nhiều người lao động, sinh viên mới ra trường và nhân viên văn phòng, mang lại hiệu quả kinh tế cao góp phần phát triển nền kinh tế của tỉnh nhà và đất nước. Em nhận thấy Công ty TNHH Đức Toàn có đủ các điều kiện để giúp em rèn luyện tốt chuyên ngành của mình, hoàn thành bài báo cáo thực tập tổng hợp, vì vậy mà em quyết định lựa chọn Công ty TNHH Đức Toàn làm cơ sở thực tập và sẽ tìm hiểu tình hình hoạt động tại Công ty từ năm 2011 đến năm 2013.

Em xin gửi lời cảm ơn chân thành, sâu sắc đến Ban Giám Đốc công ty đã đồng ý cho em thực tập, cùng sự giúp đỡ tận tình của các cô chú, anh chị trong các phòng ban ở công ty và đặc biệt là sự hướng dẫn của thầy Ths. Lê Dzu Nhật đã giúp em hoàn thành bài “*Báo cáo thực tập tổng hợp*” này.

Mục đích báo cáo : tìm hiểu, làm quen các vấn đề thực tế tại công ty TNHH Đức Toàn về các hoạt động sản xuất kinh doanh. Đồng thời vận dụng kiến thức đã học để tiến hành phân tích, đánh giá một số hoạt động chủ yếu của của công ty. Từ đó, đưa ra những nhận xét đánh giá những điểm mạnh, điểm yếu của công ty.

Đối tượng nghiên cứu : quá trình hình thành phát triển và các nghiệp vụ cơ bản của công ty TNHH Đức Toàn.

Phạm vi nghiên cứu : tình hình hoạt động tại công ty TNHH Đức Toàn từ năm 2012 đến năm 2014.

Phương pháp nghiên cứu : Báo cáo sử dụng phương pháp duy biện chứng, kết hợp phương pháp thống kê, phân tích tổng hợp.

Qua thời gian thực tập một tháng tại Công ty, nhờ có sự giúp đỡ của các anh chị trong Công ty mà em đã làm quen với một số vấn đề thực tiễn ở Công ty như quá trình hình thành phát triển và các nghiệp vụ: công tác sản xuất tiêu thụ, công tác lao động tiền lương và công tác kế toán từ năm 2011 đến năm 2013. Và với những kiến thức đã được trang bị ở trường đã giúp em tiến hành phân tích tổng hợp, thống kê, đưa ra cái nhìn tổng quát về điểm mạnh, điểm yếu của Công ty.

Em xin trình bày khái quát kết cấu nội dung của bài báo cáo gồm 3 phần như sau:

Phần I. Giới thiệu khái quát về Công ty TNHH Đức Toàn.

Phần II. Thực trạng các hoạt động tại Công ty TNHH Đức Toàn.

Phần III. Đánh giá chung và các đề xuất hoàn thiện.

Do thời gian thực tập ít và khả năng thực tế bản thân em còn nhiều hạn chế nên dù đã cố gắng tìm hiểu, làm quen với tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty thì bài báo cáo thực tập của em cũng không thể tránh khỏi những sai sót, em rất mong nhận được ý kiến đóng góp của quý thầy cô cùng Ban lãnh đạo Công ty và bạn bè để bài báo cáo của em được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

Quy Nhơn, ngày 30 tháng 5 năm 2015

Sinh viên thực hiện

Nguyễn Minh Diệp

CHƯƠNG .I.

GIỚI THIỆU KHÁI QUÁT CHUNG VỀ CÔNG TY ĐỨC TOÀN.

1.1. Quá trình hình thành và phát triển của công ty TNHH Đức Toàn.

1.1.1. Tên và địa chỉ của công ty.

Tên công ty : Công ty TNHH Đức Toàn (Duc Toan Furniture).
Tên giao dịch : Công ty TNHH Đức Toàn.
Tên viết tắt : Duc Toan Co., Ltd
Giám đốc : Phạm Văn Bằng.
Địa chỉ : Lô MR 05 khu công nghiệp Phú Tài, Phường Trần Quang
Diệu, Thành phố Quy Nhơn, Bình Định.
Điện thoại : 056 364 1616, 056 364 1669.
Website : www.ductoanfurniture.vn
Mã số thuế : 4100 446 490
Giấy phép kinh doanh số : 4100 446 490
Ngày cấp : 26/06/2002
Nơi cấp : Sở Kế Hoạch Và Đầu Tư tỉnh Bình Định.
Ngày hoạt động : 01/07/2002.

1.1.2. Quá trình hình thành và phát triển của Công ty.

Ngày 26/062002, Sở kế hoạch và đầu tư tỉnh Bình Định cấp giấy phép kinh doanh số 4100446490 xác nhận công ty TNHH Đức Toàn chính thức ra đời và đi vào hoạt động ngành nghề sản xuất giường, tủ, bàn, ghế bằng gỗ (mã ngành 31001)

Công ty TNHH Đức Toàn được thành lập vào năm 2002 – với nhiệm vụ sản xuất chế biến hàng lâm sản xuất khẩu và tiêu thụ nội địa.

Từ khi thành lập và hoạt động cho đến nay, Công ty không ngừng sản xuất kinh doanh và phát triển. Vì là Công ty TNHH nên chế độ hạch toán độc lập, có tư cách pháp nhân, được vay vốn, mở TK Ngân hàng theo qui định của Nhà nước.

Công ty đi vào hoạt động với số vốn đầu tư ban đầu 1130000000 đồng. Nay do nhu cầu hoạt động phát triển sản xuất kinh doanh với qui mô lớn hơn nên doanh nghiệp đã đầu tư thêm, vốn chính thức hiện nay là 16 tỷ.

Ngay từ khi mới thành lập Công ty TNHH Đức Toàn không tránh khỏi những khó khăn và trở ngại nhưng được sự quan tâm giúp đỡ. chỉ đạo trực tiếp của các ban ngành liên quan Công ty đã tiến hành triển khai những chiến lược kinh tế theo dự án, điều lệ tổ chức hoạt động và sắp xếp lại bộ máy quản lý sao cho thật gọn nhẹ, tuyển dụng lao động lành nghề, tuyển dụng tay nghề lao động có chất lượng về chuyên môn, nghiệp vụ, có ý thức chấp hành cao, năng động sáng tạo trong công việc, chịu khó học hỏi tiếp thu khoa học kỹ thuật mới, áp dụng vào thực tiễn công việc, nhạy bén với khoa học tiên tiến, nhằm áp dụng ngay vào công việc thực tế. Chính vì thế mà Công ty đã từng bước hòa nhập vào thị trường trong và ngoài nước, chủ động được trong sản

xuất, tạo uy tín cho Công ty, mang lại lợi nhuận và thực hiện phương hướng đề ra, hoạt động ổn định, có hiệu quả trong hiện tại cũng như trong tương lai. Hàng năm Công ty còn đưa Công nhân viên trong Công ty đi bồi dưỡng chuyên môn, tay nghề để cho quá trình sản xuất có hiệu quả hơn.

+ Doanh thu năm 2014 là hơn 69 tỉ đồng

+ Nhà máy với tổng diện tích 25.000m², hơn 400 công nhân viên. Lực lượng công nhân tay nghề cao, đội ngũ quản lý có trình độ, nhân viên văn phòng tận tụy với công việc, có kiến thức & nhiều kinh nghiệm

+ Là nhà cung cấp uy tín & quen thuộc những sản phẩm đồ gỗ cho những tập đoàn kinh doanh lớn trên thế giới, những công ty xuyên quốc gia như: Metro, Carefour, Auchan, OBI, Arena...

+ Là thành viên của:

- ✓ Hiệp Hội Sản Xuất Đồ Gỗ Việt Nam
- ✓ Tổ Chức Quản Lý & Bảo Vệ Rừng FSC (Forest Stewardship Council)
- ✓ Phòng Thương Mại & Công Nghiệp Việt Nam VCCI (Vietnam Chamber of Commerce & Industry)
- ✓ Giấy chứng nhận Chuỗi Hành Trình Sản Phẩm SGS – COC – 001995 (Chain of Custody).

Những thành tựu trên là công sức của Ban giám đốc và toàn thể cán bộ CNV, là kết quả của những quyết định chiến lược đúng đắn của Ban giám đốc, sự lao động & làm việc tận tụy của toàn bộ cán bộ CNV Công ty.

1.2. Chức năng và nhiệm vụ của công ty TNHH Đức Toàn.

1.2.1. Nhiệm vụ và lĩnh vực kinh doanh của công ty TNHH Đức Toàn.

✓ *Lĩnh vực kinh doanh.*

Hiện nay, với những thuận lợi trong điều kiện hoạt động, vị trí của mình và nguồn tài nguyên. Công ty TNHH Đức Toàn thực hiện sản xuất kinh doanh ở lĩnh vực khai thác, chế biến lâm sản thành nhiều các sản phẩm khác nhau như giường, tủ, bàn, ghế gỗ nhằm cung cấp trong nội địa và xuất khẩu ra thế giới tại các thị trường khu vực EU, Nhật Bản, Hoa Kỳ, Amsterdam...

✓ *Chức năng của công ty.*

Theo giấy phép kinh doanh số 4100446490 do sở kế hoạch đầu tư Bình Định cấp ngày 26/06/2002 thì công ty TNHH Đức Toàn có chức năng là khai thác, chế biến ra các sản phẩm đồ gỗ nội thất các loại và tiêu thụ sản phẩm nhằm thỏa mãn nhu cầu người tiêu dùng. Sản xuất, chế biến gỗ thành nhiều sản phẩm như: giường, tủ, bàn, ghế gỗ ... đáp ứng nhu cầu trang trí nội thất và đẩy mạnh sản phẩm đưa ra xuất khẩu, tạo chỗ đứng cho sản phẩm trên thị trường trong và ngoài nước. Đồng thời tạo việc làm ổn định cho 400 công nhân.

✓ *Nhiệm vụ của công ty.*

Để tồn tại và phát triển lâu dài trên thương trường, công ty thực hiện các nhiệm vụ sau:

- Thực hiện và tuân thủ đúng pháp luật cũng như các nghĩa vụ đối với Nhà nước.
- Quản lý đội ngũ cán bộ, công nhân viên, phân phối thu nhập hợp lý, chăm lo đời sống vật chất và tinh thần cho toàn thể cán bộ công nhân viên.
- Xây dựng, tổ chức thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh và chịu trách nhiệm về kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của mình.
- Thực hiện đầy đủ các cam kết trong hợp đồng mua bán, hợp đồng đầu tư với các tổ chức kinh tế quốc dân, các thành phần kinh tế khác trong và ngoài nước.
- Đảm bảo việc thực hiện quá trình sản xuất kinh doanh không tàn phá và gây ô nhiễm môi trường.
- Làm tốt công tác bảo hộ và an toàn lao động, trật tự xã hội, bảo vệ tài sản chủ nghĩa xã hội.
- Để cạnh tranh và phát triển trên thị trường trong điều kiện mới, ban lãnh đạo công ty phải đề cao công tác tìm kiếm thị trường, phân tích đánh giá thị trường để từ đó điều chỉnh, từng bước đổi mới công nghệ, nâng cao trình độ lao động và phương thức tổ chức quản lý kinh doanh để đạt hiệu quả cao phù hợp với bối cảnh thị trường hiện tại, đáp ứng tốt nhu cầu của thị trường và của khách hàng.
- Đồng thời nghiên cứu và sáng tạo các loại mẫu mã hàng hóa, nâng cao chất lượng sản phẩm và áp dụng chính sách giá cả hợp lý để ngày càng nâng cao khả năng cạnh tranh của công ty, tạo uy tín với khách hàng và tăng thị phần.
- Công ty phải bảo tồn và phát triển nguồn vốn nhằm tạo hiệu quả cho quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty.

1.2.2. Giới thiệu hàng hóa, dịch vụ chủ yếu của Công ty.

Có hàng trăm mẫu mã khác nhau đạt chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, được chứng nhận bởi những phòng thí nghiệm nổi tiếng & uy tín trên thế giới như LGA (Hong Kong), Bureau Veritas (Pháp), CTBA (Pháp), SGS (Anh), TUV (Đức)...

Sản phẩm đa dạng từ nhiều loại gỗ có giá trị cao như Teak (Giá ty), Bạch đàn, Keo... Ngoài ra, cũng có những sản phẩm mang tính chất kết hợp nhiều loại nguyên liệu như gỗ + vải / nệm / sắt / nhôm / inox.

Đáp ứng tốt nhu cầu và thị hiếu của thị trường. Có thị trường ở hơn 20 nước trên thế giới, cả những thị trường nổi tiếng là khó tính như Mỹ, châu Âu.

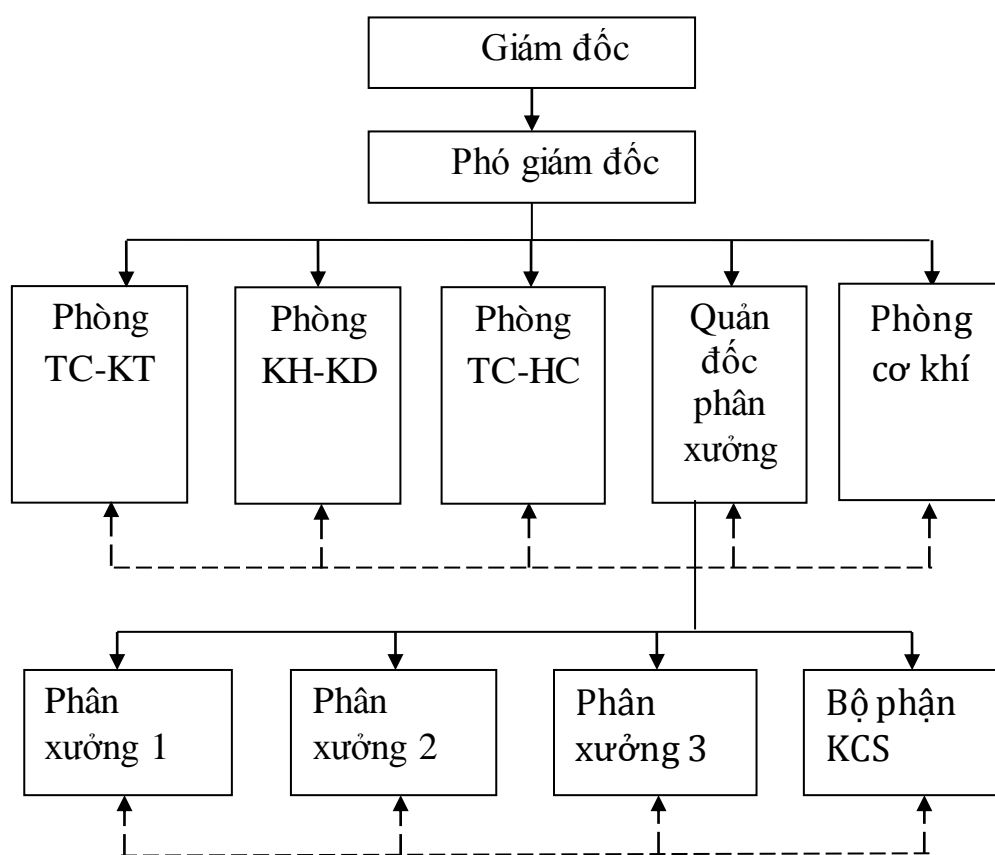
1.3. Bộ máy tổ chức của công ty.

1.3.1. Mô hình tổ chức cơ cấu bộ máy quản lý.

Công ty có cơ cấu quản lý theo kiểu trực tuyến chức năng với ba cấp.

- Cấp cao: Giám đốc, Phó Giám đốc.
- Cấp trung: Trưởng các bộ phận phòng ban chức năng của công ty.
- Cấp thấp: Tổ trưởng quản lý phân xưởng, nhà máy.

Sơ đồ 1.1: Mô hình cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý.



(Nguồn: Phòng tổ chức – Hành chính)

Ghi chú:

—————> : Quan hệ trực tuyến

<-----> : Quan hệ chức năng

Mô hình tổ chức theo kiểu trực tuyến chức năng Công ty chọn là phù hợp vì mô hình này là hợp lý đối với những doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ, công việc có tính tập trung tại một địa điểm nên dễ kiểm soát.

❖ Ưu, nhược điểm của mô hình:

- Ưu điểm: Kiểu cơ cấu trên một mặt đảm bảo Giám đốc điều hành công ty, đồng thời cũng quản lý được công việc của mỗi bộ phận chức năng một cách chặt chẽ để kịp thời chỉ đạo và ra quyết định quản trị. Mặt khác có thể phát huy chuyên môn của cán bộ cấp dưới.

- Nhược điểm: Dễ phát sinh những ý kiến tham mưu, đề xuất không thống nhất giữa các bộ phận chức năng dẫn đến công việc nhàm chán và xung đột giữa các đơn vị, phòng ban có thể tăng.

1.3.2. Chức năng, nhiệm vụ cơ bản của các bộ phận quản lý.

- *Giám đốc*: Là người lãnh đạo cao nhất và chịu trách nhiệm về toàn bộ các hoạt động của Công ty. Giám đốc quyết định chủ trương, biện pháp để thực hiện nhiệm vụ SXKD, có quyền bổ nhiệm, miễn nhiệm các chức danh trong Công ty trong phạm vi cấp thẩm quyền quy định. Là chủ tài khoản, quan hệ giao dịch với các tổ chức bên ngoài và trực tiếp quan hệ với các phòng, các bộ phận khác để có kế hoạch sản xuất phù hợp.

- *Phó giám đốc*: Là người trợ giúp giám đốc trong việc trực tiếp quản lý Công ty, thực hiện các chức năng quản lý được giám đốc giao phó hay ủy quyền giải quyết công việc thay cho Giám đốc trong việc tổ chức công việc sản xuất khi giám đốc đi vắng.

- *Phòng Kế hoạch - Kinh doanh* : Đây là phòng chủ lực của doanh nghiệp, có nhiệm vụ xây dựng các kế hoạch điều độ sản xuất, tổ chức kho hàng, quản lý theo dõi việc xuất nhập vật tư kỹ thuật phục vụ cho sản xuất, nghiên cứu và tìm kiếm thị trường tiêu thụ sản phẩm.

- *Phòng Tài chính - Kế toán*: Tiến hành thực hiện các hoạt động tài chính của Công ty, theo dõi và phản ánh chi tiết các nghiệp vụ kinh tế phát sinh theo phương pháp kê khai thường xuyên, lập báo cáo tài chính cho cơ quan có thẩm quyền, theo dõi các nguồn vốn và ngân quỹ của Công ty, thực hiện công tác trả lương, BHXH.

- *Phòng Tổ chức- Hành chính*: có trách nhiệm tham mưu cho Giám đốc và chịu trách nhiệm về toàn bộ các vấn đề thuộc lĩnh vực hành chính, nhân sự nhằm phát triển và sử dụng có hiệu quả nguồn nhân lực trong toàn công ty. Cụ thể như: chịu trách nhiệm tổ chức, tiếp nhận và lưu chuyển công văn, lưu trữ tài liệu, tổ chức công tác bảo hộ lao động, tổ chức tuyển dụng và đào tạo lao động khi công ty có nhu cầu.

- *Quản đốc phân xưởng*: Có nhiệm vụ phụ trách chung các phân xưởng sản xuất và bộ phận lao động phụ trợ, chịu trách nhiệm trước Phó giám đốc và Giám đốc về mọi hoạt động sản xuất của các phân xưởng, đồng thời kiểm tra giám sát kỹ thuật chế biến, chất lượng sản phẩm, thực hiện tiến độ sản xuất theo kế hoạch. Theo dõi các sự cố kỹ thuật, điều tra nguyên nhân, tổ chức hành động khắc phục và phòng ngừa trong sản xuất. Sắp xếp lao động hợp lý, bố trí và điều động công nhân viên trong phân xưởng để đảm bảo hoàn thành công việc; thực hiện việc huấn luyện công nhân trong phân xưởng theo công việc. Ngoài ra, còn đảm bảo thực hiện các quy trình, quy phạm kỹ thuật trong sản xuất, các nội quy, quy định trong nhà máy, công tác vệ sinh an toàn trong lao động, bảo hộ lao động và phòng cháy chữa cháy.

- *Phòng cơ khí*: xem xét vận hành máy móc, theo dõi sửa chữa, bảo quản máy móc, thiết bị điện và kịp thời xử lý các trường hợp bất trắc xảy ra trong nhà máy.

- *Phòng bảo vệ*: quản lý việc ra vào của cán bộ, công nhân viên trong công ty và bảo vệ tài sản của công ty.

1.4. Đặc điểm sản phẩm và quy trình công nghệ sản xuất.

Tại Công ty TNHH Đức Toàn, các tuyến công việc và các máy móc thiết bị được lắp đặt khá ổn định khi chuyển từ sản phẩm này sang sản phẩm khác.

Giai đoạn A : các công việc cơ bản được thực hiện tại giai đoạn này là xẻ gỗ thành ván, luộc, sấy gỗ

Nguyên liệu gỗ tròn được xẻ thành từng phách (xẻ thành từng miếng ván) với kích thước & độ dày tùy theo yêu cầu / đơn hàng / lệnh sản xuất. Sau đó phách gỗ (ván gỗ) được chuyển qua bộ phận luộc rồi sấy khô hoặc sấy khô trực tiếp sau khi xẻ (không qua luộc). Luộc gỗ được áp dụng cho những loại gỗ có nhiều tinh chất dầu như: Gỗ dầu, Bạch đàn... Với những loại gỗ có ít hoặc không có tinh chất dầu như Chũ, Tràm... thì có thể sấy khô ngay sau khi xẻ.

Bộ phận sấy khô thực hiện việc sấy khô gỗ, hạ độ ẩm của gỗ từ 70 – 80% khi gỗ cũn tươi xuống 8 -16% (đạt tiêu chuẩn). Ở giai đoạn này tùy theo chủng loại gỗ, độ dày phách gỗ, thời tiết bên ngoài mà thời gian thực hiện giai đoạn này có thể dao động từ 10 đến 25 ngày.

Giai đoạn này qui trình kỹ thuật phải áp dụng một cách chặt chẽ và phải thường xuyên theo dõi, kiểm tra kỹ thuật. Đây là đầu vào quan trọng cho phân xưởng sơ chế vì thế nó ảnh hưởng rất lớn đến tỷ lệ phế phẩm và chất lượng sản phẩm. Nếu không áp dụng đúng qui trình, không theo dõi chặt chẽ, sấy quá thời gian... thì gỗ sẽ bị cong vênh, nứt tét, không đạt độ ẩm cần thiết... Đôi khi không thể khắc phục mà phải loại bỏ toàn bộ số gỗ trong lò, gây thất thoát lớn.

Sau khi gỗ nguyên liệu được sấy khô sẽ được tập hợp vào kho gỗ đó sẽ sấy. Khi nhận được lệnh sản xuất, bộ phận kho sẽ xuất kho số lượng gỗ theo yêu cầu cho phân xưởng sơ chế.

Bước vào giai đoạn B : các công việc phải thực hiện bao gồm cắt tạo phôi, xử lý rong chi tiết và lạng thẳng chi tiết với các phôi gỗ cong, bào lán phôi.

Nguyên liệu gỗ đã được xử lý sấy luộc tại giai đoạn A xuất theo lệnh sản xuất được đưa trực tiếp đến tại phân xưởng sơ chế, tại đây gỗ phách được cắt phôi, cắt rong (đối với những chi tiết thẳng) và cắt lạng (đối với những chi tiết cong). Tiếp theo, chi tiết sẽ được bào lạng & chuyển qua khâu tinh chế sau khi đó được bộ phận thống kê ghi sổ & KCS kiểm tra, loại bỏ các sản phẩm lỗi không sửa chữa được. Sau đó lại tiếp tục được chuyển sang phân xưởng tinh chế để tiếp tục hoàn thiện.

Giai đoạn C : các công việc cụ thể thực hiện theo trình tự là phay mộng tạo khớp nối giữa các chi tiết, khoan, đục, cắt tinh và chà nhám để xử lý bề mặt vừa được thao tác chạm khắc.

Tại phân xưởng tinh chế, các chi tiết thô sẽ được định hình thành chi tiết hoàn thiện qua các khâu: phay mộng, khoan, đục, cắt tinh, chà nhám... tùy theo từng loại và được nhập kho chi tiết. Giai đoạn này được gọi là giai đoạn tạo phôi định hình. Kết thúc giai đoạn này ta đã có các bộ phận chi tiết của sản phẩm có hình dạng, kích thước

theo đúng yêu cầu của đơn hàng. Sau đó lại tiếp tục được đưa sang xưởng lắp ráp sản phẩm và hoàn thiện sản phẩm.

Giai đoạn D : các công việc lắp ráp, làm nguội, nhúng sơn, dầu, xử lý làm lán bề mặt, đóng thùng và nhập kho thành phẩm.

Bộ phận lắp ráp sẽ nhận chi tiết hoàn chỉnh từ kho chi tiết & tiến hành lắp ráp thành sản phẩm rồi chuyển qua khâu làm nguội để sản phẩm đạt độ láng cần thiết trước khi xử lý màu.

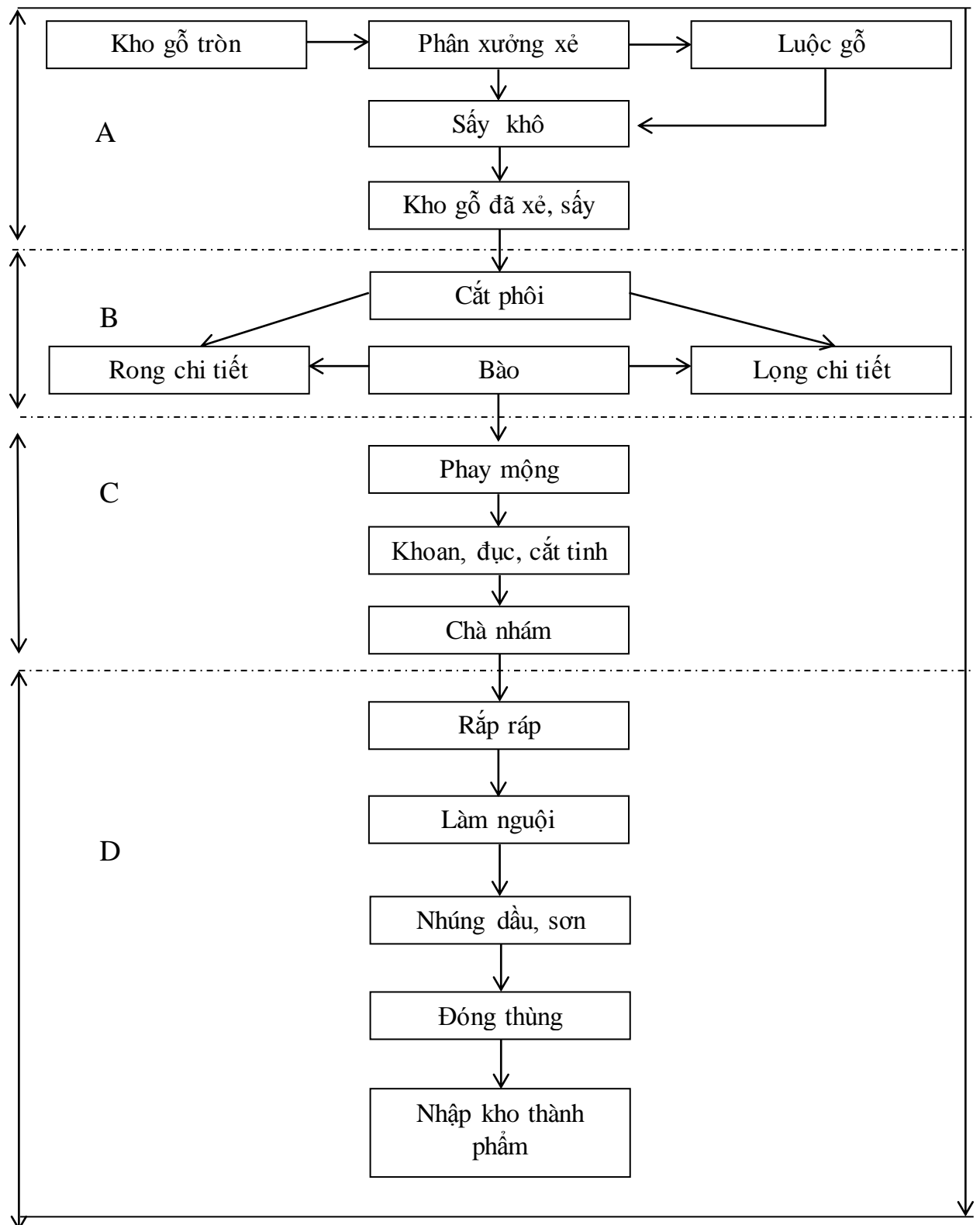
Sau khi được xử lý màu, sản phẩm sẽ được KCS của Công ty hoặc KCS của khách hàng trực tiếp xem xét từng sản phẩm. Sản phẩm nào đạt sẽ được đóng thùng & nhập kho thành phẩm, chờ ngày xuất hàng. Những sản phẩm chưa đạt sẽ được tiến hành sửa chữa lỗi hoặc tái chế và cũng được KCS kiểm tra trước khi đóng thùng.

Trong tất cả các khâu, tất cả các công đoạn đều được các thống kê ghi lại số lượng, được KCS kiểm tra chất lượng. Chi tiết / sản phẩm nào bị lỗi sẽ được sửa chữa hoặc tái chế. Vì thế chất lượng của sản phẩm luôn được kiểm tra giám sát chặt chẽ.

Do đặc điểm sản xuất của Công ty là công nghiệp chế biến do đó các máy móc thiết bị luôn là tiêu chuẩn hàng đầu để quyết định về chất lượng, số lượng sản phẩm và năng suất.

Nhìn chung, qui trình công nghệ của Công ty là tốt, hợp lý với đặc điểm ngành nghề, các máy móc được sắp xếp một cách khoa học, tiết kiệm được thời gian hao phí. Đây là kết quả của việc tìm tòi, học hỏi từ lý thuyết, từ kinh nghiệm thực tế, từ các đơn vị bạn và từ sự tư vấn của các chuyên gia trong & ngoài nước trong suốt quá trình hoạt động của Công ty.

Sơ đồ 1.2. Quy trình công nghệ sản xuất sản phẩm.



Qua sơ đồ quy trình công nghệ sản xuất cho ta thấy:

Hệ thống sản xuất liên tục trong đó máy móc thiết bị các nơi làm việc được bố trí theo sản phẩm hay sản xuất dây chuyền. Do đó máy móc và thiết bị được bố trí dọc theo đường đi của sản phẩm và xếp đặt theo trình tự theo quy trình công nghệ, đường di chuyển có thể theo đường thẳng hay gấp khúc.

✓ *Ưu điểm*

- + Giảm bớt việc di chuyển.
- + Giảm thời gian chờ khi chuyển công đoạn, từ đó giảm tổng thời gian sản xuất.
- + Đơn giản hoá các nhiệm vụ sản xuất và kiểm soát sản xuất.
- + Tính chuyên môn hoá trong từng bộ phận / khâu sản xuất cao, vì vậy có thể sử dụng công nhân ít kinh nghiệm.
- + Thời gian đào tạo cho công nhân quen việc ngắn → Chi phí đào tạo thấp.

✓ *Nhược điểm*

- Kém linh hoạt trong việc định thời gian vì không thể làm nhanh hơn hay chậm hơn.
- Hệ thống bị phụ thuộc vào từng bộ phận, công đoạn, chỉ cần hư hỏng một vài máy hay vắng mặt công nhân điều hành máy sẽ gây trở trệ cho cả hệ thống.
- Có thể gây nhàm chán do công việc đơn điệu.

1.5. Khái quát về kết quả và hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty ĐứcToàn trong giai đoạn 2012 – 2014.

Bảng 1.1. Bảng số liệu về kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp qua các năm (2012 -2104).

(ĐVT : Đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014	Chênh lệch 2013/2012		Chênh lệch 2014/2013	
				+/-	%	+/-	%
Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	16.391.488.000	14.518.694.000	15.027.254.000	-1.872.794.000	-11,43	508.560.000	3,50
Các khoản giảm trừ doanh thu	1.803.620.000	1.092.078.300	1.072.670.800	-711.541.700	-39,45	-19.407.500	-1,78
Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	14.587.868.000	13.426.615.700	13.954.583.200	-1.161.252.300	-7,96	527.967.500	3,93
Giá vốn hàng bán	8.093.403.800	7.052.946.000	8.529.387.000	-1.040.457.800	-12,86	1.476.441.000	20,93
Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	6.494.464.200	6.373.669.700	5.425.196.200	-120.794.500	-1,86	-948.473.500	-14,88
Doanh thu hoạt động tài chính	761.852.300	621.392.260	501.346.800	-140.460.040	-18,44	-120.045.460	-19,32
Chi phí tài chính	103.897.200	97.897.200	87.345.900	-6.000.000	-5,77	-10.551.300	-10,78
<i>Trong đó: Chi phí lãi vay</i>	72.593.240	65.872.170	54.235.980	-6.721.070	-9,26	-11.636.190	-17,66
Chi phí bán hàng	93.805.000	91.485.900	80.527.000	-2.319.100	-2,47	-10.958.900	-11,98
Chi phí quản lý doanh nghiệp	50.020.000	46.245.000	47.287.000	-3.775.000	-7,55	1.042.000	2,25
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	7.008.594.300	6.759.433.860	5.711.383.100	-249.160.440	-3,56	-1.048.050.760	-15,51
Thu nhập khác	372.553.400	356.278.000	389.265.700	-16.275.400	-4,37	32.987.700	9,26
Chi phí khác	60.747.500	57.848.290	58.262.510	-2.899.210	-4,77	414.220	0,72
Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	7.320.400.200	7.057.863.570	6.042.386.290	-262.536.630	-3,59	1.015.477.280	-14,39
Chi phí thuế TNDN hiện hành (25%)	1.830.100.050	1.764.465.893	1.510.596.573	-65.634.158	-3,59	-253.869.320	-14,39
Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp	5.490.300.150	5.293.397.678	4.531.789.718	-196.902.473	-3,59	-761.607.960	-14,39

(Nguồn : Phòng kế toán)

Nhận xét : Qua bản báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của công ty ta có thể thấy doanh thu bán hàng của công ty có biến động tăng qua các năm. Sử dụng phương pháp so sánh để đánh giá khái quát ta thấy doanh thu bán hàng năm 2013 giảm 18724000 đồng so với năm 2012 tương ứng giảm 11,43%, năm 2014 tăng 508560000 đồng tương ứng tăng 3,5% so với năm 2013. Chứng tỏ sức tiêu thụ sản phẩm của công ty ngày càng tăng, ngày càng có chỗ đứng trong thị trường trong và ngoài nước. Đồng thời các khoản giảm trừ doanh thu của công ty cũng giảm đều qua các năm, cụ thể ta thấy năm 2013 giảm 711541700 đồng tương ứng giảm 39,45% so với năm 2012, và năm 2014 giảm 19407500 đồng tương ứng giảm 1,78% so với năm 2013. Điều này cũng góp phần làm tăng doanh thu thuần của công ty năm 2013 giảm so với 2012 là 161252300 đồng tương ứng giảm 7,96%, năm 2014 tăng so với năm 2013 một khoản 527967500 đồng tương ứng tăng 3,93%.

Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ của công ty giảm qua các năm, trong đó năm 2013 giảm 120794500 đồng tương ứng giảm 1,86% so với năm 2012, năm 2014 giảm 948473500 đồng tương ứng giảm 14,88%. Nguyên nhân của sự chênh lệch về mức độ tăng trưởng của năm 2014 so với 2013 là do doanh nghiệp tập trung cải thiện chất lượng sản phẩm của công ty nhằm đáp ứng yêu cầu khắt khe của các thị trường Châu Âu, Mỹ, Nhật Bản nên làm tăng giá vốn hàng bán năm 2014 so với năm 2013 tăng 147644100 đồng tương ứng tăng 20,93%.

Doanh thu từ các hoạt động tài chính của công ty giảm qua các năm. Năm 2013 giảm 140460040 đồng tương ứng giảm 18,44% so với năm 2012, năm 2014 giảm 120.045.460 đồng tương ứng giảm 19,32% so với năm 2013. Nguyên nhân của sự sụt giảm này là do công ty tiến hành thanh toán các khoản chi phí lãi vay tới hạn, đồng thời cắt giảm đầu tư tài chính nhằm tập trung nguồn lực để phục hồi sau cuộc khủng hoảng.

Chi phí bán hàng của công ty giảm qua các năm, cụ thể năm 2013 giảm 2319100 đồng tương ứng giảm 2,47% so với 2012, năm 2014 giảm 10958900 đồng tương ứng giảm 11,98% so với 2013. Lợi nhuận thuần từ hoạt động bán hàng của công ty năm 2014 giảm 1048050760 so với năm 2013 tương ứng giảm 15,55%.

Các khoản thu nhập khác giảm đồng thời các khoản của chi phí khác tăng qua các năm cùng với tất cả các yếu tố trên cũng làm cho lợi nhuận trước thuế của công ty giảm đáng kể, theo bản báo cáo ta thấy lợi nhuận trước thuế của công ty năm 2013 giảm 262536630 đồng tương ứng giảm 3,59% so với năm 2012, năm 2014 thì giảm 1015477208 đồng tương ứng giảm 14,39%. Mức thuế phải nộp cũng tăng qua các năm với tỷ lệ tăng tương ứng với tỷ lệ tăng của lợi nhuận trước thuế.

Lợi nhuận sau thuế của công ty giảm 196902473 đồng tương ứng giảm 3,59% trong năm 2013, và giảm 761607960 đồng tương ứng giảm 14,39% vào cuối năm 2014. Điều này cho thấy công ty hoạt động đang gặp khó khăn trong công tác tiêu thụ sản phẩm lượng tồn kho cuối kỳ tương đối cao.

**Bản 1.2. Các chỉ tiêu đánh giá kết quả kinh doanh qua các năm (2012 - 2014).
(ĐVT :1000 đồng)**

Chỉ tiêu	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014	Chênh lệch	
				2013/2012	2014/2013
1. Doanh thu thuần	14.587.868	13.426.615	13.954.583	-1.161.252	527.967
3. Lợi nhuận sau thuế	5.490.300	5.293.397	4.531.789	-196902	-761607
4. Tổng tài sản bq	21.742.608	25.532.115	28.228.648	3.789.506	2.696.533
5. Vốn chủ sở hữu	18.650.700	19.764.804	20.473.905	1.114.104	709,100
8. ROE	0,29	0,27	0,22	-0,02	-0,05
9. ROA	0,25	0,21	0,16	-0,04	-0,05
10. Tỷ suất doanh lợi doanh thu (ROS)	0,38	0,39	0,33	0,01	-0,06

(Nguồn : kế toán – tài chính)

Nhận xét : Qua bản các chỉ tiêu đánh giá kết quả kinh doanh ta thấy các yếu tố doanh thu thuần, lợi nhuận sau thuế và vốn chủ sở hữu đều có biến động giảm qua các năm, tuy nhiên khi sử dụng phương pháp so sánh giữa các cấp 2013 với 2012, 2014 với 2013 thì chúng ta có thể nhận ra rằng tốc độ giảm đang có xu hướng giảm chậm lại khi chuyển sang năm 2014 trong khi tài sản bình quân vẫn được đầu tư thêm ở năm 2014. Cụ thể chúng ta có thể xét tới các chỉ số quan trọng như sau:

❖ *Doanh lợi doanh thu (DLDT)*: phản ánh cứ một đồng doanh thu thuần thì có bao nhiêu phần trăm lợi nhuận thuần(lợi nhuận sau thuế).

$$DLDT = (Lợi\ nhuận\ sau\ thuế / Doanh\ thu\ thuần) * 100\%$$

Năm 2012: cứ 100 đồng doanh thu thuần thì có 38 đồng lợi nhuận sau thuế.

Năm 2013: cứ 100 đồng doanh thu thuần thì có 39 đồng lợi nhuận sau thuế.

Năm 2014: cứ 100 đồng doanh thu thuần thì có 33 đồng lợi nhuận sau thuế.

Qua bảng trên ta thấy lợi nhuận tạo ra từ doanh thu của Công ty ở một mức khá cao và có xu hướng giảm qua các năm

ROA: phản ánh khả năng sinh lợi của một đồng vốn đầu tư.

$$ROA = (Lợi\ nhuận\ sau\ thuế / Giá\ trị\ tài\ sản\ bình\ quân) * 100\%$$

Năm 2013: cứ 100 đồng đầu tư vào tài sản thì có 21 đồng lợi nhuận sau thuế.

Năm 2014: cứ 100 đồng đầu tư vào tài sản thì có 16 đồng lợi nhuận sau thuế.

Qua đó ta thấy năm 2014 việc đầu tư nhiều vào tài sản đã không đem lại khả năng sinh lợi tương xứng so với năm 2013.

❖ *ROE*: đo lường tiền lời của mỗi đồng vốn bỏ ra.

$$ROE = (Lợi\ nhuận\ sau\ thuế / vốn\ chủ\ sở\ hữu\ bình\ quân) * 100\%$$

Năm 2013: cứ 100 đồng VCSH bình quân thì có 27 đồng lợi nhuận sau thuế.

Năm 2014: cứ 100 đồng VCSH bình quân thì có 22 đồng lợi nhuận sau thuế.
Như vậy, ta thấy tiền lời của mỗi đồng vốn bỏ ra năm 2014 đã giảm so với năm 2013.

Chương II. PHÂN TÍCH CÁC HOẠT ĐỘNG TẠI CÔNG TY ĐỨC TOÀN

2.1. Phân tích hoạt động tiêu thụ sản phẩm và công tác Marketing.

2.1.1. Tình hình tiêu thụ sản phẩm của công ty trong các năm 2012 – 2014.

Giai đoạn 2012-2014 là giai đoạn mà nền kinh tế thế giới sắp kết thúc một chu trình khủng hoảng và đang có những diễn biến tăng trưởng trở lại, người dân dần mở lại hâu bao của mình để tiêu dùng, tuy nhiên lượng tiêu dùng chủ yếu tập trung vào các mặt hàng thiết yếu, các mặt hàng sinh hoạt, trong khi các mặt hàng xa xỉ phẩm thì vẫn chỉ tăng trưởng chậm, vì thế xét trên tổng thể thì số lượng sản phẩm tiêu thụ của công ty trong giai đoạn này cũng tăng chậm nên mức tăng trưởng doanh thu cũng không cao.

Bảng 2.1 Số lượng sản phẩm tiêu thụ trong các năm 2012-2014 phân theo khu vực, nhóm sản phẩm và nhóm khách hàng.

(ĐVT : Sản phẩm)

Chỉ tiêu	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014	Chênh lệch	
				2013/2012	2014/2013
Theo khu vực địa lý	25.990	23.555	23.300	-2.435	-255
Châu Âu	4.570	4.050	3.500	-520	-550
Châu Á	5.370	4.505	4.400	-865	-105
Hoa Kỳ	4.290	4.050	4.700	-240	650
Nội địa	3.460	3.150	3.000	-310	-150
Khác	8.300	7.800	7.700	-500	-100
Theo nhóm sản phẩm	25.990	23.555	23.300	-2.435	-255
Giường	450	600	680	150	80
Bàn	11.860	9.985	9.820	-1.875	-165
Ghế	13.680	12.970	12.800	-710	-170
Theo nhóm khách hàng	25.990	23.555	23.300	-2.435	-255
Doanh nghiệp dịch vụ	8.600	8.400	8.200	-200	-200
Đại lý phân phối	7.490	6.705	6.500	-785	-205
Các cá nhân	9.900	8.450	8.600	-1.450	150

(Nguồn : Kế toán – Tài chính)

Nhận xét: Qua bảng này chúng ta có thể thấy được rằng lượng tiêu thụ sản phẩm của công ty có xu hướng giảm qua các năm, cụ thể như sau :

Theo khu vực địa lý

Ta thấy lượng tiêu thụ sản phẩm ở thị trường khu vực Châu Âu 2013 giảm 520 sản phẩm so với 2012 và năm 2014 giảm 550 sản phẩm so với 2013. Thị trường Châu Á năm 2013 lượng sản phẩm tiêu thụ giảm 865 sản phẩm so với 2012, năm 2014 giảm 105 sản phẩm so với 2013. Thị trường Hoa Kỳ năm 2013 giảm 240 sản phẩm so với năm 2012, năm 2014 tăng 650 sản phẩm so với năm 2014. Tại thị trường khác năm 2013 lượng tiêu thụ giảm 500 sản phẩm so với năm 2012, năm 2014 giảm 100 sản phẩm so với năm 2014. Thị trường trong nước năm 2013 có

lượng tiêu thụ là 3150 sản phẩm giảm 310 sản phẩm so với năm 2012, năm 2014 giảm 150 sản phẩm so với năm 2013.

Theo nhóm sản phẩm:

Giường năm 2013 tiêu thụ 600 sản phẩm tăng 150 so với năm 2012, năm 2014 tiêu thụ 680 sản phẩm tăng 80 sản phẩm so với năm 2013.

Bàn năm 2013 tiêu thụ 9985 sản phẩm giảm 1875 sản phẩm so với 2012, năm 2014 tiêu thụ 9820 sản phẩm giảm 165 sản phẩm so với 2013.

Ghế năm 2013 tiêu thụ 12970 sản phẩm giảm 710 sản phẩm so với 2012, năm 2014 tiêu thụ 12800 sản phẩm giảm 170 sản phẩm so với năm 2013.

Theo nhóm khách hàng:

Lượng tiêu thụ của khách hàng là doanh nghiệp có xu hướng giảm qua các năm, năm 2013 giảm 200 sản phẩm so với 2012, năm 2014 giảm 200 sản phẩm so với năm 2013. Lượng khách hàng đại lý cũng giảm qua các năm, năm 2013 giảm 758 sản phẩm so với năm 2012, năm 2014 giảm 205 sản phẩm so với năm 2013. Lượng tiêu thụ của nhóm khách hàng cá nhân năm 2013 tiêu thụ 8450 sản phẩm so với năm 2012 thì giảm 1450 sản phẩm, năm 2014 tiêu thụ được 8600 sản phẩm tăng 150 sản phẩm so với năm 2013.

Bảng 2.2 Doanh thu tiêu thụ sản phẩm theo khu vực và nhóm sản phẩm, nhóm khách hàng năm 2013-2014.

(ĐVT : 1000Đồng)

Chỉ tiêu	Kế hoạch		Thực hiện		Chênh lệch thực hiện 2013		chênh lệch thực hiện 2014	
	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2013	Năm 2014	Tuyệt đối	Tương đối	tuyệt đối	tương đối
1. Theo khu vực địa lý	17.000.000	18.000.000	14.853.870	15.761.200	-2.146.130	-12,62	-2.238.800	-12,44
Châu Âu	3.500.000	3.000.000	1.736.400	2.840.000	-1.763.600	-50,39	-160.000	-5,33
Châu Á	5.000.000	4.500.000	2.421.600	3.610.000	-2.578.400	-51,57	-890.000	-19,78
Hoa Kỳ	1.000.000	2.000.000	1.986.700	1.280.000	986.700	98,67	-720.000	-36,00
Nội địa	2.000.000	3.000.000	3.184.800	2.070.000	1.184.800	59,24	-930.000	-31,00
Khác	5.500.000	5.500.000	5.524.370	5.961.200	24.370	0,44	461.200	8,39
2. Theo nhóm sản phẩm	17.000.000	18.000.000	14.853.870	15.761.200	-2.146.130	-12,62	-2.238.800	-12,44
Bàn	9.000.000	9.000.000	7.179.770	7.208.500	-1.820.230	-20,22	-1.791.500	-19,91
Ghế	7.000.000	7.000.000	6.864.100	7.362.700	-135.900	-1,94	362.700	5,18
Giường	1.000.000	2.000.000	810.000	1.190.000	-190.000	-19,00	-810.000	-40,50
3. Theo nhóm khách hàng	17.000.000	18.000.000	14.853.870	15.761.200	-2.146.130	-12,62	-2.238.800	-12,44
Doanh nghiệp	6.000.000	6.500.000	5.500.900	5.800.200	-499.100	-8,32	-699.800	-10,77
Đại lý phân phối	7.000.000	7.000.000	4.700.300	5.061.000	-2.299.700	-32,85	-1.939.000	-27,70
Các cá nhân	4.000.000	4.500.000	4.652.670	4.900.000	652.670	16,32	400.000	8,89

(Nguồn : phòng kế toán - tài chính)

Nhận xét: Qua bảng 2.2 ta thấy doanh thu khu vực Châu Âu kỳ thực hiện năm 2013 đạt 1736400 nghìn đồng nhỏ hơn so với kế hoạch một khoản là 1763300 nghìn đồng tương ứng 50,39% không hoàn thành kế hoạch, năm 2014 đạt 2840000 nghìn đồng nhỏ hơn kế hoạch một khoản 160000 nghìn đồng tương ứng 5,33% không hoàn thành kế hoạch tiêu thụ sản phẩm tại thị trường này.

Tại khu vực Châu Á công ty chỉ vượt kế hoạch vào năm 2013 đạt được 2421600 nghìn đồng, nhỏ hơn kế hoạch một khoản 2578400 nghìn đồng tương ứng 51,57%, chưa đạt được kế hoạch tiêu thụ sản phẩm, năm 2014, chỉ đạt 361000 nghìn đồng nhỏ hơn kế hoạch 890000 nghìn đồng tương ứng với 19,78%.

Tại khu vực nội địa năm 2013 đạt doanh thu 3184800 nghìn đồng, vượt kế hoạch một khoản 1184800 nghìn đồng tương ứng 59,24%. Năm 2014 đạt doanh thu 2070000 nghìn đồng không hoàn thành kế hoạch tiêu thụ sản phẩm nhỏ hơn kế hoạch 930000 nghìn đồng tương ứng 31%. Khu vực Hoa Kỳ năm 2013 đạt doanh thu 1986700 nghìn đồng vượt kế hoạch một khoản 986700 nghìn đồng tương ứng 98,67%, vào năm 2014, đạt doanh thu 1280000 nghìn đồng nhỏ hơn kế hoạch một khoản 720000 nghìn đồng tương ứng 36%.

Khu vực khác : doanh thu hoàn thành kế hoạch tiêu thụ liên tục qua các năm cụ thể năm 2013 doanh thu đạt được 5524370 nghìn đồng vượt 24370 nghìn đồng tương ứng 0,44 %, năm 2014 doanh thu đạt được là 5961200 nghìn đồng vượt 461200 nghìn đồng tương ứng 8,39%.

Theo nhóm sản phẩm thì trong năm 2013 không có nhóm nào hoàn thành được kế hoạch tiêu thụ sản phẩm, năm 2014 thì chỉ có một nhóm hoàn thành được kế hoạch tiêu thụ sản phẩm là nhóm sản phẩm ghế cụ thể vượt kế hoạch 362700 nghìn đồng tương ứng 5,18%.

Theo nhóm khách hàng ta có thể thấy rằng nhóm doanh nghiệp và nhóm đại lý liên tục không hoàn thành kế hoạch tiêu thụ sản phẩm trong cả hai năm 2013 và 2014 trong khi đó nhóm khách hàng cá nhân lại mang về doanh thu vượt kế hoạch trong cả hai năm liên cụ thể năm 2013 đạt 4652670 nghìn đồng vượt kế hoạch 652670 nghìn đồng tương ứng vượt 16,32%. Năm 2014 đạt doanh thu 4900000 nghìn đồng vượt 400000 nghìn đồng tương ứng vượt 8,89%

Nhìn chung công ty đã hoàn thành kế hoạch tiêu thụ một cách khả quan tuy nhiên vẫn còn một số khu vực hay nhóm sản phẩm, nhóm khách hàng chưa hoàn thành kế hoạch tiêu thụ sản phẩm, nhưng với điều kiện môi trường kinh tế hiện thời thì việc công ty đề ra kế hoạch cao thì khả năng tiêu thụ không đạt kế hoạch là điều có thể chấp nhận được.

2.1.2. Chính sách sản phẩm – thị trường.

Đặc điểm sản phẩm của công ty là các sản phẩm từ các loại gỗ có giá trị cao như Teak (Giá ty), Bạch đàn, Keo... được sử lý theo quy trình kỹ thuật đạt tiêu

chuẩn quốc tế với nhiều kiểu dáng bắt mắt, có độ bền cao, thời gian sử dụng lâu, và không gây ô nhiễm môi trường sinh thái.

Sản phẩm có chất lượng cao và được kiểm tra đo lường bởi những phòng thí nghiệm nổi tiếng & uy tín trên thế giới như LGA (Hong Kong), Bureau Veritas (Pháp), CTBA (Pháp), SGS (Anh), TUV (Đức)...

Sản phẩm có mẫu mã bao bì bắt mắt, sản phẩm được bảo vệ bởi các lớp nilon sếp nhằm tránh sự trầy xước do va đập khi vận chuyển sản phẩm, hai lớp nilon mỏng nhằm bao bọc sản phẩm và chứa hướng dẫn sử dụng bảo quản, phương thức liên lạc khi có khiếu nại, hoặc yêu cầu đổi trả hàng do không đúng yêu cầu hay sản phẩm bị lỗi, vỏ ngoài làm bằng bìa các-tông dày là lớp bảo vệ đầu tiên khi có sự cố va đập xảy ra, trên bìa này có in màu minh họa sản phẩm và một số sản phẩm cùng loại, có in lô gỗ, tên, địa chỉ, nơi sản xuất, số điện thoại liên lạc và một số thiết minh về sản phẩm. cuối cùng là lớp bì nilon trong bọc bên ngoài nhằm bảo vệ lớp bìa luôn mới và màu sắc tươi đẹp hấp dẫn khách hàng sau một quá trình vận chuyển đường dài.

Định hướng thị trường hiện nay của công ty là tập trung đầu tư vào các thị trường hiện tại, đồng thời tăng cường thâm nhập tạo chỗ đứng cho công ty trong thị trường khách hàng ở Mỹ và mở rộng thị trường sang các nước thuộc khu vực Asean và tăng thị phần trong thị trường trong nước.

2.1.3. Chính sách giá của một số sản phẩm chủ yếu của công ty.

Công ty TNHH Đức Toàn áp dụng quy trình tính giá dựa trên việc phân tích điểm hòa vốn, phân tích và tính toán chi phí xác định giá của đối thủ cạnh tranh, giá thị trường và sắc thái của người tiêu dùng về sản phẩm. Lúc này tùy thuộc vào môi trường của Công ty để Công ty lựa chọn mức giá phù hợp.

Hiện tại, Công ty TNHH Đức Toàn chọn phương pháp định giá theo phương pháp cộng lợi nhuận dự kiến vào chi phí bỏ ra.

$$\text{Giá bán} = \text{Chi phí trung bình} + \text{Lợi nhuận (dự kiến)}$$

Mặc dù trên thị trường sự cạnh tranh về giá ngày càng tăng, nhưng do chi phí sản xuất một số sản phẩm cao nên giá bán của Công ty TNHH Đức Toàn nằm ở mức trung bình so với thị trường, cao hơn một số đối thủ cạnh tranh.

Bảng 2.3. Mức giá hiện hành một số sản phẩm của Công ty

(ĐVT: Đồng)

	Tên sản phẩm	Giá Cả
Ghế	Rome	1.535.000
	Hawaii	740.000
	Hanover	735.500
Bàn	Rome	1.820.000
	Hawaii	1.090.500
	Hanover	1.605.000

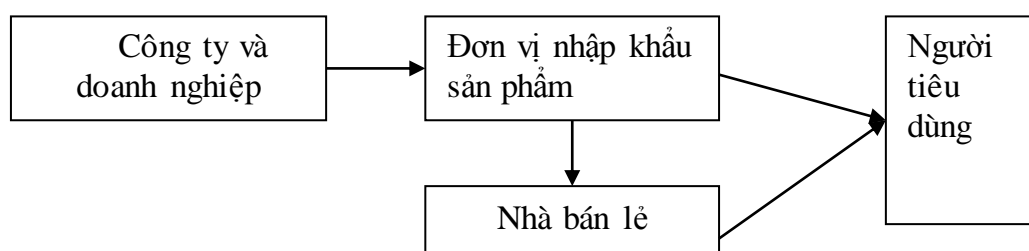
(Nguồn: Phòng kế toán- Tài chính)

2.1.4. Chính sách phân phối.

Đối với thị trường trong nước: Chính sách phân phối giữa các Công ty không có sự khác biệt nhiều. Nhằm tiết kiệm chi phí và giúp các công ty dễ dàng hơn trong việc quản lý thì các công ty TNHH Đức Toàn chỉ dùng một kênh phân phối trực tiếp để bán sản phẩm trực tiếp cho khách hàng.

Đối với thị trường ngoài nước: với các công ty có thị trường ngoài nước là Công ty TNHH Đức Toàn áp dụng hình thức phân phối gián tiếp với các trung gian và các đại lý có quy mô khá lớn. Thực hiện các chính sách ưu đãi cho các trung gian các đại lý bán lẻ nước ngoài nhằm phát triển kênh phân phối.

Sơ đồ 2.1: Kênh phân phối gián tiếp của Công ty Đức Toàn



(Nguồn: Phòng Kế hoạch - Kinh doanh và Internet)

Thông qua nhà nhập khẩu, nhà bán lẻ, các công ty và doanh nghiệp đã đưa sản phẩm của mình đến tay người tiêu dùng hoặc đến các thị trường mà Công ty chưa có khả năng vươn tới ở nước ngoài.

2.1.5. Chính sách xúc tiến bán.

Xúc tiến bán là làm cho hàng hóa tiêu thụ nhanh hơn, khách hàng thỏa mãn hơn. Bao gồm các hoạt động quảng cáo khuyến mãi, bán hàng cá nhân, tuyên truyền quan hệ công chúng PR. Xúc tiến bán vừa là khoa học vừa là nghệ thuật đòi hỏi phải có óc sáng tạo, sự khéo léo nhằm đạt được mục tiêu bán hàng với chi phí thấp nhất.

Thực hiện quảng cáo nhằm gia tăng doanh số của sản phẩm hiện có, mở rộng thị trường và lôi kéo thêm khách hàng mới đồng thời củng cố lòng tin của khách hàng đối với sản phẩm nhằm chống lại các đối thủ cạnh tranh, công ty đã thực hiện in tờ rơi quảng cáo, lập trang web và các trang mạng xã hội đặc biệt là facebook để thực hiện quảng cáo qua mạng nhằm giảm chi phí quảng cáo và tăng hiệu quả của các hoạt động quảng cáo, bên cạnh đó công ty còn tham gia trưng bày giới thiệu sản phẩm tại các hội chợ sản phẩm lâm sản, đồ gỗ mỹ nghệ trong tỉnh tổ chức và các chương trình giới thiệu sản phẩm mới tại các thị trường nước ngoài.

Thực hiện quảng cáo qua báo, đài với chi phí là 30 triệu cho một vị trí quảng cáo trên báo Bình Định trong một tháng, và tivi với chi phí 50 triệu đồng cho một bản tin 30s thông báo về các chương trình khuyến mại và giảm giá.

Một số chính sách khuyến mại như là giảm tiền vận chuyển cho những khách hàng trong tỉnh, chiết khấu giá bán cho các công ty, doanh nghiệp có nghiệp vụ

mua phát sinh với tổng giá trị trên 500 triệu sẽ được giảm giá bán còn 95% giá mua hiện hành, tổng chi phí thực hiện là gần 3 tỷ đồng với mức doanh thu thu về hơn 30 tỷ đồng trong tiêu thụ sản phẩm trong và ngoài nước.

Công ty còn thực hiện bán hàng trực tiếp, cử nhân viên đến tư vấn việc thay đổi nội thất văn phòng và gia đình cho một số công ty trong khu vực tỉnh và một số tỉnh lân cận, với chi phí cho nhân viên tư vấn là 10 triệu đồng, các chi phí đi lại và các chi khác khoản 10 triệu. cách này đã giúp công ty mang về 634 triệu đồng.

Nhìn chung công ty đã áp dụng khá hiệu quả các chính sách quảng cáo khuyến mại chiết khấu hay bán hàng cá nhân góp phần làm tăng doanh thu cho công ty, đồng thời giúp công ty tăng thêm một lượng khách hàng mới và mở rộng thị phần trong nước cũng như ở nước ngoài.

Bảng 2.4. Chi phí xúc tiến bán từ 2013- 2014

(ĐVT : Đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2013	Năm 2014	Chênh lệch	
			+/-	%
1. Quảng cáo	13.430.000	10.640.000	-2.790.000	-20,77
2. Khuyến mãi	18.455.900	23.467.000	5.011.100	27,15
3. Bán hàng trực tiếp	25.600.000	20.100.000	-5.500.000	-21,48
4. Quang hệ công chúng	18.500.000	17.000.000	-1.500.000	-8,11
5. Marketing trực tiếp	15.500.000	9.320.000	-6.180.000	-39,87
Tổng	91.485.900	80.527.000	-10.958.900	-11,98

(Nguồn: Kế toán – Tài chính)

Nhận xét: Qua bảng chi phí ta thấy rằng công ty đã có các chính sách cắt giảm chi phí trong năm 2014, cụ thể công ty đã giảm đầu tư cho quảng cáo năm 2014 là 10.640.000 đồng giảm 2.790.000 đồng tương ứng 20,77% so với năm 2013, khuyến mãi năm 2014 tăng 5.011.100 đồng so với năm 2013 tương ứng tăng 27,15%, bán hàng trực tiếp giảm 5.500.000 đồng so với 2013 tương ứng giảm 21,48%, quan hệ công chúng giảm 1.500.000 đồng so với 2013 tương ứng giảm 8,11%, marketing trực tiếp giảm 6.180.000 đồng so với năm 2013 tương ứng giảm 39,87%. Tổng mức đầu tư giảm 10.958.900 đồng so với năm 2013 tương ứng giảm 11,98%.

2.1.6. Các công tác thu thập thông tin của doanh nghiệp.

Các đối tượng lấy thông tin bao gồm các thông tin trong doanh nghiệp như tài sản , nguồn vốn , lợi nhuận, trang thiết bị nhà xưởng, công nhân, hàng tồn kho, ... để tìm ra các điểm mạnh điểm yếu của doanh nghiệp nhằm khắc phục các điểm yếu và phát huy các điểm mạnh, thăm hỏi động viên công nhân, tăng các chi phí phúc lợi hỗ trợ cho các công nhân có điều kiện khó khăn, tạo bầu không khí làm việc như nhà mình cho công nhân trong công ty, tăng sự đoàn kết, liên kết giữa công nhân với ban lãnh đạo của công ty.

Lấy thông tin từ khách hàng, tiến hành nghiên cứu thị trường xem xét sự thay đổi của thị hiếu người tiêu dùng để có các thay đổi kịp thời hay các chính sách marketing hiệu quả, phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu tiêu dùng của khách hàng, như thu nhập bình quân... Công ty cũng đã tiến hành phân tích về chính sách giá của một số đối thủ cạnh tranh, các chiến lược marketing hay các chiến lược về tăng thị phần mở rộng thị phần của đối thủ trong ngành.

Công ty phân tích một số yếu tố của môi trường vĩ mô như các chính sách kinh tế, pháp luật, chính sách về xuất nhập khẩu, môi trường công nghệ về bảo vệ môi trường nhằm hạn chế xả thải ra môi trường, nghiên cứu môi trường tự nhiên của các khách hàng nước ngoài, các môi trường kinh tế chính trị và văn hóa các thị trường của công ty. Lấy các thông tin về quy mô dân số, mật độ dân số, cơ cấu tuổi của quốc gia, lạm phát, lãi suất,.. các thông tin được thu thập sử dụng thường là các thông tin thứ cấp đã được dùng và có sẵn trên các trang web thống kê của quốc gia đó, vì việc tổ chức thu thập thông tin sơ cấp, thông tin mới hoàn toàn tại các thị trường nước ngoài là rất khó khăn và tốn nhiều chi phí.

2.1.7. một số đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp.

Một số đối thủ cạnh tranh của công ty :

Công ty TNHH sản xuất và thương mại Tiến Phát : Tuy thị trường trong nước chưa phát triển so với các công ty khác nhưng doanh nghiệp có nguồn thu tập trung chủ yếu vào việc xuất khẩu ra nước ngoài. Thị trường nước ngoài của doanh nghiệp tương đối rộng gồm: Trung Quốc, Nhật, Hà Lan, Ý, Đức, Mỹ...

Công ty TNHH Thương mại Ánh Vy: Chỉ tiêu thụ ở thị trường trong nước, chưa phát triển thị trường ngoài nước. Và thị trường trong nước của công ty cũng chưa phân bố rộng khắp, cũng chỉ tập trung vào một số thành phố lớn và phát triển như: Hà Nội, Đà Nẵng, thành phố Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương, Bình Định và một số tỉnh miền Tây.

Công ty TNHH Đức Hải: Phát triển chủ yếu thị trường trong nước như một số tỉnh ở đồng bằng sông Hồng, Đà Nẵng, Huế, Nha Trang, và một số tỉnh phía Nam. Thị trường ngoài nước chỉ có thị trường tại Trung Quốc, Thái Lan và một số quốc gia Châu Âu.

Nhận xét : Thị trường tiêu thụ của các công ty đều chưa được rộng rãi, nhiều thị trường chưa được khai thác. Công ty TNHH sản xuất và thương mại Tiến Phát thì chỉ phát triển chủ yếu ở ngoài nước, đòi hỏi doanh nghiệp phải có sự quản lý, kiểm soát cao hơn. Công ty TNHH Thương mại Ánh Vy thì ngược lại, chỉ có tiêu thụ trong nước, đòi hỏi công ty phải mở rộng sang các tỉnh thành khác nếu muốn cạnh tranh và phát triển. Công ty Cổ phần Kỹ Nghệ Gỗ Tiến Đạt có thị trường trong nước tương đối rộng hơn các công ty kia, song việc chỉ có Trung Quốc và Thái Lan

và một số nước ở Châu Âu là thị trường ngoài nước thì sẽ hạn chế sự phát triển, đòi hỏi công ty phải tìm nhiều khách hàng ở thị trường nước ngoài hơn.

Bảng 2.5. Một số đối thủ cạnh tranh của công ty Đức Toàn.
(ĐVT: 1000Đồng)

Chỉ tiêu	Công ty TNHH Đức Toàn	Công ty TNHH sản xuất và thương mại Tiến Phát	Công ty TNHH Thương mại Ánh Vy	Công ty TNHH Đức Hải
1. Vốn kinh doanh	16.000.000	10.500.000	8.600.500,8	12.356.700
2. Doanh thu	16.391.488	9.659.000	6.357.357	8.247.700
3. Giá bán bình quân	1.860	2.470	1.500	1.601
4. Thị phần tương đối (%)	40,31	23,76	15,64	20,29
5. Chi phí xúc tiến bán	80.527	30.034	26.734	46.363

(Nguồn: phòng kế toán- tài chính)

Nhận xét: Qua bảng ta có thể dễ dàng nhận ra rằng công ty Đức Toàn là công ty có vốn kinh doanh cao nhất so với các công ty còn lại, đồng thời cũng là công ty chiếm thị phần lớn nhất so với các công ty còn lại, tuy nhiên giá bán của công ty không phải là giá rẻ nhất trong tất cả các công ty nhưng cũng không phải là công ty đắt nhất điều đó cho thấy công ty đang chọn chiến lược giá thị trường để ổn định thị trường, và chống lại các đối thủ cạnh tranh mới vào thị trường này. Với chi phí xúc tiến bán cao nhất trong các công ty được xét thì việc doanh thu đạt được của công ty là lớn nhất là điều dễ hiểu và được xem là khá hiệu quả so với các công ty khác.

2.2. Phân tích công tác lao động và tiền lương.

2.2.1. Cơ cấu lao động của doanh nghiệp.

Theo thống kê của phòng Tổ chức – Hành chính, tính đến ngày 31/12/2014 tổng số cán bộ, công nhân viên trong toàn công ty là 410 người. trong đó có 22 cán bộ văn phòng, 20 nhân viên quản lý sản xuất, 97 công nhân làm việc tại khâu nguyên liệu(bộ phận xẻ, sấy), 143 công nhân tại khâu chế biến, 128 công nhân làm việc tại khâu hoàn thiện sản phẩm, 10 công nhân cơ khí, 3 bảo vệ và 6 lao động phục vụ.

Kết cấu lao động của công ty có trình độ Đại học là 30 người chiếm 7,32%, Cao đẳng là 33 người chiếm 8,05%, trung cấp 66 người chiếm 16,10%, lao động phổ thông 281 người chiếm 68,54%

Bảng 2.6. Cơ cấu lao động của công ty năm 2013- 2014.
(ĐVT: Người)

S T T	Chỉ tiêu	Năm 2013		Năm 2014		Chênh lệch	
		Số lượng	Tỷ trọng (%)	Số lượng	Tỷ trọng (%)	Số lượng	
1	Tổng LĐ bình quân	400	100	410	100	10	
2	LĐ theo hợp đồng	LĐ dài hạn	310	77,5	325	79,27	15
		LĐ thời vụ	90	22,5	95	23,17	5
3	LĐ theo giới tính	Nam	305	76,25	312	76,10	7
		Nữ	95	23,75	98	23,9	3
4	LĐ theo trình độ	Đại học	29	7,25	30	7,32	1
		Cao đẳng	30	7,5	33	8,05	3
		Trung cấp	61	15,25	66	16,10	5
		Phổ thông	280	70	281	68,54	1
5	LĐ theo độ tuổi	18-25	220	55	227	55,37	7
		26-45	150	37,5	152	37,07	2
		46-60	30	7,5	31	7,56	1

(Nguồn: Phòng tổ chức – Hành chính)

Nhận xét: Qua bảng trên ta thấy số lượng lao động của công ty năm 2014 là 410 người, tăng 10 người tương ứng 2,5% so với năm 2013. Có thể lý giải điều này là do trong năm 2014 Công ty có lượng tiêu thụ lớn hơn năm 2013 nên đã tuyển thêm lao động.

Và Công ty có hoạt động trong lĩnh vực khai thác nên mùa mưa gió không tiến hành khai thác ròng được và kinh doanh phụ thuộc nhiều vào đơn đặt hàng, nên sản xuất có tính chất thời vụ: vào mùa là từ tháng 12 đến tháng 7, còn lại thì Công ty vẫn hoạt động sản xuất nhưng không nhiều hàng như tháng vào mùa, do đó khi vào mùa thì Công ty có thể thuê thêm công nhân để làm cho kịp hàng và công nhân phải làm tăng ca, làm vào cả ngày lễ và ngày chủ nhật. Do đó, số lao động tăng này chủ yếu là lao động thời vụ.

Về độ tuổi nhìn chung Công ty có lực lượng lao động tương đối trẻ, tập trung ở độ tuổi 18-25 và 26-45. Cụ thể, năm 2014 ở độ tuổi 18-45 tăng 9 người, và ở độ tuổi 46-60 giảm 1 người so với năm 2013. Điều này nói lên Công ty rất coi trọng vấn đề trẻ hoá đội ngũ cán bộ công nhân viên, bởi vì các nhà quản lý hiểu rằng họ chính là lực lượng lao động nòng cốt trong tương lai, hơn nữa công việc của Công ty đòi hỏi những người có sức khoẻ tốt, chỉ có thanh niên và những người trung niên là đáp ứng tốt yêu cầu này.

Và do số lượng công nhân chiếm số đông và với tỷ trọng lớn hơn trong toàn Công ty nên số lao động phổ thông chiếm tỷ trọng lớn, luôn trên 60% ở các năm. Số lượng lao động có trình độ đại học và cao đẳng chiếm tỷ lệ thấp do lực lượng lao động gián tiếp có nhiệm vụ quản lý hành chính cho công ty là không nhiều. Tuy

nhiên, lực lượng có trình độ đại học, cao đẳng năm 2014 cũng có tăng so với năm 2013 là 4 người, điều này chứng tỏ Công ty chú ý đến việc nâng cao chất lượng lao động, muốn có một bộ phận quản lý hành chính tốt hơn.

Do tính chất ngành nghề sản xuất kinh doanh của Công ty là khai thác, chế biến gỗ, nên đòi hỏi lao động nam phải chiếm tỷ trọng cao hơn nữ trong tổng số lao động. . Khi tổng số lao động năm 2014 tăng hơn 10 người so với năm 2013 thì có tới 7 người là nam chiếm tỷ trọng 76,1%, số lao động nữ được tăng thêm 3 người Điều này là hợp lý vì nam phù hợp với những công việc nặng như: vận chuyển, bốc xếp, cưa xẻ... đồng thời công ty cũng muốn hài hòa môi trường làm việc, không chỉ toàn nam, và có một số khâu trong quy trình công nghệ cần đến sự khéo léo của chị em nên việc tăng thêm là bình thường.

2.2.2 Phương pháp xây dựng định mức lao động.

❖ Thời gian làm việc theo quy định

Cán bộ công nhân viên làm việc ở các phòng ban thì không làm việc quá 8 giờ/ ngày.

Công nhân làm việc tại các phân xưởng sản xuất ngoài việc làm theo quy định giống như cán bộ công nhân viên làm việc ở các phòng ban là ngày làm 8 giờ trên thì còn có thể sẽ làm thêm không quá 4 giờ/ngày.

❖ Thời gian nghỉ quy định.

Trong thời gian làm việc, người lao động được nghỉ giữa ca 30 phút và nghỉ trưa là 90 phút.

Số ngày nghỉ lễ tết theo quy định là 18 ngày.

Có những ngày sẽ được nghỉ do hết hàng, máy hư hay gặp các sự cố khác thì tùy trường hợp mà Công ty cho phép nghỉ số ngày tương ứng.

Mỗi cán bộ công nhân viên quy định mỗi tháng không được tự ý nghỉ quá 5 ngày mà không có lý do thỏa đáng(thực hiện tốt điều này sẽ đảm bảo tiền thưởng dịp lễ, tết nhiều). Nếu nghỉ nhiều hơn 10 ngày mà không có lý do thì cắt tiền thưởng vào các dịp lễ, tết. Nghỉ quá 20 ngày mà không có lý do thì sẽ buộc thôi việc, trường hợp có lý do sẽ được xem xét lại. Những ngày tự ý nghỉ sẽ không được tính lương. Thời gian nghỉ việc riêng không lý do quá 4 giờ/ ngày thì coi như nghỉ ngày đó và không được chấm công.

Ta xem xét bảng cân đối thời gian lao động của một công nhân viên bình quân năm sau:

Bảng 2.7. Cân đối thời gian lao động của một công nhân viên bình quân năm

(ĐVT: Ngày)

Chỉ tiêu	2013	2014	Chênh lệch
1. Tổng số ngày theo dương lịch	365	365	0
2. Số ngày nghỉ lễ, tết	18	18	0
3. Tổng số ngày theo chế độ	347	347	0
4. Tổng số ngày vắng mặt với lý do:	85	80	-5
- Phép có việc	30	28	- 2
- Nghỉ ốm	15	16	+1
- Thiếu hàng, sửa chữa lớn	40	36	- 4
6. Nghỉ không có lý do	9	7	-2
7. Tổng số ngày công thiệt hại	94	87	-7
8. Số ngày công làm thêm	27	30	+3
9. Tổng số ngày có mặt làm việc	280	290	+10

(Nguồn: Phòng Tổ chức - Hành chính)

Nhận xét: Nhìn chung, ta thấy số ngày nghỉ việc của công nhân trong năm cao.

Trong đó:

+ Số ngày vắng mặt không có lý do của một công nhân bình quân trong năm là khá cao, đó là do vấn đề kỷ luật của Công ty không được nghiêm.

+ Số ngày nghỉ do thiếu nguyên liệu, ít đơn hàng, sửa chữa lớn chiếm rất cao: Công ty hoạt động trong lĩnh vực khai thác nên mùa mưa gió không tiến hành khai thác rông được và kinh doanh phụ thuộc nhiều vào đơn đặt hàng, nên sản xuất có tính chất thời vụ: vào mùa là từ tháng 12 đến tháng 7, còn lại thì Công ty vẫn hoạt động sản xuất nhưng không nhiều hàng như tháng vào mùa, do đó khi vào mùa thì Công ty có thể thuê thêm công nhân để làm cho kịp hàng và công nhân phải làm tăng ca, làm vào cả ngày lễ và ngày chủ nhật. Còn vào những tháng ít hàng thì một số công nhân sẽ nghỉ làm. do đó có thể thấy rằng đời sống công nhân không được ổn định, có tháng làm việc liên tục có tháng chơi không. Do đó, Công ty nên có biện pháp khắc phục, để công nhân có thể yên tâm làm việc, gắn bó với Công ty hơn và từ đó nâng cao năng suất lao động của họ.

+. Số ngày nghỉ ốm của công nhân cũng ở mức cao, mặc dù Công ty có cải thiện môi trường và điều kiện làm việc. Công ty cần xem xét có đúng không để tăng hiệu quả sử dụng thời gian lao động đối với công nhân.

Tuy nhiên, qua các năm thì Công ty đã cải thiện dần tình hình sử dụng thời gian lao động. Cụ thể: Năm 2014 tổng số ngày công thiệt hại đã giảm so với năm 2013 là 7 ngày, trong đó: ngày nghỉ vắng mặt có lý do giảm 5 ngày, bao gồm: ngày nghỉ phép giảm 2 ngày, nghỉ ốm tăng 1 ngày, thiếu hàng và sửa chữa lớn giảm 4 ngày, ngày nghỉ không có lý do giảm 2 ngày. Hơn nữa, năm 2013 có số ngày công

làm thêm tăng 5 ngày so với năm 2013 và do đó, số ngày công có mặt làm việc của năm 2014 tăng 10 ngày so với năm 2013.

2.2.3. Năng suất lao động của Công ty:

Lao động là nhân tố sáng tạo trong sản xuất kinh doanh, số lượng và chất lượng của lao động là nhân tố quan trọng nhất tác động đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Hiệu quả sử dụng lao động được biểu hiện ở các chỉ tiêu năng suất lao động, mức sinh lời của lao động và hiệu suất tiền lương.

Trong đó, năng suất lao động là chỉ tiêu quan trọng để đánh giá tình hình hoạt động của doanh nghiệp, đó là khối lượng sản phẩm có ích cho xã hội có thể biểu hiện bằng thước đo hiện vật hoặc giá trị mà người lao động tạo ra trong một khoảng thời gian nhất định và được xác định theo công thức:

$$\text{NSLĐ} = \frac{\text{Khối lượng (giá trị) sản phẩm}}{\text{Thời gian lao động}}$$

Chỉ tiêu năng suất lao động ngoài việc sử dụng trong đo lường mức hiệu quả, trong đánh giá và phân tích hiệu quả sử dụng lao động của đơn vị cơ sở, còn được dùng làm cơ sở để xây dựng các định mức công việc và định mức lao động.

Dựa vào năng suất lao động của công việc *i* trong năm báo cáo để xây dựng định mức cho một lao động ở năm sau, hoặc xem xét khả năng sản xuất sản phẩm (hay công việc) *i* ở năm sau với số lượng lao động làm sản phẩm (hay công việc) *i* đã được xác định.

Hoặc dựa vào năng suất lao động bình quân một lao động và suất tiêu hao lao động để làm ra một đơn vị sản phẩm (hay công việc) *i* ở năm sau để xác định nhu cầu về lao động tương ứng với lượng sản phẩm sẽ sản xuất ở năm tới.

2.2.4. Tuyển dụng lao động.

❖ Chính sách tuyển dụng.

Đối với cán bộ quản lý: ưu tiên con em cán bộ công nhân viên có bằng cấp được tuyển thẳng vào Công ty, sẽ được bố trí công việc phù hợp. Đối với cán bộ chủ chốt sẽ được đề bạt, thăng cấp từ chính cán bộ trong Công ty, còn nhân viên khác khi cần thiết sẽ tuyển thẳng từ các nguồn bên ngoài, ưu tiên người có kinh nghiệm.

Đối với công nhân: tổ chức tuyển dụng rộng rãi, không cần thiết phải là người có tay nghề cao, khi được tuyển sẽ được đào tạo thêm.

❖ Thông báo tuyển dụng

Khi Công ty cần tuyển chọn tăng thêm người lao động để phù hợp với nhu cầu sản xuất kinh doanh của Công ty, phòng Tổ chức- Hành chính có trách nhiệm thông báo đầy đủ, công khai các điều kiện tuyển dụng, quyền lợi và trách nhiệm của người

lao động và người sử dụng lao động trong quá trình làm việc, hồ sơ có liên quan và thời gian bắt đầu nhận hồ sơ và hạn cuối nhận hồ sơ, địa điểm nhận hồ sơ.

Phòng Tổ chức- Hành chính tiến hành thông báo qua: báo Bình Định, báo Lao Động, phương tiện truyền thông của tỉnh Bình Định như: đài phát thanh, truyền hình Bình Định, trên trang Web của Công ty, thông báo rộng trong toàn Công ty và dán thông báo tại cổng Công ty.

❖ *Thu nhận, nghiên cứu hồ sơ và quyết định tuyển dụng.*

Sau khi thông báo thì Phòng Tổ chức- Hành chính tiến hành thu nhận hồ sơ. Hết thời gian nhận hồ sơ theo quy định thì Phòng bắt đầu xem xét, đánh giá, phân loại hồ sơ theo các vị trí mà ứng viên đăng kí.

Sau đó, Phòng sẽ tiến hành loại các hồ sơ không đạt yêu cầu và thông báo nhận các hồ sơ đạt yêu cầu. Đối với các cán bộ, quản lý thì phải trải qua phỏng vấn, thử việc, nếu hoàn thành tốt thì mới được vào làm chính thức. Đối với công nhân sản xuất thì phải thử việc nếu được thì vào làm chính thức luôn, nếu chưa có kinh nghiệm thì phải học việc. Sau khi kết thúc thời gian học việc, Trưởng phòng Tổ chức- Hành chính sẽ cùng với quản đốc phân xưởng và tổ trưởng các đơn vị sản xuất quyết định tiếp nhận lao động chính thức hay không tiếp nhận họ. Phòng Tổ chức- Hành chính sẽ giữ lại hồ sơ và các tài liệu có liên quan đến những người chưa được nhận đợt đào tạo đó để khi cần hợp tác, Công ty sẽ xem xét tới họ.

Nhận xét: Với quy trình tuyển dụng như trên thì về cơ bản Công ty đã tương đối hoàn thành việc đem lại nguồn nhân lực tốt cho Công ty. Tuy nhiên, một số trường hợp tuyển thẳng đối với con em cán bộ công nhân viên có bằng cấp vào Công ty thì có thể xảy ra việc không tuyển đúng thực chất năng lực của người xin việc.

2.2.5. Đào tạo lao động.

“Không có đầu tư nào mang lại lợi nhuận cao bằng đầu tư vào chính con người”.

Đây là quan điểm của những nhà quản trị lỗi lạc trên thế giới, quan điểm chủ đạo của họ là: con người không đơn thuần chỉ là yếu tố của quá trình sản xuất kinh doanh, mà là một nguồn tài sản quý báu của một tổ chức doanh nghiệp .

Trong các doanh nghiệp ngày nay, đào tạo là một quá trình không thể thiếu sau công tác tuyển dụng, là công tác rất cần thiết, là khá quan trọng, được xem như là một yếu tố cơ bản nhằm đáp ứng các mục tiêu, chiến lược của tổ chức, nó giúp cho công nhân viên của công ty không bỡ ngỡ trước công việc mà mình đảm nhận. Đồng thời họ cũng được bồi đắp những thiếu hụt trong học vấn, tay nghề.

Hình thức đào tạo lao động chủ yếu của Công ty là đào tạo học nghề trực tiếp được diễn ra tại chỗ sản xuất và sử dụng phương pháp đào tạo sử dụng kỹ năng đối với công nhân học việc, người mới nhận vào làm chưa có kinh nghiệm làm việc nhiều. . Thời gian đào tạo quy định ở Công ty thường là một tháng rưỡi.

Phương pháp đào tạo này thường được phân công theo kế hoạch đào tạo giữa những người hướng dẫn là công nhân vào trước lành nghề, có kỹ năng cao với những công nhân có trình độ tay nghề thấp. Cách thức đào tạo diễn ra đơn giản theo hình thức người hướng dẫn kèm cặp, hướng dẫn tại chỗ cho những công nhân cần được đào tạo, biết cách vận dụng, sử dụng máy móc và những công việc khác nhau. Trong quá trình làm việc, các công nhân này sẽ quan sát, ghi nhớ, học tập và thực hiện lại công việc theo người hướng dẫn.

Nhận xét: Phương pháp đào tạo này đơn giản, dễ tổ chức, ít tốn kém có thể đào tạo nhiều người cùng một lúc. Trong quá trình đào tạo, học viên đồng thời tạo ra sản phẩm, Công ty không cần có các phương tiện như phòng học, đội ngũ cán bộ giảng dạy riêng, học viên nắm ngay được cách thức giải quyết các vấn đề thực tế và mau chóng có thông tin phản hồi về kết quả đào tạo. Tuy nhiên, phương pháp này cũng có một số nhược điểm là: người hướng dẫn thường không có kinh nghiệm về sư phạm nên khó có thể hướng dẫn học viên theo một trình tự từ dễ đến khó, theo đúng quy trình công nghệ, nên học viên khó tiếp thu được một cách khoa học.

Còn đối với những công nhân vào làm trước, được vào biên chế, hàng năm Công ty tổ chức học và thi nâng bậc. Chi phí cách thức này tốn kém và mất nhiều thời gian hơn, nhưng đem lại hiệu quả cao hơn.

2.2.6. Tổng quỹ lương của công ty.

Tổng quỹ lương là tổng khoản tiền mà doanh nghiệp phải trả cho người lao động làm việc và phục vụ tại doanh nghiệp. Việc xác định tổng quỹ lương của kỳ kế hoạch cho Công ty do phòng KH – XNK đảm nhiệm và được tính theo công thức:

$$V_{KH} = V_{KH1} + V_{KH2} + V_{BS}$$

Trong đó: - V_{KH} : Tổng quỹ lương kỳ kế hoạch (đồng).

- V_{KH1} : Quỹ lương bộ phận trực tiếp (đồng).

- V_{KH2} : Quỹ lương bộ phận gián tiếp (đồng).

- V_{BS} : Quỹ lương bổ sung trả cho thời gian thực tế không tham gia sản xuất nhưng được hưởng lương (đồng).

Với V_{KH1} , V_{KH2} và V_{BS} được xác định như sau:

+ Đối với quỹ lương bộ phận lao động trực tiếp, công thức xác định:

$$V_{KH1} = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m (V_{TLKij} \times Q_j)$$

Trong đó:

- V_{KH1} : Quỹ lương kế hoạch của bộ phận lao động trực tiếp (đồng).

- V_{TLKij} : Đơn giá tiền lương khoán cho tổ sản xuất thứ i đối với sản phẩm loại j (đồng/cái).

- Q_j : Số lượng sản phẩm loại j (cái).

- i : Tổ.

- j : Mặt hàng.

+ Đối với quỹ lương của bộ phận lao động gián tiếp, công thức xác định như sau:

$$V_{KH2} = L_{DB} \times V_{TLBQ} \times 12$$

Trong đó:

- V_{KH2} : Quỹ lương kế hoạch của bộ phận lao động gián tiếp (đồng).
- L_{DB} : Lượng lao động định biên theo kế hoạch (người).
- V_{TLBQ} : Đơn giá tiền lương kế hoạch bình quân tháng cho một công nhân viên theo kế hoạch và được xác định như sau:

$$V_{TLBQ} = V_{TLBQDT} + V_{TLBQHS} + V_{PCBQ}$$

Với:

- V_{TLBQDT} : Đơn giá tiền lương bình quân tính theo doanh thu kế hoạch (T_{KH}). Đây là khoản tiền thu nhập thêm cho công nhân viên ngoài tiền lương tính theo hệ số cấp bậc và được xác định:

$$V_{TLBQDT} = \frac{0,65\% \times T_{KH}}{12 \times L_{DB}}$$

- V_{TLBQHS} : Tiền lương tính theo hệ số cấp bậc bình quân và được xác định:

$$V_{TLBQHS} = TL_{\min DN} \times H_{CBBQ}$$

Với $TL_{\min DN}$ là mức lương tối thiểu chung của doanh nghiệp.

Và H_{CBBQ} là hệ số cấp bậc bình quân của doanh nghiệp.

- V_{PCBQ} : Đơn giá tiền lương phụ cấp bình quân.

+ Đối với quỹ lương bổ sung, xác định như sau:

$$V_{BS} = 0,5\% \times T_{KH}$$

2.2.7. Các hình thức trả công lao động của Công ty.

Công ty có hình thức trả công cho người lao động là theo thời gian làm việc đối với nhân viên văn phòng và các công nhân làm việc tại bộ phận làm tinh, ráp ráp và theo sản phẩm đối với công nhân làm việc tại bộ phận cưa xẻ.

Trả lương theo thời gian

Áp dụng đối với tất cả công nhân viên trong Công ty .

Theo hình thức này, việc tính trả lương cho nhân viên theo thời gian làm việc, theo ngành nghề và trình độ thành thạo nghiệp vụ, kỹ thuật chuyên môn của người lao động. Tùy theo tính chất lao động khác nhau mà mỗi ngành nghề cụ thể có một thang lương riêng: thang lương nhân viên cơ khí, nhân viên lái xe... Trong mỗi thang lương lại tùy theo trình độ nghiệp vụ, kỹ thuật, chuyên môn mà lại chia làm nhiều bậc lương, mỗi bậc lương có một mức tiền lương nhất định. Đơn vị để tính tiền lương thời gian của Công ty là lương ngày. Mỗi ngày làm 8 tiếng. Và công thức tính tiền lương là:

$$\text{Lương tháng} = (\text{Số ngày làm} \times \text{Định mức lương/ngày}) + \text{Thưởng lễ tết}$$

Bảng 2.8. Bảng xây dựng tiền lương theo hình thức trả lương theo thời gian

(ĐVT: đồng)

STT	Chức vụ	Bậc	Tiền công/ ngày
1	Phó GD	1	250.000
2	Cơ khí	1	170.000
		2	180.000
		3	200.000
3	KCS	1	155.000
		2	190.000
4	Trưởng phòng	1	220.000
5	Quản đốc phân xưởng	1	220.000
6	Kế toán trưởng	1	210.000
7	Bảo vệ	1	84.000
8	Nhân viên văn phòng	1	100.000
		2	130.000
9	Công nhân	1	100.000
		2	130.000
		3	160.000
		4	180.000
NHỮNG KHOẢN CỘNG			
1	Thưởng lễ, tết		110.000

(Nguồn: Phòng Tài chính- Kế toán)

Ưu và nhược điểm của hình thức này như sau:

Ưu điểm: Trả lương theo thời gian giúp dễ tính toán và bảo đảm cho nhân viên một khoản tiền thu nhập nhất định trong thời gian làm việc.

Hạn chế: Tiền lương trả theo thời gian chưa thực sự gắn chặt giữa thu nhập với kết quả lao động.

2.3. Phân tích công tác quản lý sản xuất.

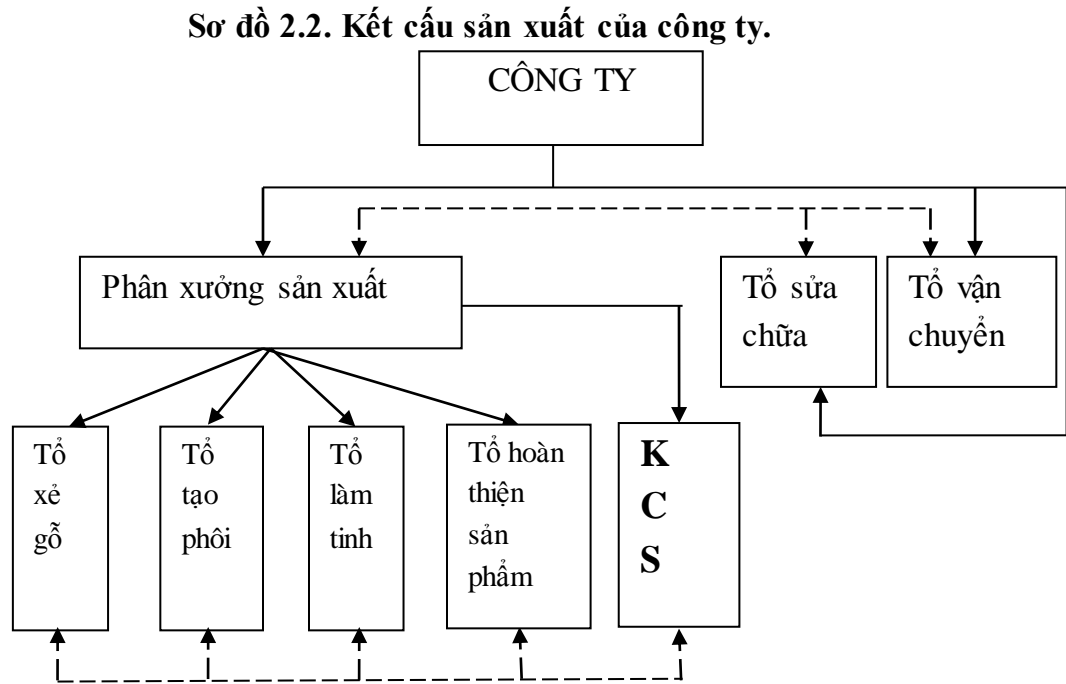
2.3.1. Hình thức tổ chức sản xuất.

Công ty tiến hành tổ chức sản xuất theo hướng chuyên môn hóa sản phẩm. Chuyên môn hóa sản phẩm là việc tập trung vào việc chế tạo một loại sản phẩm hoàn chỉnh đến mức độ nhất định.

Khi thực hiện chuyên môn hóa sản phẩm, Công ty tự đảm nhận việc chế tạo tất cả các bộ phận và chi tiết cấu thành sản phẩm hoàn chỉnh, tự thực hiện tất cả các khâu công nghệ của quá trình công nghệ chế tạo sản phẩm. Biểu hiện cụ thể là Công ty tự thực hiện tất cả các khâu từ khai thác đá nguyên liệu đến việc cắt, xẻ, gia công, tạo phôi và tạo ra những sản phẩm hoàn chỉnh.

Việc áp dụng hình thức chuyên môn hóa này có thể đảm bảo được sự tập trung trong chỉ huy, điều hành sản xuất, sự chủ động trong tổ chức mối liên hệ sản xuất.

2.3.2. Sơ đồ kết cấu sản xuất của Công ty.



(Nguồn: Phòng Tổ chức - Hành chính)

Ghi chú:

—————> : Quan hệ trực tuyến

<-----> : Quan hệ chức năng.

Mô hình sản xuất của công ty TNHH ĐỨC TOÀN được kết cấu theo từng bộ phận sản xuất và chúng có mối quan hệ bổ sung cho nhau, bao gồm các bộ phận sau:

- Bộ phận sản xuất chính: tổ cơ sở, tổ cắt quy cách, tổ thủ công.
- Bộ phận sản xuất phụ trợ: gồm tổ đóng kiện bao bì, tổ vận chuyển, tổ sửa chữa, tổ kỹ thuật(KCS), tổ vệ sinh công nghiệp, kho thành phẩm.

2.3.3. Chức năng, nhiệm vụ và cơ sở vật chất kỹ thuật của các bộ phận sản xuất chính và phụ trợ.

❖ Bộ phận sản xuất chính:

- Công ty luôn chú ý việc đầu tư đổi mới công nghệ, máy móc cho quá trình sản xuất. Tuy nhiên, trong qui trình vẫn tồn tại những máy móc cũ, năng suất kém. Chính những công đoạn này đó làm chậm quá trình sản xuất, làm giảm năng suất của nhà máy. Do đặc điểm máy móc là máy chuyên ngành, phức tạp mà trong nước chưa thể sản xuất được như máy bào 4 mặt, máy chép hình, máy đánh mòng 2 đầu, máy tiện kỹ thuật cao... nên những máy móc thiết bị này đều phải nhập khẩu từ nước ngoài: Mỹ, Trung Quốc, Đài Loan. Giá trị những máy móc này rất lớn làm

ảnh hưởng đến quỹ đầu tư nâng cấp trang thiết bị của Công ty. Ví dụ 1 máy bào 4 mặt do Mỹ sản xuất có giá khoảng từ 30 – 40,000 USD (tương đương 660 – 880 triệu VND).

- Công ty đang mở rộng thêm sản xuất hàng trong nhà, võ thể cần phải bổ sung thêm một số máy móc thiết bị chuyên ngành phù hợp.

- Quy trình công nghệ đũi hỏi có quá nhiều công nhân trên dây chuyền sản xuất, cần nhiều lao động thủ công nhất là ở khâu làm nguội.

- Tay nghề công nhân cũn thấp võ thể trình độ công nhân chưa theo kịp một số máy móc thiết bị hiện đại. Việc này không những làm giảm năng suất máy, không sử dụng hết công suất cũng như chức năng của máy, hiệu quả đầu tư không cao mà cũn làm máy móc nhanh hỏng do sử dụng, sửa chữa, bảo trờ không đúng hoặc chưa chính xác. Công ty cũng có gởi một số công nhân đi đào tạo nghề tại các trường, trung tâm đào tạo nhưng do số lượng công nhân quá nhiều nên chủ yếu là tự đào tạo, người có kinh nghiệm chỉ bảo lại những người chưa có kinh nghiệm.

Cơ sở vật chất kĩ thuật của bộ phận này gồm: hệ thống nhà xưởng sản xuất, khung kèo nhà xưởng, hệ thống lò sấy, móng máy xẻ gỗ, hệ thống thoát nước mưa, hệ thống cấp điện hạ thế 0.4kw và một số máy móc thiết bị sau:

- + Máy xẻ gỗ 4 mặt(4 máy)

- + Máy mài(15 máy)

- + Máy đánh bóng chạy động cơ điện (12 đầu) (7 máy), máy đánh bóng 13 đầu(5 máy).

- + Máy cắt mép(3 máy)

- + Máy phun sơn(1 máy)

- + Máy nghiền gỗ vụn.(2 máy)

- + Máy nén khí: máy nén khí 15 HP(1 máy), máy nén khí 20HP meiji (1 máy), máy nén khí 25HP(1 máy).

- + Và một số máy móc, thiết bị khác.

❖ Bộ phận sản xuất phụ trợ:

- Tổ đóng kiện bao bì: đóng gói thành phẩm, chất xếp vào kho.

- Tổ sửa chữa: sửa chữa máy móc, thiết bị điện, kịp thời xử lý các trường hợp bất trắc xảy ra trong quá trình sản xuất.

- Tổ kĩ thuật KCS: hướng dẫn công nhân vận hành đúng kĩ thuật chế biến của từng loại sản phẩm, kiểm tra tiêu chuẩn kĩ thuật của sản phẩm trước khi nhập kho.

- Tổ vận chuyển: hỗ trợ việc vận chuyển nguyên liệu tới nơi sản xuất và chất xếp vào kho.

- Tổ vệ sinh: dọn dẹp, xử lý môi trường sản xuất ở phân xưởng, nhà máy.

Cơ sở vật chất kĩ thuật của bộ phận này gồm hệ thống nhà kho, hệ thống đường nội bộ, một số máy móc thiết bị như:

- + cầu trục sức nặng 5 tấn(2 cầu), cầu trục cầu chạy(1 cầu)
- + Xe nâng 15 tấn(1 máy), xe nâng 5-7 tấn(2 máy).
- + Máy hàn (3 máy)
- + Và một số công cụ, dụng cụ sửa chữa khác.
- + 360 container

2.3.4. Phương pháp lập kế hoạch sản xuất.

Bởi vì doanh nghiệp đang là người có lợi thế vượt trội trong ngành và chiếm thị phần tương đối lớn so với các đối thủ cạnh tranh cùng ngành nên doanh nghiệp vận dụng phương pháp lập kế hoạch sản xuất là phương pháp lợi thế vượt trội để nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Khi lập kế hoạch doanh nghiệp cần phát huy lợi thế vượt trội trên các mặt sau:

-Lợi thế vượt trội trong lĩnh vực tiêu thụ , trong việc triển khai các kênh phân phối sản phẩm với các đối tác khác. Để có thể thực hiện điều này công ty cần đầu tư thêm cho bộ phận marketing, quản cáo bán hàng, để có các chương trình chính sách khuyến mại thu hút khách hàng và làm tăng thị phần của doanh nghiệp, tìm kiếm và mở rộng các kênh phân phối, các đại lý bán lẻ... ở cả trong và ngoài nước.

-Lợi thế vượt trội trong sản xuất thể hiện trong việc tăng cường liên doanh liên kết để phát huy chuyên môn hoá. Tiến hành đầu tư cho dây chuyền sản xuất với mức độ chuyên môn hóa cao hơn, nhằm nâng cao năng suất sản xuất và chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp so với các đối thủ cạnh tranh trong ngành, tiến hành đào tạo để nâng cao tay nghề cho công nhân...

- Lợi thế vượt trội trong việc hợp tác nghiên cứu điều tra dự báo. Thuê công ty dự báo hoặc tự tổ chức tổ dự báo để điều tra thị trường nhu cầu tiêu dùng, thị hiếu và dự báo các rủi ro cơ hội thách thức trong thị trường đầy biến động để kịp thời ứng phó với các tình huống bất ngờ có thể xảy đến, là cơ sở để hoạch định sản xuất về thời gian và lượng sản xuất, đề ra các lịch trình sản xuất..., các phương pháp sản xuất như làm thuê, giờ, thuê ngoài hay kết hợp..

-Lợi thế vượt trội nhờ năng lực và trình độ của các nhà quản lý trong việc giải quyết các vấn đề phát sinh cụ thể. Bộ phận quản lý lãnh đạo của công ty là những người có trình độ cao, có kỹ năng chuyên môn trong công tác quản lý và hoạch định chiến lược cho công ty, giúp cho công ty luôn có những bước đi đúng đắn và bắt kịp thị trường.

2.3.5. Các loại nguyên vật liệu dùng cho sản xuất.

Các loại nguyên vật liệu dùng cho sản xuất bao gồm các loại gỗ tròn và một ít gỗ xẻ phách. Gỗ tròn được xẻ theo qui cách rồi luộc, sấy và nhập kho để đảm bảo nguyên liệu không bị nứt tét, cong vênh, mối mọt... và nguồn nguyên liệu dự trữ phải có kho bóci thoáng rộng và phải được thông gió. Ngoài ra cũn có một số nguyên vật liệu phụ tham gia vào quá trình tạo ra sản phẩm như dầu màu, ốc vít... chiếm tỉ trọng nhỏ không đáng kể.

2.3.6. Định mức tiêu hao nguyên vật liệu.

Định mức tiêu hao nguyên vật liệu là lượng nguyên vật liệu tiêu dùng lớn nhất cho phép để sản xuất một đơn vị sản phẩm hoặc để hoàn thành một khối lượng công việc nào đó trong những điều kiện sản xuất nhất định của thời kỳ kế hoạch.

Mức tiêu hao nguyên vật liệu phải đảm bảo được tính chất khoa học, tiên tiến, thực tiễn. Để đảm bảo các tính chất trên, cần xác định mức tiêu hao vật liệu một cách khoa học (gọi là công tác định mức). Người ta sử dụng nhiều phương pháp khác nhau để định mức như phương pháp thống kê kinh nghiệm, phương pháp phân tích tính toán kỹ thuật, phương pháp thí nghiệm thực nghiệm.

2.3.7. Tình hình dự trữ, bảo quản và cấp phát nguyên vật liệu.

Việc mua sắm tiến hành trong nhiều tình huống. Tuy vậy chúng ta có thể chia thành 3 nhóm chính:

- Nhóm 1: Mua sắm khối lượng ít, giá trị bằng tiền nhỏ không thường xuyên.
- Nhóm 2: Mua sắm một lần hoặc không thường xuyên có giá trị lớn.
- Nhóm 3: Mua sắm với khối lượng lớn sử dụng theo thời gian hoặc mua ở những vị trí phức tạp.

Kho bóỉ là nơi tập hợp, dự trữ nguyên vật liệu, máy móc thiết bị và công cụ dụng cụ trước khi đưa vào sản xuất, là nơi tập trung thành phẩm trước khi tiêu thụ.

Nếu xét về mặt tổ chức sản xuất thờ kho bóỉ là nơi xuất phát và cuối cùng của quá trình sản xuất. Do đó việc tổ chức bảo quản các nguyên vật liệu phải thực hiện tốt các nhiệm vụ sau:

- + Bảo quản về mặt số lượng và chất lượng nguyên vật liệu, ngăn ngừa hạn chế hư hao mất mát.
- + Nắm vững số lượng nguyên vật liệu trong kho ở bất kỳ thời điểm nào về số lượng, chất lượng, chủng loại, quy cách...
- + Bảo đảm thuận tiện việc xuất nhập và kiểm kê theo quy định của doanh nghiệp.
- + Bảo đảm hạ thấp chi phí bảo quản nguyên vật liệu một cách khoa học.

Cấp phát nhanh chóng kịp thời, chính xác cho các bộ phận sản xuất trong doanh nghiệp, tạo điều kiện thuận lợi để bảo đảm tận dụng triệt để và có hiệu quả công suất thiết bị và thời gian lao động của công nhân. Trên cơ sở đó nhằm nâng cao năng suất lao động, bảo đảm chất lượng sản phẩm, tiết kiệm nguyên vật liệu, hạ giá thành sản phẩm.

Cấp phát theo mức: Căn cứ vào định mức tiêu dùng nguyên vật liệu và số lượng sản xuất đó được quy định trong kỳ kế hoạch, kho cấp phát nguyên vật liệu cho các bộ phận sản xuất. Sau từng thời kỳ nếu đó hoàn thành kế hoạch sản xuất sản phẩm mà cũn thừa nguyên vật liệu thờ các bộ phận sản xuất trả lại kho số lượng nguyên vật liệu thừa đó. Trong trường hợp bộ phận sản xuất muốn nhận thêm nguyên vật liệu thờ phải thuyết minh rừ ràng và phải được cấp trên đồng ý.

Hình thức cấp phát này có phát huy được hiệu quả trong việc giám sát hạch toán tiêu dùng một cách chắc chắn và chính xác. Hiện nay hình thức cấp phát này được sử dụng rộng rãi trong các doanh nghiệp có mặt hàng ổn định, các định mức kế hoạch sản xuất tiên tiến.

Cấp phát theo yêu cầu của bộ phận sản xuất : Hình thức này căn cứ vào nhu cầu sử dụng nguyên vật liệu của từng phân xưởng, bộ phận sản xuất đó báo trước cho bộ phận cấp phát của kho để tiến hành cấp phát. Số lượng nguyên vật liệu được cấp phát tính toán dựa trên 2 yếu tố: Nhiệm vụ sản xuất của từng phân xưởng và định mức tiêu dùng nguyên liệu mà doanh nghiệp đó quy định.

Đối với hình thức này chỉ phù hợp các doanh nghiệp có nhiệm vụ sản xuất không ổn định, hoặc thuộc loại hình sản xuất đơn chiếc hàng loạt nhỏ.

2.3.8. Cơ cấu tài sản cố định, tình trạng tài sản cố định.

Công ty được các thành viên góp vốn & sáng lập giao quản lý và sử dụng diện tích đất đai là 180.000 m². Công ty đó bố trí sắp xếp hệ thống nhà xưởng, kho bãi một cách khoa học, hợp lý & phù hợp với qui trình sản xuất của Công ty.

** Trong đó:*

- 5 nhà xưởng chế biến với diện tích	:	40,000 m ²
- 5 nhà xưởng lắp ráp thành phẩm	:	35,000 m ²
- 5 nhà xưởng cho bộ phận hoàn thiện	:	25,000 m ²
- 5 kho thành phẩm	:	25,000 m ²
- Lò sấy gỗ (20m ³ /lò)	:	150 lò
- Lò luộc gỗ (5m ³ /lò)	:	20 lò
- Hệ thống sơn	:	8 hệ thống
- Hệ thống hút bụi	:	16 dây chuyền

Mỗi nhà máy đều có một hệ thống dây chuyền sản xuất chế biến gỗ hoàn chỉnh với nhiều chủng loại & máy móc khác nhau.

Qua các số liệu trên, ta thấy khả năng & cơ sở hạ tầng của Công ty rất lớn. Tổng diện tích kho lên tới 2ha, có khả năng chứa 200 container 40'DC. 150 lò sấy gỗ với công suất 25m³/lò đủ đáp ứng nhu cầu sản xuất của Công ty. So với các Công ty khác trên cùng địa bàn, trung bình 15 – 20 lò sấy/Cty.

Từ năm 2004 đến nay, Công ty luôn luôn thực hiện đổi mới và hoàn thiện trang thiết bị sản xuất để nâng cao năng suất & chất lượng sản phẩm.

Bảng 2.9. Giá trị tài sản cố định của công ty Đức Toàn năm 2014**(ĐVT: Đồng)**

Chỉ tiêu	Nguyên giá	Mức khấu hao	Giá trị đã khấu hao	Giá trị còn lại
1. Mặt Bằng sản xuất	16.560.000.000	414.000.000	5.796.000.000	10.764.000.000
2.Lò sấy gỗ (20m³/lò)	6.000.000.000	700.000.000	2.800.000.000	3.200.000.000
3.Lò luộc gỗ (5m³/lò)	1.600.000.000	186.666.667	746.620.000	853.380.000
4. Hệ thống sơn	200.000.000	140.000.000	93.338.000	106.662.000
5. Hệ thống hút bụi	592.000.000	117.066.667	276.262.000	315.738.000
Tổng	24.952.000.000	1.557.733.334	9.712.220.000	15.239.780.000

(Nguồn: phòng kế toán- tài chính)

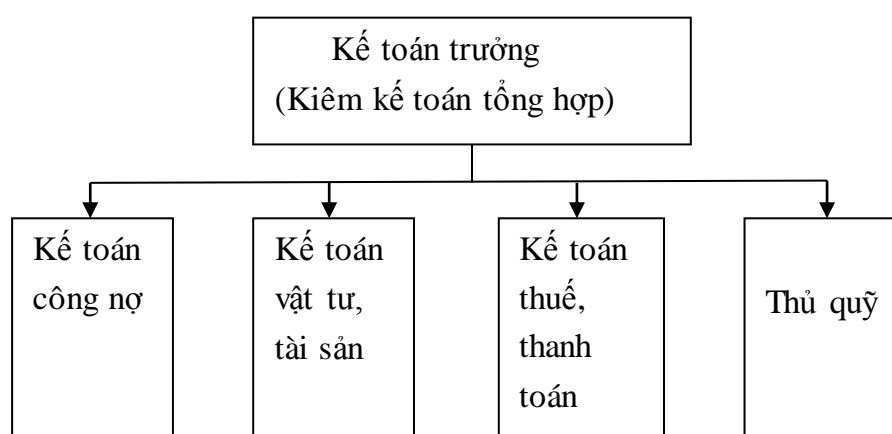
Nhận xét: Qua bản chứng ta thấy được tình hình tái sản khấu hao của công ty qua các năm, giá trị còn lại của tài sản đó xem xét các quyết định đầu tư thêm tài sản cố định của công ty, ta cũng thấy được mỗi năm công ty sẽ khấu hao 1.557.733.334 đồng tài sản cố định vào trong các sản phẩm sản xuất và tiêu thụ trên thị trường...

2.4. Phân tích công tác kế toán tại Công ty.

2.4.1. Cơ cấu tổ chức bộ máy kế toán của Công ty.

Bộ máy kế toán là bộ phận quan trọng trong doanh nghiệp, có trách nhiệm ghi chép số liệu về tình hình biến động tài sản, nguồn vốn, kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp ...

Sơ đồ 2.3. Sơ đồ tổ chức bộ máy kế toán của Công ty

*(Nguồn: Phòng Kế toán- Tài chính)*

- Kế toán trưởng: Tổ chức chỉ đạo toàn bộ công tác về kế toán thống kê thông tin kinh tế, hạch toán kinh tế, có quyền chỉ dẫn và kiểm tra công tác tài chính, chỉ

đạo việc kiểm tra sổ sách tài chính, chịu trách nhiệm phân công công việc, tổ chức xử lý và giám sát thông tin về các nghiệp vụ kinh tế trong công ty.

- Kế toán công nợ: Là người có nhiệm vụ theo dõi các nghiệp vụ phát sinh liên quan đến các khoản thu, khoản chi, theo dõi các khoản phải thu khách hàng, tập trung xử lý các đơn vị nợ khó đòi để báo cáo về công ty kịp thời có hướng giải quyết. Cuối tháng lập sổ chi tiết công nợ.

- Kế toán thuế, thanh toán: tính thuế phải nộp hàng năm cho Nhà nước, các khoản thuế được khấu trừ và hoàn thuế giá trị gia tăng, thanh toán ngân hàng, tạm ứng, hoàn ứng, thanh toán tiền lương cho cán bộ công nhân viên trong Công ty.

- Kế toán vật tư, tài sản : Phối hợp với phòng kinh doanh nghiên cứu thị trường, ký kết hợp đồng, theo dõi sự biến động vật tư, tình hình nhập xuất nguyên vật liệu cho sản xuất kinh doanh, tổng hợp phân bổ chi phí và tính giá thành sản phẩm. Cập nhật theo dõi tình hình tăng, giảm tài sản, tính khấu hao theo định kì.

- Thủ quỹ: Có nhiệm vụ tổng hợp, thu chi tiền mặt, bảo vệ tiền mặt và hiện vật tại kết cấu của công ty, ghi chép cập nhật các khoản thu chi trong ngày theo lệnh của Giám đốc và kế toán trưởng.

2.4.2. Phân loại chi phí ở doanh nghiệp.

Để quản lý tốt chi phí sản xuất kinh doanh và kiểm tra chặt chẽ thực hiện các định mức chi phí đòi hỏi các công ty và doanh nghiệp cần tiến hành phân loại chi phí. Ở công ty TNHH ĐỨC TOÀN do đặc điểm hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty là khai thác, chế biến và kinh doanh đá nên chi phí sản xuất kinh doanh gồm nhiều loại có tính chất kinh tế, công dụng và yêu cầu quản lý khác nhau. Do đó, Công ty tiến hành phân loại chi theo công dụng kinh tế và địa điểm phát sinh (phân loại theo chức năng hoạt động). Bao gồm: chi phí sản xuất và chi phí ngoài sản xuất.

❖ Chi phí sản xuất

- Chi phí nguyên vật liệu trực tiếp: là những chi phí để mua nguyên vật liệu phục vụ sản xuất bao gồm: nguyên vật liệu chính, vật liệu phụ, nhiên liệu và một số phụ tùng thay thế để bảo dưỡng, sửa chữa máy móc.

- Nguyên vật liệu chính dùng cho sản xuất là: gỗ tròn và một ít gỗ xẻ phách

- Nguyên vật liệu phụ dùng cho sản xuất như: đất sét, thạch cao, xi măng..

- Nhiên liệu gồm: than cám số 3, số 4.

- Bao bì: dây đai, thùng gỗ, palet đóng đá thành phẩm...

- Chi phí nhân công trực tiếp: gồm lương chính, lương phụ, các khoản phụ cấp, trích bảo hiểm của công nhân trực tiếp sản xuất trong và ngoài biên chế ở các phân xưởng.

❖ Chi phí sản xuất chung: là những chi phí phục vụ cho quá trình sản xuất sản phẩm ở các phân xưởng gồm: tiền lương nhân viên quản lý, chi phí vật liệu, công cụ dụng cụ, khấu hao TSCĐ, chi phí dịch vụ mua ngoài và các chi phí bằng tiền khác.

❖ Chi phí ngoài sản xuất

- Chi phí bán hàng: bao gồm chi phí phát sinh trong quá trình tiêu thụ và dự trữ sản phẩm như: chi phí vận chuyển bán hàng, chi phí khấu hao phương tiện vận tải, tiền lương và phụ cấp trả cho nhân viên bán hàng, chi phí vật liệu, bao bì, dịch vụ mua ngoài, bảo hành sản phẩm.

Chi phí quản lý doanh nghiệp: là các chi phí cho bộ máy quản lý công ty, các chi phí có liên quan đến hoạt động chung của công ty như khấu hao TSCĐ, phục vụ cho bộ máy quản lý như máy vi tính, nhà xưởng..., chi phí công cụ dụng cụ, văn phòng phẩm, các chi phí khác phát sinh ở phạm vi toàn công ty như lương và phụ cấp lương cho phó giám đốc, nhân viên các phòng ban quản lý, chi phí vật liệu mua ngoài thuộc văn phòng công ty....

2.4.3. Chứng từ và sổ sách kế toán:

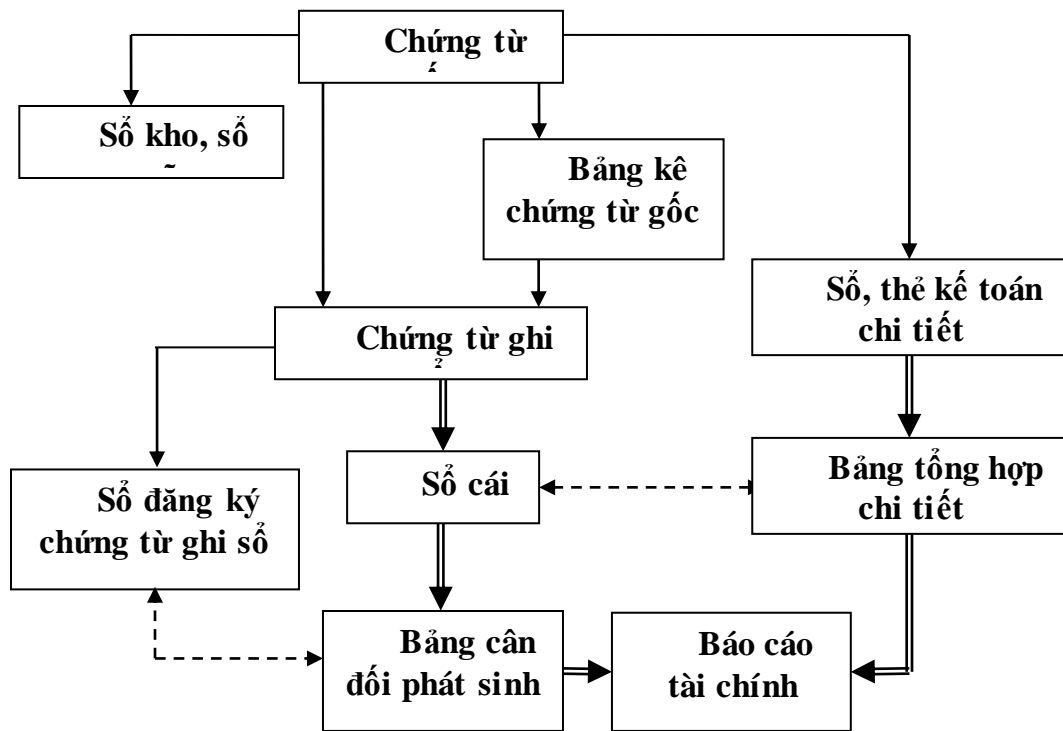
2.4.3.1. Chứng từ kế toán sử dụng:

- Đối với nguyên liệu chính (gỗ tròn, gỗ xẻ), chứng từ sử dụng bao gồm:
 - + Hợp đồng kinh tế.
 - + Lý lịch gỗ, hồ sơ lâm sản kèm theo.
 - + Hóa đơn GTGT.
 - + Phiếu chi.
 - + Biên bản nghiệm thu gỗ.
 - + Phiếu nhập kho.
- Đối với vật liệu, chứng từ sử dụng gồm:
 - + Hóa đơn mua hàng.
 - + Biên bản kiểm nghiệm (nếu có).
 - + Phiếu nhập kho.

2.4.3.2. Hình thức tổ chức sổ sách kế toán:

Là doanh nghiệp có quy mô vừa lại hoạt động trên nhiều lĩnh vực, các nghiệp vụ kinh tế phát sinh nhiều, do vậy, để phù hợp với các đặc điểm và quy mô hoạt động, đồng thời đáp ứng kịp thời cho việc ghi chép, công ty đã áp dụng hình thức kế toán “*Chứng từ ghi sổ*”, đặc điểm của hình thức này là để kiểm tra, đối chiếu phù hợp giữa công ty và các đơn vị trực thuộc.

Sơ đồ 2.4 : Sơ đồ trình tự ghi sổ kế toán.



Chú thích:

- ←-----→ : Đối chiếu, kiểm tra.
- : Ghi hàng ngày.
- =====> : Ghi cuối tháng.

2.4.3.3. Trình tự ghi sổ:

Thực tế, khi có chứng từ, kế toán sẽ tập hợp và phân loại để tiến hành ghi vào đối với những chứng từ phát sinh nhiều như xuất, nhập vật tư, bán hàng, ... Hàng ngày, khi có nghiệp vụ kinh tế phát sinh, kế toán sẽ căn cứ vào chứng từ gốc tiến hành ghi vào bảng kê tổng hợp chứng từ gốc, các chứng từ gốc sau khi làm căn cứ lập chứng từ ghi sổ được dùng để ghi vào sổ, thẻ kế toán chi tiết và sổ quỹ.

Đến cuối tháng, tổng hợp các bảng kê và ghi vào chứng từ ghi sổ. Còn đối với những nghiệp vụ phát sinh ít như thanh lý TSCĐ, ... kế toán sẽ lưu chứng từ gốc lại đến cuối tháng sẽ tiến hành ghi vào chứng từ ghi sổ. Lúc này trên sổ chứng từ ghi sổ chưa có số, ta phải ghi và theo dõi trên sổ đăng ký chứng từ ghi sổ đưa trình lên kế toán trưởng ký duyệt, lúc này chứng từ ghi sổ mới có số. Sau đó, căn cứ vào chứng từ ghi sổ, kế toán tiến hành ghi vào sổ cái các tài khoản. Cuối kỳ, kế toán căn cứ vào sổ, thẻ kế toán chi tiết lập bảng tổng hợp chi tiết, đối chiếu số liệu trên sổ cái và bảng tổng hợp chi tiết lập bảng cân đối phát sinh.

Sau khi đối chiếu khớp đúng số liệu ghi trên bảng cân đối phát sinh và sổ đăng ký chứng từ ghi sổ, lập báo cáo tài chính. Quan hệ đối chiếu kiểm tra phải đảm bảo tổng số phát sinh của tất cả các tài khoản ghi trên bảng cân đối phát sinh bằng tổng số tiền phát sinh trên sổ đăng ký chứng từ ghi sổ.

2.4.4. Phương pháp tập hợp chi phí và tính giá thành thực tế của Công ty

Giá thành thực tế là toàn bộ chi phí mà doanh nghiệp đã bỏ ra để sản xuất và tiêu thụ một lượng sản phẩm nhất định.

Doanh nghiệp dựa vào giá trị của các phiếu xuất kho, bảng kê thanh toán lương và các khoản trích theo lương cho nhân viên và công nhân sản xuất, bảng phân bổ chi phí có liên quan đến việc sản xuất và tiêu thụ sản phẩm để làm căn cứ tập hợp chi phí làm cơ sở cho việc tính giá thành sản phẩm thực tế.

Từ đó, phản ánh các giá trị vào các tài khoản thích hợp cho từng khoản mục chi phí cụ thể và tập hợp chúng để tính giá thành sản phẩm.

Giá thành là tổng hợp các khoản mục chi phí nguyên vật liệu trực tiếp, chi phí nhân công trực tiếp, chi phí sản xuất chung, chi phí quản lý doanh nghiệp, và chi phí bán hàng. Do Công ty sản xuất sản phẩm từ nguyên liệu gỗ mà nguồn nguyên liệu này càng ngày càng trở nên khan hiếm nên giá ngày càng tăng làm ảnh hưởng trực tiếp đến giá thành sản phẩm mà cụ thể là ảnh hưởng đến chi phí nguyên vật liệu trực tiếp. Như vậy, giá thành sản phẩm cao hay thấp phần lớn là do định mức tiêu hao nguyên vật liệu và giá cả nguyên vật liệu sản xuất quyết định.

Và nhìn chung, giá thành thực tế và giá thành kế hoạch có sự khác nhau. Cơ bản là do giá thành kế hoạch được xác định trước khi bước vào sản xuất kinh doanh trên cơ sở giá thành sản xuất kỳ trước, các định mức và các dự toán chi phí cho kỳ kế hoạch. Nhưng trên thực tế, có thể do sự biến động của thị trường các yếu tố đầu vào khác với kỳ kế hoạch nên đã làm cho việc tập hợp chi phí và tính giá thành trên thực tế sẽ thay đổi theo.

2.5. Phân tích công tác chi phí và giá thành sản phẩm.

2.5.1. Công tác xây dựng giá thành kế hoạch của công ty.

Giá thành phân xưởng theo phương pháp trực tiếp.

$$\begin{array}{l} \text{Tổng giá thành} \\ \text{(px) sản phẩm} \\ \text{Hoàn thành} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Giá trị SPDD} \\ \text{đầu kỳ} \end{array} + \begin{array}{l} \text{Tổng chi phí} \\ \text{phát sinh} \\ \text{trong kỳ} \end{array} - \begin{array}{l} \text{Giá trị SPDD} \\ \text{cuối kỳ} \end{array}$$

$$\text{giá thành đơn vị sp (px)} = \frac{\sum \text{ giá thành SP hoàn thành}}{\text{Số lượng SP hoàn thành kế hoạch}}$$

Sản phẩm dở dang duoc95 tính theo sản lượng ước tính tương đương.

Quy đổi sản phẩm dở dang về sản phẩm hoàn thành tương đương.

$$\begin{array}{l} \text{Số lượng SP hoàn} \\ \text{thành tương đương} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Số lượng SPDD x} \\ \text{hoàn thành} \\ \text{Tương đương} \end{array}$$

Xác định chi phí nằm trong SPDD:

$$\sum \begin{array}{l} \text{giá trị CP} \\ \text{trong} \\ \text{SPDD} \end{array} = \frac{\sum \text{ giá trị NVL chính xuất dùng}}{\sum \text{ số lượng thành phẩm}} \times \text{ số lượng SPDD chưa qui đổi}$$

Giá thành công xưởng = giá thành PX x CP quản lý công ty.

Giá thành toàn bộ = Giá thành công xưởng + cp bán hàng

2.5.2. Phương pháp tập hợp chi phí và tính giá thành thực tế.

Phương pháp tập hợp chi phí.

Chi phí mua: bao gồm toàn bộ chi phí phát sinh liên quan đến việc thu mua vật tư, tài sản, hàng hóa như chi phí vận chuyển, bốc dỡ, bến bãi, bảo quản, lương cho nhân viên thu mua, hao hụt trong định mức, chi phí lắp đặt, chạy thử...

Chi phí sản xuất: bao gồm toàn bộ chi phí phát sinh liên quan đến việc sản xuất sản phẩm, dịch vụ trong phạm vi phân xưởng. Như chi phí nguyên vật liệu (NVL) trực tiếp, chi phí nhân công...

Chi phí bán hàng: bao gồm toàn bộ các chi phí có liên quan đến việc bán hàng, tiêu thụ sản phẩm dịch vụ của công ty như chi phí quản cáo xúc tiến bán, chi phí cho nhân viên bán hàng...

Chi phí quản lý doanh nghiệp: bao gồm toàn bộ các chi phí mà doanh nghiệp bỏ ra nhằm duy trì việc tổ chức, điều hành và quản lý hoạt động chung của công ty như các chi phí về điện, điện thoại...

Công thức phân bổ chi phí:

$$\text{CP phân bổ cho đối tượng } i = \frac{\text{tổng chi phí} \times \sum \text{tiêu thức phân bổ của đối tượng } i}{\sum \text{tiêu thức phân bổ của tất cả đối tượng}}$$

PHẦN 3:

ĐÁNH GIÁ CHUNG VÀ CÁC ĐỀ XUẤT HOÀN THIỆN

3.1. Đánh giá chung

Mặc dù Công ty hình thành trong giai đoạn nền kinh tế khu vực và Thế giới gặp nhiều biến động, khó khăn. Điều này đã tác động không nhỏ đến quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty. Nhưng nhờ có hướng đi chọn ngành nghề kinh doanh hợp lý cùng với sự nỗ lực của toàn bộ công nhân viên và ban lãnh đạo trong Công ty đã không ngừng tìm nguồn tiêu thụ sản phẩm, tổ chức đổi mới đa dạng trong sản phẩm mà Công ty trong những năm qua đã hoạt động kinh doanh có lợi nhuận, tuy có sự biến động tăng giảm qua các năm nhưng nhìn chung so với mặt bằng các doanh nghiệp khác thì như vậy đã là khá tốt. Tuy nhiên trong quá trình hoạt động, Công ty cũng có những hạn chế cần phải xem xét lại để có thể phát triển lâu dài trên thị trường ngày càng cạnh tranh khốc liệt và tiềm ẩn rất nhiều rủi ro. .

3.1.1. Những ưu điểm

- Công ty đã giải quyết công ăn việc làm cho người lao động trong huyện và các tỉnh lân cận.
- Nguồn tài chính tương đối vững.
- Hoạt động sản xuất kinh doanh có hiệu quả đem lại nguồn thu cho Nhà nước.
- Tạo ra những sản phẩm ngày càng đa dạng và có chất lượng đáp ứng được nhu cầu sử dụng của người tiêu dùng.
- Công ty đã lựa chọn hình thức trả công lao động tương đối hợp lý. Điều này giúp Công ty tiết kiệm được một phần chi phí bỏ ra.
- Công ty đã lựa chọn hình thức tổ chức sản xuất chuyên môn hóa theo sản phẩm và áp dụng mô hình trực tuyến- chức năng trong bộ máy quản lý phù hợp.
 - Cách phân loại chi phí trong Công ty hợp lý.

3.1.2. Những hạn chế.

- Với thị trường ngoài nước thì Công ty cần khai thác nhiều hơn. Nếu Công ty làm được điều này thì sức tiêu thụ và lợi nhuận đem lại sẽ rất lớn.
 - Hàng tồn kho của Công ty ở mức khá cao làm cho vốn bị ứ đọng.
 - Giá bán của công ty còn cao so với đối thủ cạnh tranh, đây là một điều gây ảnh hưởng lớn đến khả năng tiêu thụ.
 - Chưa sử dụng năng suất máy móc thiết bị một cách tối ưu nhất.
 - Lực lượng lao động phổ thông chiếm tỷ trọng cao, công tác đào tạo tay nghề công nhân chưa được tốt.
 - Công tác nghiên cứu phát triển sản phẩm mới, cải tiến mẫu mã sản phẩm chưa được đầu tư đúng mức, ngang tầm với chiến lược phát triển của Công ty.

- Năng lực khai thác thấp, khâu tổ chức khai thác chưa thật sự khoa học nên dẫn đến tình trạng hay thiếu nguyên vật liệu đầu vào.
- Tình trạng thiếu lao động trong ngắn hạn do sản xuất mang tính thời vụ.
- Chưa có sự liên kết với các công ty khác cùng ngành.
- Còn nhiều máy móc chỉ đạt trình độ trung bình, chưa hiện đại.

3.2. Các đề xuất hoàn thiện.

❖ Giải pháp về vốn:

Việc tìm nguồn vốn vay với chi phí lãi vay thấp và nâng cao hiệu quả sử dụng vốn là rất quan trọng.

Giải pháp: (1) Tận dụng các nguồn vốn vay ưu đãi của Nhà nước, vốn tín dụng ngắn, trung và dài hạn, nguồn cung ứng của khách hàng và từ các thành phần kinh tế khác. (2) Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn: phân bổ nguồn vốn hợp lý, phát huy hiệu quả cao nhất, hạn chế mất cân đối giữa vốn lưu động và vốn cố định, giảm lượng hàng tồn kho xuống để giải quyết tình hình ứ đọng vốn.

Giải pháp về phát triển thị trường.

Giải pháp: (1) Đẩy mạnh nghiên cứu, tìm kiếm, mở rộng thị trường tiêu thụ. (2) Đa dạng hóa thêm nhiều chủng loại sản phẩm. (3) Chú trọng các chiến lược marketing mix để mở rộng thị trường, nâng cao lượng sản phẩm tiêu thụ trong và ngoài nước.

❖ Giải pháp về nguyên liệu

Tình trạng thiếu hàng thường xuyên làm ảnh hưởng đến quá trình sản xuất. Do đó, việc ổn định trong khâu cung ứng nguyên liệu cần phải được đáp ứng và giải quyết.

Tìm cá nguồn cung nguyên vật liệu mới có chất lượng để đảm bảo nguyên vật liệu cho công tác sản xuất, và cải thiện chất lượng sản phẩm của công ty.

Giải pháp: Tham gia Hiệp hội Khai thác và chế biến đá Bình Định để nhận được sự hỗ trợ về thông tin các mỏ đá để tìm nguồn nguyên liệu khai thác trong tương lai và nhờ tham gia Hiệp hội sẽ dễ dàng hơn trong việc liên kết với các Công ty khai thác đá để ổn định đầu vào.

❖ Giải pháp về nguồn nhân lực

Việc đào tạo nâng cao trình độ và sử dụng thời gian lao động của đội ngũ cán bộ quản lý, kỹ thuật, công nhân cần chú trọng.

Giải pháp: (1) Tuyển chọn nhân viên có trình độ đi huấn luyện nghề nghiệp, bồi dưỡng, nâng cao trình độ quản lý chất lượng, tuyển dụng công bằng, bố trí công việc thích hợp. (2) Xây dựng mối quan hệ hợp tác bền vững giữa người lao động và Công ty. (3) Công ty cần xây dựng và áp dụng chế độ lương thưởng cho các nhân viên làm tốt và có sáng kiến, đồng thời có chế độ xử phạt đối với người lao động thờ ơ, vô trách nhiệm với công việc, gây lãng phí và thất thoát nguyên liệu, tài sản. Chú trọng việc nâng cao hiệu quả đào tạo hơn.

KẾT LUẬN

Qua thời gian thực tập tại công ty TNHH Đức Toàn mặc dù trong thời gian ngắn nhưng nhờ sự giúp đỡ tận tình của cán bộ công nhân viên trong Công ty đã giúp em nắm bắt được khái quát quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty.

Nhìn chung tình hình hoạt động của Công ty tương đối ổn định, tuy việc kinh doanh có lúc giảm sút nhưng vẫn chưa gặp tình trạng thua lỗ. Ban lãnh đạo Công ty có phần nhạy bén trong kinh doanh, khuyến khích người lao động tạo ra nhiều sản phẩm và có chất lượng cao hơn thông qua hình thức trả công lao động, đổi mới công nghệ và hướng dẫn công nhân cách vận hành để nâng cao trình độ hiểu biết trong quá trình sử dụng máy móc thiết bị, phục vụ lợi ích cho Công ty và cho chính bản thân người lao động.

Nhờ những điều trên mà Công ty đã và đang dần từng bước phát triển cùng với sự phát triển của đất nước.

Hoạt động có hiệu quả trong thời gian qua của Công ty TNHH Đức Toàn, đã giúp đem lại lợi nhuận cho Công ty, góp thêm cho ngân sách tỉnh nhà, tạo công ăn việc làm ổn định cho cán bộ công nhân viên, giải quyết bớt một phần lao động thất nghiệp tại địa phương.

Qua thời gian thực tập tại Công ty, em nhận thấy ngoài những điểm mạnh Công ty còn có một số điểm yếu kém, khó khăn cần khắc phục và hoàn thiện hơn trong thời gian tới. Một trong những điểm yếu kém cần chú trọng trước mắt là vấn đề thị trường tiêu thụ sản phẩm. Công ty cần xây dựng một số biện pháp giúp mở rộng thị trường để tăng lượng sản phẩm tiêu thụ, qua đó đem lại lợi nhuận nhiều hơn cho Công ty

Một lần nữa em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến thầy Th.S Lê Dzu Nhật cùng Ban lãnh đạo công ty, các cô chú, anh chị trong công ty đã giúp em hoàn thành bài báo cáo này.

Em xin chân thành cảm ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. ThS. Lê Dzu Nhật, *Bài giảng môn Marketing căn bản*, Khoa TC-NH & QTKD - ĐH Quy Nhơn.
2. ThS. Nguyễn Thị Kim Ánh, *Bài giảng môn Quản trị nhân lực*, Khoa TC-NH & QTKD - ĐH Quy Nhơn.
3. Các tài liệu do Công ty TNHH Đức Toàn cung cấp.
4. Các bài viết trên Internet.