

MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ PHÂN TÍCH HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

● NGUYỄN THỊ TUYẾT MINH

TÓM TẮT:

Bài viết tập trung làm rõ một số vấn đề lý luận cơ bản về phân tích hiệu quả kinh doanh (HQKD) của doanh nghiệp và rút ra ý nghĩa của vấn đề. Nghiên cứu được thực hiện trên cơ sở một số lý thuyết về HQKD của doanh nghiệp, kế thừa kết quả của các công trình khoa học đã được công bố trong thời gian gần đây.

Từ khóa: doanh nghiệp, hiệu quả kinh doanh, kiểm soát, hoạt động quản lý.

1. Đặt vấn đề

Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp là thước đo đánh giá mức độ thành công của các hoạt động kinh doanh, thể hiện qua việc đạt được các mục tiêu kinh doanh đã đề ra. HQKD không chỉ dựa trên một khía cạnh mà được đánh giá toàn diện qua: Mức tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận; Khả năng kiểm soát chi phí và tối ưu hóa nguồn lực để giảm chi phí, tăng cường lợi nhuận; Khả năng sử dụng tài sản hiện có để tạo ra doanh thu và lợi nhuận; Mức độ chiếm lĩnh thị trường và so sánh với các đối thủ cạnh tranh; Sự hài lòng của khách hàng và chất lượng sản phẩm hoặc dịch vụ cung cấp; Khả năng áp dụng công nghệ mới và cải tiến quy trình để nâng cao hiệu suất kinh doanh... HQKD của doanh nghiệp là kết quả của một loạt các hoạt động quản lý, từ lập kế hoạch, thực hiện, cho đến kiểm soát và đánh giá; chịu tác động đa chiều từ các nhân tố khách quan và chủ

quan. Nghiên cứu nhận rõ những vấn đề lý luận cơ bản về phân tích HQKD có vai trò quan trọng, nhằm tạo cơ sở vững chắc cho việc xây dựng, triển khai các chính sách, giải pháp nâng cao HQKD của doanh nghiệp Việt Nam hiện nay.

2. Hiệu quả kinh doanh và ý nghĩa đối với doanh nghiệp

Mục tiêu bao trùm và lâu dài của mọi doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường là tối đa hóa lợi nhuận và nâng cao HQKD trên cơ sở nâng cao trình độ sử dụng và phát huy các nguồn lực. Để đạt được mục tiêu này, các doanh nghiệp thường kết hợp sử dụng nhiều công cụ và phương pháp quản lý kinh doanh, trong đó có việc phân tích, đánh giá HQKD. Phân tích HQKD của doanh nghiệp có vai trò rất quan trọng trong việc xác định giải pháp tối ưu để đạt được mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp (5).

Hiện nay, có nhiều quan điểm khác nhau về HQKD. Các tác giả Phạm Công Đoàn, Nguyễn

Cảnh Lịch cho rằng: “HQKD mô tả mối tương quan giữa lợi ích kinh tế mà doanh nghiệp đạt được với chi phí đã bỏ ra để đạt được lợi ích đó” (3). Nghiên cứu của Đặng Đình Đào, Hoàng Đức Thân quan niệm: “Hiệu quả kinh tế thương mại trước hết biểu hiện mối tương quan giữa kết quả thu được và chi phí bỏ ra” (2). Các quan điểm này phản ánh được mối quan hệ bản chất của hiệu quả kinh tế, gắn được kết quả với toàn bộ chi phí, tức gắn kết quả sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp với việc sử dụng các yếu tố sản xuất, kinh doanh.

Ở một góc độ khác, tác giả Nguyễn Văn Công cho rằng: “HQKD là biểu hiện của việc kết hợp theo một tương quan xác định cả về lượng và chất của các yếu tố cấu thành quá trình kinh doanh: Lao động, tư liệu lao động và đối tượng lao động” (1). Quan điểm này xác định được mối quan hệ giữa HQKD với sự kết hợp về lượng và chất của các yếu tố cấu thành quá trình kinh doanh. Tuy nhiên, quan điểm này chưa chỉ ra cách tính toán một cách hợp lý HQKD của doanh nghiệp, trong khi đó để đánh giá một cách toàn diện kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, các tiêu chí đánh giá cần phải được lượng hóa và tính toán ra những kết quả cụ thể. Khắc phục hạn chế này, các tác giả Nguyễn Thành Độ, Nguyễn Ngọc Huyền cho rằng: “HQKD là phạm trù phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực (nhân, tài, vật lực, tiền vốn) để đạt được mục tiêu xác định” (4). Quan điểm này đã khắc phục được những hạn chế của các quan điểm nêu trên về HQKD của doanh nghiệp.

Như vậy, có thể hiểu, HQKD của doanh nghiệp là phạm trù phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực đầu vào cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. HQKD phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực (bao gồm nhân lực, tài lực và vật lực) vào hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp để có được kết quả kinh doanh cao nhất với chi phí thấp nhất. Đây là chỉ tiêu chất lượng tổng hợp phản ánh trình độ sử dụng các yếu tố tham gia quá trình sản xuất, kinh doanh, đồng thời là một phạm trù kinh tế gắn với sự sống còn của doanh nghiệp.

Trong nền kinh tế thị trường, HQKD có vai trò to lớn, có ý nghĩa quyết định đến sự tồn tại, phát triển của doanh nghiệp nói riêng và của nền kinh tế nói chung. Đối với nền kinh tế, kinh doanh hiệu quả thúc đẩy tiến bộ khoa học và công nghệ, vì nâng cao HQKD của doanh nghiệp luôn đi đôi với tiết kiệm các nguồn lực của đất nước trên cơ sở phát triển và ứng dụng tiến bộ khoa học và công nghệ. Chỉ kinh doanh có hiệu quả, doanh nghiệp mới có thể tích lũy để đầu tư áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật và công nghệ, tái sản xuất sức lao động, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho người lao động, từ đó thực hiện tái sản xuất mở rộng (2). HQKD của doanh nghiệp còn có ý nghĩa quan trọng đối với yêu cầu tăng trưởng và phát triển kinh tế nói riêng và sự phát triển của xã hội nói chung ở mỗi quốc gia. HQKD càng có ý nghĩa đặc biệt trong điều kiện khan hiếm về các nguồn lực: lao động, tài nguyên thiên nhiên, vốn... Để đạt được mục tiêu kinh doanh, các doanh nghiệp buộc phải chú trọng phát huy năng lực, nâng cao hiệu năng của các yếu tố sản xuất và tiết kiệm mọi chi phí. Bản chất của HQKD là không ngừng nâng cao năng suất lao động xã hội và tiết kiệm lao động xã hội (2). Đây là hai mặt có quan hệ mật thiết của vấn đề hiệu quả kinh tế, gắn liền với hai quy luật tương ứng của nền sản xuất xã hội, đó là quy luật tăng năng suất lao động và quy luật tiết kiệm thời gian. HQKD có ý nghĩa rất lớn đối với sự phát triển của mỗi doanh nghiệp, cũng như trong phát triển kinh tế của một quốc gia. Do đó, tùy theo yêu cầu và đặc điểm phát triển ở từng giai đoạn mà mỗi doanh nghiệp, mỗi quốc gia chọn cho mình một hướng phát triển kinh tế vừa đảm bảo tính hiệu quả, vừa phù hợp với các điều kiện phát triển của mỗi giai đoạn.

3. Một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

Các chỉ tiêu đánh giá HQKD là những thước đo quan trọng giúp doanh nghiệp đánh giá được mức độ thành công của hoạt động kinh doanh, so sánh với các đối thủ cạnh tranh và xác định các hướng phát triển trong tương lai. Các chỉ tiêu này thường được chia thành các nhóm. Cụ thể như sau:

Một là, nhóm chỉ tiêu tài chính.

Lợi nhuận ròng (Net profit) hay được gọi là lãi ròng, lợi nhuận sau thuế, thu nhập ròng là phần lợi nhuận còn lại sau khi lấy tổng doanh thu trừ hết tất cả chi phí dùng cho sản phẩm, bao gồm thuế thu nhập doanh nghiệp.

Lợi nhuận ròng = Tổng doanh thu - Tổng chi phí

Trong đó: Tổng doanh thu là khoản tiền doanh nghiệp thu được từ các việc bán sản phẩm đến cung cấp dịch vụ, doanh thu tài chính, doanh thu khác. Tổng chi phí là chi phí dùng cho hoạt động sản xuất, kinh doanh, chi phí tài chính, các chi phí khác và thuế thu nhập doanh nghiệp.

Doanh nghiệp có HQKD cao khi chỉ số lợi nhuận ròng cao. Nắm được lợi nhuận ròng giúp doanh nghiệp biết được tỷ trọng lợi nhuận trong tổng số doanh thu, từ đó đưa ra đánh giá hoạt động kinh doanh là lãi hay lỗ. Nếu lợi nhuận ròng là dương, doanh nghiệp hiện đang có lãi và ngược lại, nếu lợi nhuận ròng âm có nghĩa là doanh nghiệp đang chịu thua lỗ. Từ đó, doanh nghiệp sẽ có căn cứ để điều chỉnh hoạt động doanh nghiệp, hạn chế bớt các khoản chi phí, tránh tình trạng doanh thu thất thoát.

Biên lợi nhuận (Profit margin) hay còn gọi lợi nhuận cận biên là chỉ số tài chính có đơn vị %, thể hiện sự chênh lệch giữa doanh thu và lợi nhuận. Hiểu đơn giản là với 100 đồng doanh thu tăng thêm sẽ tăng thêm được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Chỉ tiêu này thể hiện mối quan hệ giữa các chỉ tiêu kết quả của doanh nghiệp, một bên là lợi nhuận, một bên là khối lượng cung cấp cho xã hội như giá trị sản xuất, doanh thu. Trị giá của chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả của doanh nghiệp càng lớn, đồng thời còn cho biết ngành hàng có tỷ suất lợi nhuận cao. Có 3 biên lợi nhuận: Biên lợi nhuận gộp (Gross profit margin) là một chỉ số tài chính đo lường tỷ lệ lợi nhuận của một doanh nghiệp sau khi trừ đi tất cả các chi phí, bao gồm cả chi phí của các chi nhánh hoặc đại lý; Biên lợi nhuận ròng (Net profit margin) là một chỉ số tài chính đo lường tỷ lệ lợi nhuận sau khi trừ đi giá vốn hàng bán (COGS) của một doanh nghiệp hoặc một sản phẩm; Biên lợi nhuận hoạt động (Operating profit margin) là một

chỉ số tài chính đo lường tỷ lệ lợi nhuận sau khi trừ đi chi phí hoạt động (operating expenses) của một doanh nghiệp.

Doanh thu. Khoản 1 Điều 78 Thông tư số 200/2014/TT-BTC quy định: Doanh thu là lợi ích kinh tế thu được làm tăng vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp ngoại trừ phần đóng góp thêm của các cổ đông. Doanh thu được ghi nhận tại thời điểm giao dịch phát sinh, khi chắc chắn thu được lợi ích kinh tế, được xác định theo giá trị hợp lý của các khoản được quyền nhận, không phân biệt đã thu tiền hay sẽ thu được tiền. Doanh thu là cơ sở để tính lợi nhuận. Bởi lợi nhuận là khoản tiền thu được sau khi lấy doanh thu trừ đi các chi phí trong một kỳ kế toán. Doanh thu thể hiện quy mô hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp và lợi nhuận thể hiện hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Tỷ suất sinh lợi bao gồm tỷ số lợi nhuận ròng trên tài sản và tỷ số lợi nhuận ròng trên vốn chủ sở hữu. Tỷ số lợi nhuận ròng trên tài sản (Return on total assets - ROA), là chỉ tiêu đo lường khả năng sinh lợi trên mỗi đồng tài sản của doanh nghiệp. $ROA = \text{Lợi nhuận ròng dành cho cổ đông thường} / \text{Tổng tài sản}$. Hiệu quả của việc chuyển vốn đầu tư của doanh nghiệp thành lợi nhuận được thể hiện qua ROA. ROA càng cao thì càng tốt vì doanh nghiệp đang kiếm được nhiều tiền hơn trên lượng đầu tư ít hơn. Tỷ số lợi nhuận ròng trên vốn chủ sở hữu (Return on common equity - ROE), là tỷ số quan trọng nhất đối với các cổ đông, đo lường khả năng sinh lợi trên mỗi đồng vốn của cổ đông thường. $ROE = \text{Lợi nhuận ròng dành cho cổ đông thường} / \text{Vốn cổ phần thường}$. Tỷ lệ ROE càng cao, chứng tỏ doanh nghiệp sử dụng hiệu quả đồng vốn của cổ đông, cho nên chỉ số này thường là một tiêu chí quan trọng để xem xét cơ hội đầu tư vào cổ phiếu của một doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, nhóm chỉ tiêu tài chính còn được thể hiện ở: hệ số thanh toán hiện hành, đánh giá khả năng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn bằng tài sản ngắn hạn và hệ số thanh toán nhanh, đánh giá khả năng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn bằng tài sản ngắn hạn trừ đi hàng tồn kho.

Hai là, nhóm chỉ tiêu hoạt động.

Doanh số bán hàng, là tổng số tiền doanh nghiệp thu được từ việc bán hàng hóa, dịch vụ trong một khoảng thời gian nhất định, thường là 1 tuần, 1 tháng, 1 quý hoặc 1 năm. Doanh số bao gồm tất cả khoản tiền mà doanh nghiệp đã thu hoặc chưa thu như đơn hàng giao trước trả tiền sau, đại lý ký gửi,... Công thức tính doanh số: $\text{Doanh số} = \text{Số lượng sản phẩm, dịch vụ bán ra} \times \text{Giá bán}$. Doanh số là một trong những chỉ số quan trọng, phản ánh tình hình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh số càng cao thì các hoạt động trong doanh nghiệp có hiệu quả và có khả năng tạo ra lợi nhuận cao. Doanh số được tính bằng cách nhân số lượng sản phẩm, dịch vụ bán ra với đơn giá của sản phẩm, dịch vụ đó.

Tốc độ tăng trưởng doanh thu, đo lường sự thay đổi doanh thu của một công ty theo thời gian. Công thức để tính toán tốc độ tăng trưởng doanh thu là: $\text{Tốc độ tăng trưởng doanh thu} = ((\text{Doanh thu năm hiện tại} - \text{Doanh thu năm trước}) / \text{Doanh thu năm trước}) \times 100$. Tốc độ tăng trưởng doanh thu là một chỉ số quan trọng được sử dụng đánh giá HQKD của doanh nghiệp; so sánh với các đối thủ cạnh tranh; dự báo doanh thu trong tương lai; ra quyết định đầu tư; đánh giá sức khỏe tài chính của doanh nghiệp.

Chi phí sản xuất là toàn bộ hao phí về lao động vật hóa, lao động sống và các chi phí khác mà doanh nghiệp cần phải bỏ ra để tạo ra dịch vụ, sản phẩm nhằm tạo ra lợi nhuận như kỳ vọng trong thời kỳ nhất định. Chi phí sản xuất không đơn thuần là khoản chi tiêu cần thiết để tạo ra sản phẩm hay dịch vụ, mà còn là thước đo phản ánh hiệu quả hoạt động, năng lực cạnh tranh và khả năng sinh lời của doanh nghiệp. Hiểu rõ ý nghĩa của chi phí sản xuất, các nhà lãnh đạo có thể đưa ra những quyết định chiến lược hiệu quả, tối ưu hóa dòng tiền, gia tăng lợi nhuận và bảo đảm sự phát triển bền vững cho doanh nghiệp trong dài hạn. Đặc biệt, chi phí sản xuất là yếu tố quyết định giá thành sản phẩm, vì vậy, nó ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Kiểm soát tốt chi phí sản

xuất, doanh nghiệp có thể đưa ra mức giá cạnh tranh, thu hút khách hàng và giành thị phần. Ngược lại, chi phí sản xuất cao sẽ dẫn đến giá bán cao, dễ bị cạnh tranh và ảnh hưởng đến lợi nhuận.

Ba là, chỉ tiêu khách hàng.

Khách hàng doanh nghiệp là những tổ chức, công ty hoặc doanh nghiệp tiến hành giao dịch thương mại với các doanh nghiệp khác để phục vụ hoạt động kinh doanh. Đối tượng khách hàng này mua sắm với số lượng lớn để phục vụ nhu cầu cho tổ chức, doanh nghiệp của mình. Khách hàng doanh nghiệp có thể là các công ty sản xuất, nhà phân phối, nhà bán lẻ, tổ chức phi lợi nhuận, cơ quan chính phủ,... Thông thường, khi kinh doanh với khách hàng doanh nghiệp, các doanh nghiệp thường áp dụng các chiến lược kinh doanh và marketing khác so với việc tiếp cận khách hàng cá nhân, vì nhu cầu và quy mô của khách hàng doanh nghiệp thường phức tạp hơn. Để đánh giá HQKD của doanh nghiệp cần quan tâm đến: tổng số lượng khách hàng của doanh nghiệp; tỷ lệ khách hàng quay lại mua hàng hoặc sử dụng dịch vụ; Giá trị trung bình của mỗi giao dịch của khách hàng; mức độ hài lòng của khách hàng thông qua các khảo sát.

Bên cạnh đó còn có các nhóm chỉ tiêu khác như: chỉ tiêu về khả năng thanh toán, chỉ tiêu về hiệu quả hoạt động, chỉ tiêu về nhân lực... Việc lựa chọn sử dụng nhóm chỉ tiêu nào phụ thuộc ngành nghề kinh doanh của doanh nghiệp, mỗi ngành nghề có những đặc thù riêng, đòi hỏi các chỉ tiêu đánh giá khác nhau; quy mô doanh nghiệp, doanh nghiệp lớn và nhỏ có những chỉ tiêu quan trọng khác nhau; mục tiêu kinh doanh, mỗi doanh nghiệp có những mục tiêu kinh doanh khác nhau, dẫn đến việc lựa chọn các chỉ tiêu khác nhau.

4. Nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

Nhân tố ảnh hưởng đến HQKD rất đa dạng, có thể phân loại theo những tiêu chí khác nhau.

Theo nội dung của nhân tố:

Nhân tố thuộc về điều kiện trực tiếp kinh doanh của doanh nghiệp, như: Số lượng và chất lượng lao

động, nguồn vốn, cơ sở vật chất kỹ thuật, chính sách và cơ chế... các nhân tố này thường ảnh hưởng nhiều đến quy mô và năng lực sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp.

Nhân tố liên quan tới các mối liên hệ trong sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp gồm: cung - cầu sản phẩm trên thị trường, mức độ cạnh tranh trong kinh doanh, sự hợp tác và liên kết kinh doanh,... các nhân tố này thường ảnh hưởng trực tiếp đến hướng kinh doanh và các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Theo hướng tác động của nhân tố tới hoạt động và HQKD của doanh nghiệp:

Các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp bao gồm: nhu cầu của nền kinh tế về sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp; chính sách và cơ chế quản lý kinh tế; kết cấu hạ tầng của nền kinh tế; mức độ và điều kiện cạnh tranh của thị trường... Các nhân tố bên trong doanh nghiệp bao gồm: phương hướng và chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp; mô hình tổ chức và quản lý của doanh nghiệp; chất lượng nguồn nhân lực của doanh nghiệp; năng lực tài chính của doanh nghiệp; cơ sở vật chất kỹ thuật và trình độ công nghệ của doanh nghiệp; liên kết, hợp tác sản xuất, kinh doanh giữa các doanh nghiệp.

Theo tính chất tác động của nhân tố tới hoạt động và HQKD của doanh nghiệp:

Nhân tố khách quan bao gồm: các yếu tố chính trị, luật pháp, văn hóa, xã hội, công nghệ, kỹ thuật, kinh tế, điều kiện tự nhiên, cơ sở hạ tầng và quan hệ kinh tế... đây là những nhân tố tác động chung đến tất cả các doanh nghiệp trên thị trường.

Nhân tố chủ quan bao gồm: sức mạnh về tài chính, tiềm năng về con người, tài sản vô hình, trình độ tổ chức quản lý, trình độ trang thiết bị cơ sở vật chất và công nghệ, sự đúng đắn của các mục tiêu kinh doanh và khả năng kiểm soát của doanh nghiệp trong quá trình thực hiện mục tiêu.

5. Ý nghĩa của vấn đề nghiên cứu

Nghiên cứu lý luận về phân tích HQKD của doanh nghiệp đóng vai trò quan trọng trong việc giúp các doanh nghiệp đạt được thành công bền vững. Việc nghiên cứu này cung cấp một nền tảng

kiến thức vững chắc, giúp các nhà quản lý, nhà đầu tư và các bên liên quan hiểu rõ hơn về: Bản chất của HQKD: HQKD là gì? Nó được đo lường như thế nào? Các yếu tố nào ảnh hưởng đến HQKD? Trên cơ sở đó, doanh nghiệp có thể:

Đưa ra quyết định chính xác: hiểu rõ các nguyên tắc và lý thuyết kinh doanh giúp các nhà quản lý đưa ra quyết định chính xác hơn, phù hợp với tình hình thực tế của doanh nghiệp.

Nâng cao năng lực cạnh tranh: áp dụng các kiến thức về phân tích HQKD vào thực tiễn giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh, thích ứng với sự thay đổi của thị trường.

Phòng tránh rủi ro: nghiên cứu giúp doanh nghiệp nhận biết và phòng tránh các rủi ro có thể xảy ra, từ đó giảm thiểu thiệt hại.

Phát triển bền vững: hiểu rõ các yếu tố ảnh hưởng đến HQKD giúp doanh nghiệp xây dựng chiến lược phát triển bền vững, đảm bảo sự tồn tại và phát triển lâu dài.

Cải thiện hiệu quả sử dụng nguồn lực: nghiên cứu giúp doanh nghiệp tối ưu hóa việc sử dụng các nguồn lực như vốn, nhân lực, vật liệu, từ đó giảm chi phí và tăng lợi nhuận.

Việc nghiên cứu lý luận về phân tích HQKD của doanh nghiệp là một hoạt động cần thiết và không thể thiếu đối với bất kỳ doanh nghiệp nào muốn đạt được thành công. Kết quả nghiên cứu cung cấp một nền tảng kiến thức vững chắc, giúp doanh nghiệp đưa ra các quyết định đúng đắn và đạt được mục tiêu kinh doanh đã đề ra.

6. Kết luận

Nâng cao HQKD là vấn đề quan trọng, được nhiều doanh nghiệp quan tâm hàng đầu, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay. Con đường cơ bản để nâng cao HQKD là tìm mọi biện pháp để tăng doanh thu hoặc giảm chi phí, hoặc làm cho tốc độ tăng doanh thu hoặc giảm chi phí, hoặc làm cho tốc độ tăng doanh thu phải nhanh hơn tốc độ giảm chi phí. Các biện pháp để thực hiện rất khác nhau, tùy thuộc vào tình hình cụ thể ở từng doanh nghiệp, tuy nhiên cần đứng vững trên cơ sở lý thuyết về phân tích HQKD ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Văn Công (2009). Giáo trình phân tích kinh doanh. Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
2. Đặng Đình Đào, Hoàng Đức Thân (2012). Giáo trình kinh tế thương mại. Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
3. Phạm Công Đoàn, Nguyễn Cảnh Lịch (2004). Kinh tế doanh nghiệp thương mại. Nxb Thống kê, Hà Nội.
4. Nguyễn Thành Độ, Nguyễn Ngọc Huyền (2009). Giáo trình Quản trị kinh doanh. Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
5. Lê Công Hoa, Nguyễn Thành Hiếu (2013). Giáo trình nghiên cứu kinh doanh. Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
6. Dương Thu Minh (2017). Nghiên cứu lý luận về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Truy cập tại: <https://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-ly-luan-ve-hieu-qua-kinh-doanh-cua-doanh-nghiep.html>.

Ngày nhận bài: 13/11/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/11/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/12/2024

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THỊ TUYẾT MINH

Giảng viên Khoa Kế toán - Tài chính

Trường Đại học Hải Phòng

FUNDAMENTAL THEORETICAL ASPECTS OF BUSINESS PERFORMANCE ANALYSIS IN ENTERPRISES

● Master. **NGUYEN THI TUYET MINH**

Lecturer, Faculty of Accounting - Finance

Hai Phong University

ABSTRACT:

This study explores fundamental theoretical aspects of business performance analysis in enterprises and highlights its practical significance. The study is grounded in established theories of business performance analysis, while also incorporating and building upon findings from recent scientific studies.

Keywords: business, business performance, control, management activities.