

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUY NHƠN
KHOA KINH TẾ & KẾ TOÁN**



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**TÊN ĐỀ TÀI: ĐẦU TƯ NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG
SẢN XUẤT KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THỦY
SẢN BÌNH ĐỊNH**

Sinh viên thực hiện : Võ Thị Kim Huệ
Lớp : Kinh tế K41
Giảng viên hướng dẫn : TS. Sử Thị Thu Hằng

Bình Định, tháng 5 năm 2022

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đề tài: “Đầu tư nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định” là một bài nghiên cứu độc lập dưới sự hướng dẫn của giảng viên hướng dẫn TS. Sử Thị Thu Hằng. Các số liệu và kết quả nghiên cứu trong đề tài này là trung thực và hoàn toàn không sao chép kết quả của đề tài nghiên cứu nào tương tự. Các thông tin trích dẫn trong luận văn đã được trích dẫn nguồn và chú thích rõ ràng. Tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm trước bộ môn, khoa và nhà trường về sự cam đoan này.

Bình Định, tháng 5 năm 2022

Sinh viên

Võ Thị Kim Huệ

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

Họ tên sinh viên thực hiện: Võ Thị Kim Huệ

Lớp: Kinh tế đầu tư

Khóa: 41

Tên đề tài: Đầu tư nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định.

I. Nội dung nhận xét:

1. Tình hình thực hiện:
2. Nội dung của đề tài:
 - Cơ sở lý thuyết:
 - Cơ sở số liệu:
 - Phương pháp giải quyết các vấn đề:
3. Hình thức của đề tài:
 - Hình thức trình bày :
 - Kết cấu của đề tài:
4. Những nhận xét khác :

II. Đánh giá cho điểm :

- Tiến trình làm đề tài:
- Nội dung đề tài:
- Hình thức đề tài:
- Tổng cộng:**

Bình Định, Ngàythángnăm.....

Giảng viên hướng dẫn

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN PHẢN BIỆN

Họ tên sinh viên thực hiện: Võ Thị Kim Huệ

Lớp: Kinh tế đầu tư

Khóa: 41

Tên đề tài: Đầu tư nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định.

I. Nội dung nhận xét:

1. Nội dung của đề tài:

- Cơ sở lý thuyết:
- Cơ sở số liệu:
- Phương pháp giải quyết các vấn đề:

2. Hình thức của đề tài:

- Hình thức trình bày :
- Kết cấu của đề tài:

3. Những nhận xét khác :

.....

.....

II. Đánh giá cho điểm :

- Nội dung đề tài:
- Hình thức đề tài:
- Tổng cộng:**

Bình Định, Ngàythángnăm.....

Giảng viên phản biện

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH VÀ ĐẦU TƯ NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY	7
1.1. Khái niệm hiệu quả sản xuất kinh doanh và đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh	7
<i>1.1.1. Khái niệm hiệu quả kinh doanh</i>	<i>7</i>
<i>1.1.2. Khái niệm đầu tư</i>	<i>8</i>
<i>1.1.3. Khái niệm đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh</i>	<i>9</i>
1.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh	9
<i>1.2.1. Hệ thống chỉ tiêu tổng quát.....</i>	<i>10</i>
<i>1.2.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh tổng hợp</i>	<i>10</i>
<i>1.2.3. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định</i>	<i>11</i>
<i>1.2.4. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động.....</i>	<i>11</i>
<i>1.2.5. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng chi phí</i>	<i>12</i>
<i>1.2.6. Các chỉ tiêu đánh giá tình hình tài chính của doanh nghiệp.....</i>	<i>12</i>
<i>1.2.6.1. Chỉ tiêu về khả năng thanh toán.....</i>	<i>12</i>
<i>1.2.6.2. Chỉ tiêu đặc trưng về kết cấu tài chính.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2.6.3. Các chỉ số về hoạt động.....</i>	<i>14</i>
<i>1.2.7. Các chỉ tiêu về hiệu quả kinh tế xã hội</i>	<i>14</i>
1.3. Sự cần thiết phải đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh	15
1.4. Nội dung đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh	16
<i>1.4.1. Đầu tư cho máy móc thiết bị</i>	<i>16</i>
<i>1.4.2. Đầu tư cho nguồn nhân lực.....</i>	<i>17</i>
<i>1.4.3. Đầu tư khoa học công nghệ.....</i>	<i>18</i>
<i>1.4.4. Đầu tư cho marketing.....</i>	<i>19</i>
1.5. Các chỉ tiêu đánh giá kết quả và hiệu quả đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.....	19

1.6. Các nhân tố ảnh hưởng đến đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh	21
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG ĐẦU TƯ NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THỦY SẢN BÌNH ĐỊNH	25
2.1. Giới thiệu khái quát về Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định	25
<i>2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của công ty</i>	<i>25</i>
<i>2.1.2. Chức năng và nhiệm vụ của công ty</i>	<i>26</i>
<i>2.1.2.1. Chức năng</i>	<i>26</i>
<i>2.1.2.2. Nhiệm vụ</i>	<i>27</i>
<i>2.1.3. Cơ cấu tổ chức của công ty</i>	<i>28</i>
<i>2.1.4. Các sản phẩm của công ty</i>	<i>30</i>
<i>2.1.5. Thị trường hoạt động</i>	<i>31</i>
<i>2.1.6. Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty năm 2018 – 2021</i>	<i>31</i>
2.2. Thực trạng đầu tư hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định giai đoạn 2018-2021	33
<i>2.2.1. Tổng vốn đầu tư của công ty</i>	<i>33</i>
<i>2.2.2. Đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh theo nội dung</i>	<i>34</i>
<i>2.2.2.1. Đầu tư máy móc thiết bị</i>	<i>34</i>
<i>2.2.2.2. Đầu tư nguồn nhân lực</i>	<i>35</i>
<i>2.2.2.3. Đầu tư khoa học công nghệ</i>	<i>37</i>
<i>2.2.2.4. Đầu tư vào hoạt động marketing</i>	<i>38</i>
2.3. Kết quả và hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định giai đoạn 2018-2021	39
<i>2.3.1. Kết quả sản xuất kinh doanh</i>	<i>39</i>
<i>2.3.1.1. Doanh thu theo mặt hàng</i>	<i>39</i>
<i>2.3.1.2. Doanh thu theo thị trường</i>	<i>40</i>
<i>2.3.1.3. Lợi nhuận của công ty</i>	<i>41</i>
<i>2.3.2. Hiệu quả sản xuất kinh doanh</i>	<i>42</i>
<i>2.3.2.1. Đánh giá chung về hiệu quả sản xuất kinh doanh</i>	<i>42</i>
<i>2.3.2.2. Đánh giá hiệu quả sử dụng chi phí</i>	<i>43</i>

2.3.2.3. <i>Đánh giá tình hình tài chính của công ty</i>	44
2.3.3. <i>Hiệu quả sử dụng vốn đầu tư</i>	46
2.4. Tác động của chi phí quảng cáo đến doanh thu tại Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định	46
2.4.1. <i>Mô hình nghiên cứu</i>	47
2.4.2. <i>Đo lường các biến trong mô hình</i>	49
2.4.3. <i>Kết quả nghiên cứu</i>	49
2.4.3.1. <i>Kiểm định tính dừng của dữ liệu</i>	49
2.4.3.2. <i>Kết quả mô hình hồi quy</i>	51
2.4.3.3. <i>Kết quả kiểm định khuyết tật</i>	52
2.4.4. <i>Kết luận</i>	53
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP ĐẦU TƯ NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THỦY SẢN BÌNH ĐỊNH	55
3.1. Định hướng phát triển của Công ty cổ phần thủy sản Bình Định	55
3.2. Các giải pháp đầu tư nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định	56
3.2.1. <i>Huy động vốn đầu tư</i>	56
3.2.2. <i>Xây dựng chiến lược kinh doanh</i>	57
3.2.3. <i>Khắc phục các rào cản thương mại</i>	58
3.2.4. <i>Đẩy mạnh áp dụng tiêu chuẩn kỹ thuật</i>	59
3.2.5. <i>Đầu tư khoa học công nghệ - máy móc thiết bị</i>	59
3.2.6. <i>Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng sản xuất</i>	60
3.2.7. <i>Đầu tư cho công tác thu mua và sử dụng nguyên vật liệu</i>	61
3.2.8. <i>Đầu tư nâng cao chất lượng nguồn nhân lực</i>	62
3.2.9. <i>Đầu tư hoạt động marketing</i>	63
KẾT LUẬN	64

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

Ký hiệu	Chữ viết đầy đủ
BIDIFISCO	Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định
BH	Bán hàng
DV	Dịch vụ
DT	Doanh thu
EU	Liên minh châu Âu
HTK	Hàng tồn kho
KH-CN	Khoa học-Công nghệ
LN	Lợi nhuận
LNST	Lợi nhuận sau thuế
MMTB	Máy móc thiết bị
NĐ-CP	Nghị định-Chính phủ
OLS	Phương pháp bình phương nhỏ nhất
ROA	Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản
ROE	Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu
ROS	Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu
TNDN	Thu nhập doanh nghiệp
USD	Đô la Mỹ
VCSH	Vốn chủ sở hữu
VIF	Hệ số phóng đại phương sai

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 2.1: Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định giai đoạn 2018-2021.....	32
Bảng 2.2: Quy mô vốn đầu tư của Công ty giai đoạn 2018-2021.....	34
Bảng 2.3: Tổng vốn đầu tư vào máy móc thiết bị của Công ty giai đoạn 2018-2021.....	35
Bảng 2.4: Tổng vốn đầu tư vào nguồn nhân lực của Công ty giai đoạn 2018-2021.....	36
Bảng 2.5: Tổng vốn đầu tư vào KH - CN của Công ty giai đoạn 2018-2021.....	37
Bảng 2.6: Tổng vốn đầu tư vào marketing của Công ty giai đoạn 2018-2021.....	38
Bảng 2.7: Doanh thu theo mặt hàng của Công ty giai đoạn 2018-2021.....	39
Bảng 2.8: Doanh thu theo thị trường của Công ty giai đoạn 2018-2021.....	40
Bảng 2.9: Lợi nhuận của Công ty giai đoạn 2018-2021.....	41
Bảng 2.10: Chỉ tiêu đánh giá chung về hiệu quả sản xuất kinh doanh.....	42
Bảng 2.11: Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng chi phí.....	43
Bảng 2.12: Chỉ tiêu đánh giá khả năng thanh toán.....	44
Bảng 2.13: Chỉ tiêu đánh giá cơ cấu tài chính.....	45
Bảng 2.14: Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động.....	45
Bảng 2.15: Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn đầu tư.....	46
Bảng 2.16. Kết quả kiểm định tính dừng của biến doanh thu.....	50
Bảng 2.17. Kết quả kiểm định tính dừng của biến chi phí quảng cáo.....	50
Bảng 2.18. Kết quả kiểm định tính dừng của biến chi phí tài sản.....	50
Bảng 2.20. Kết quả kiểm định tính dừng của biến giá bán sản phẩm.....	51
Bảng 2.21: Kết quả hồi quy OLS cho doanh thu của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định.....	51
Bảng 2.22: Hệ số VIF của các biến trong mô hình tác động của các yếu tố đến doanh thu của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định.....	52
Bảng 2.23. Kết quả kiểm định tự tương quan của các biến trong mô hình.....	53

DANH MỤC SƠ ĐỒ, HÌNH VẼ

Sơ đồ 2.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định.....	28
Sơ đồ 2.2: Khung lý thuyết.....	47

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong nền kinh tế thị trường hiện nay, các doanh nghiệp cạnh tranh với nhau vô cùng gay gắt để có thể tồn tại và phát triển bền vững, có chỗ đứng trên thị trường. Đặc biệt khi các nước trên thế giới cùng tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu thì cạnh tranh không những chỉ trong phạm vi trong nước mà còn mở rộng ra với các doanh nghiệp trong khu vực và thế giới. Trong bối cảnh đó, các công ty được hình thành ở khắp mọi nơi trên đất nước đã tạo ra sự chuyển biến quan trọng cho nền kinh tế nước nhà. Việc này tạo điều kiện giúp các doanh nghiệp dễ dàng tìm kiếm thêm nhiều đối tác kinh doanh, nhà cung ứng có nhiều lợi thế, tuy nhiên nó cũng làm cho hoạt động kinh doanh ngày càng cạnh tranh khốc liệt hơn.

Trước tình hình trên, để tìm được chỗ đứng trên thị trường, các doanh nghiệp phải khai thác triệt để các nguồn lực, tận dụng mọi cơ hội, đổi mới công nghệ, cách thức kinh doanh, không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm, cải tiến mẫu mã. Đồng thời phải chú trọng tới việc tìm kiếm khách hàng, hiểu được đối thủ cạnh tranh cũng như hiểu được chính mình để có thể hoạch định được một chiến lược kinh doanh đầy sáng tạo, linh hoạt, hiệu quả nhằm thỏa mãn tốt những nhu cầu mong muốn của khách hàng.

Hiện nay, hoạt động xuất nhập khẩu đã và đang nắm giữ vai trò hết sức quan trọng trong nền kinh tế, đặc biệt là ngành thủy sản. Theo số liệu thống kê của Tổng cục Thủy sản cho thấy, từ năm 2018 đến nay, tình hình xuất khẩu thủy sản nước ta có những bước phát triển vượt bậc. Kim ngạch xuất khẩu thủy sản nước ta liên tục tăng mạnh, cụ thể đạt 7,74 triệu tấn năm 2018 lên 8,15 triệu tấn năm 2019, đến năm 2020 đạt 8,64 triệu tấn. (*Tổng cục Thủy sản, 2019*). Việt Nam đang là một trong những nước dẫn đầu về xuất khẩu thủy sản trên thế giới. Đối với Công ty Cổ phần Thủy sản Bình Định, đây là một trong những công ty xuất nhập khẩu thủy sản uy tín tại tỉnh nói riêng và Việt Nam nói chung. Sở dĩ công ty ngày càng phát triển mạnh mẽ dù vẫn gặp nhiều khó khăn chính là vì công ty đã trải qua thời gian dài để nghiên cứu, tìm hiểu, phân tích kỹ từng nhân tố của thị trường. Từ đó đánh giá được những thuận lợi, khó khăn để xác định được một cách chính xác từng thị trường từ thị trường mục tiêu, thị trường chủ lực đến thị trường tiềm năng cho quá trình tiêu thụ sản phẩm của công ty. Tuy nhiên, để tiếp tục tồn tại, phát triển và khẳng định vị trí của mình trong ngành thủy sản, thì đối với công ty nói riêng và bất kỳ doanh nghiệp nào nói chung cũng đều phải chú trọng đến vấn đề hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp cũng như làm thế nào để đầu tư nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại công ty. Hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh là thước đo cuối cùng trong suốt thời kỳ hoạt động và là vấn đề sống còn của một công ty. Muốn thành công trong tương lai thì hiện tại công

ty cần thường xuyên đầu tư cho các mảng như máy móc thiết bị, nhân lực, marketing,... để nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh. Đồng thời, cần phải nghiên cứu tác động của các nhân tố nguồn lực là chi phí quảng cáo đến hiệu quả sản xuất kinh doanh để từ đó góp phần duy trì được trạng thái hoạt động tối ưu nhất cho công ty, đảm bảo đời sống cho người lao động và làm tròn nghĩa vụ với nước nhà.

Có thể nói, việc đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh không chỉ có ý nghĩa đối với bản thân doanh nghiệp mà còn đối với cả xã hội. Tuy nhiên, với tiềm lực có hạn, môi trường kinh doanh lại biến đổi khó lường, làm thế nào để đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, đạt được các mục tiêu tăng trưởng, và chiến thắng trên thị trường cạnh tranh đang là bài toán khó với tất cả các doanh nghiệp. Điều này không là ngoại lệ đối với Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định. Xuất phát từ nhu cầu thực tế của công ty, tầm quan trọng cũng như lợi ích mà việc đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh mang lại cũng như những thách thức trong môi trường kinh doanh hiện nay là lý do mà em chọn đề tài “ Đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty Cổ phần Thủy sản Bình Định” làm khóa luận tốt nghiệp.

2. Mục tiêu nghiên cứu

2.1. Mục tiêu tổng quát

Mục tiêu tổng quát là nghiên cứu hoạt động đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định

2.2. Mục tiêu cụ thể

- Nêu cơ sở lý luận về hiệu quả kinh doanh, đầu tư và đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh

- Phân tích thực trạng đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh và đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty Cổ phần Thủy sản Bình Định.

- Phân tích tác động của chi phí quảng cáo đến doanh thu của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định.

- Đưa ra kết luận và đề xuất các giải pháp đầu tư nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại công ty

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: Hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định

- Phạm vi nghiên cứu:

+ Phạm vi không gian: Đề tài được tiến hành nghiên cứu trong phạm vi Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định

+ Phạm vi thời gian: Các thông tin và dữ liệu phục vụ hồi quy mô hình tác động của chi phí quảng cáo đến doanh thu của công ty được thu thập theo quý trong vòng 10 năm (từ 2012 – 2021).

4. Phương pháp nghiên cứu

- Sử dụng phương pháp thu thập thông tin, số liệu thực tế tại Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định. Đó là các báo cáo tài chính của công ty, ngoài ra còn thu thập thông tin từ các bài nghiên cứu có liên quan, internet.

- Phương pháp so sánh: so sánh các chỉ tiêu về vốn đầu tư, doanh thu, chi phí, lợi nhuận của công ty từ năm 2018-2021.

- Phương pháp thống kê tổng hợp các chỉ tiêu kinh tế từ đó đánh giá thực trạng hoạt động của công ty trong giai đoạn phân tích và đưa ra các giải pháp đầu tư nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh.

- Đối với mô hình hồi quy:

Dữ liệu được thu thập trong vòng 10 năm từ năm 2012 đến năm 2021 và được tính theo quý. Nghiên cứu này sử dụng mô hình kinh tế lượng là mô hình hồi quy đa biến để hồi quy, đây là mô hình gồm nhiều biến độc lập cùng giải thích cho một biến phụ thuộc. Mô hình này cho phép kiểm soát kiểm soát nhiều yếu tố khác nhau tác động đồng thời lên biến phụ thuộc. Dữ liệu và các thông số được tiến hành kiểm tra, phân tích, đánh giá bằng phần mềm Stata 14.

5. Tổng quan nghiên cứu

Có rất nhiều chủ đề, sách báo, nghiên cứu thực nghiệm được tiến hành để nghiên cứu đánh giá tác động của các yếu tố ảnh hưởng đến doanh thu, hiệu quả sản xuất kinh doanh cũng như các vấn đề có liên quan.

Các nghiên cứu nước ngoài

Theo Muhammad Aminul Islam và cộng sự (2009) với nghiên cứu “ Các yếu tố ảnh hưởng đến sự thành công trong kinh doanh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Bangladesh”. Nghiên cứu này xem xét các yếu tố quyết định đến sự thành công của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Bangladesh. Chúng bao gồm: đặc điểm của các doanh nghiệp vừa và nhỏ, bí quyết và quản lý, sản phẩm và dịch vụ, phong cách kinh doanh, tài chính và các nguồn lực khác, cuối cùng là môi trường bên ngoài. Nghiên cứu dựa trên phương pháp khảo sát thông qua bảng câu hỏi được quản lý đối với nhân viên của các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Dữ liệu được phân tích bằng SPSS. Sáu giả thuyết được đề xuất và thử nghiệm. Kết quả nghiên cứu chỉ ra có 4 yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự thành công trong kinh doanh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Bangladesh là sản phẩm và dịch vụ, cách thức kinh doanh, bí quyết quản lý và môi trường bên ngoài. Nghiên cứu như vậy đã không được thực hiện trước đây trong bối cảnh của

Bangladesh. Kết quả nghiên cứu rất hữu ích cho các doanh nhân và các nhà hoạch định chính sách.

Theo Chittithaworn và cộng sự (2011) với nghiên cứu “Các yếu tố ảnh hưởng đến thành công kinh doanh của doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Thái Lan”. Mục đích của nghiên cứu là nhằm xác định các nhân tố tác động đến sự thành công của các doanh nghiệp tại Thái Lan. Nghiên cứu đã xem xét 8 yếu tố là đặc tính của doanh nghiệp, quản lý và bí quyết, chất lượng sản phẩm, khách hàng, cách thức kinh doanh và hợp tác, nguồn lực tài chính, chiến lược và cuối cùng là môi trường bên ngoài. Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích hồi quy đa biến để kiểm định sự tác động của các nhân tố. Kết quả phân tích cho thấy có 5 giả thuyết được chấp nhận đó là đặc tính của doanh nghiệp, chất lượng sản phẩm, khách hàng, cách thức kinh doanh và hợp tác, môi trường bên ngoài.

Theo Abdullahi và Dauda (2014) với nghiên cứu “Đánh giá quảng cáo về doanh thu bán hàng và khả năng sinh lời của Công ty đóng chai Nigeria”. Nghiên cứu này đánh giá hiệu quả của chi phí quảng cáo đối với doanh thu bán hàng và lợi nhuận của Công ty đóng chai Nigeria Plc. Nghiên cứu này dựa trên dữ liệu thứ cấp được thu thập về chi tiêu quảng cáo, doanh thu bán hàng và lợi nhuận của Công ty đóng chai Nigerian Plc trong giai đoạn 1996-2009 từ báo cáo thường niên và tài khoản của công ty đang nghiên cứu. Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích hồi quy và tương quan để đánh giá mức độ ảnh hưởng của quảng cáo về doanh thu bán hàng và lợi nhuận của công ty. Kết quả của nghiên cứu cho thấy, thứ nhất nghiên cứu cho thấy rằng chi phí quảng cáo đã mô tả mối quan hệ đáng kể giữa quảng cáo và doanh thu bán hàng của công ty. Thứ hai, kết quả cho thấy rằng quảng cáo không có ảnh hưởng đến kể đến lợi nhuận của công ty. Nghiên cứu kết luận rằng quảng cáo được coi là một trong những phương tiện truyền thông quan trọng nhất ảnh hưởng đến hiệu suất của công ty theo nhiều cách. Nhưng tầm quan trọng chiến lược có ảnh hưởng của nó có thể bị kìm hãm, bởi các yếu tố khác cũng nhận được sự quan tâm như nhau tại thời điểm quyết định doanh số bán hàng. Do đó, không chỉ quảng cáo cần được quan tâm đúng mức mà đồng thời cần xây dựng các chiến lược liên quan đến doanh số bán hàng và chính sách thúc đẩy lợi nhuận.

Các nghiên cứu trong nước

Theo Lê Thị Tuyết Thanh và cộng sự (2013) với nghiên cứu “Tác động của Digital Marketing đến hiệu quả kinh doanh của cá thể kinh doanh tại thành phố Hồ Chí Minh”. Thông qua việc khảo sát 340 cá nhân kinh doanh có sử dụng các công cụ digital marketing tại thành phố Hồ Chí Minh, kết quả phân tích phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis – EFA) đã chỉ ra 4 yếu tố tác động đến hiệu quả kinh doanh của cá thể kinh doanh, đó là: truyền thông mạng xã hội, tối ưu hóa

công cụ tìm kiếm, trang web/blog và quảng cáo hiển thị. Kết quả hồi quy đa biến cho thấy yếu tố quảng cáo hiển thị có ảnh hưởng mạnh nhất đến hiệu quả kinh doanh của cá thể kinh doanh. Kết quả nghiên cứu cung cấp những thông tin hữu ích giúp cho cá thể kinh doanh phân bổ nguồn ngân sách hợp lý cũng như khai thác triệt để các công cụ digital marketing để nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Theo bài báo của Nguyễn Thị Minh Hà (2015) về các nhân tố ảnh hưởng đến doanh thu. Tác giả đã chỉ ra 5 nhân tố tác động đến doanh thu là khối lượng sản phẩm sản xuất và tiêu thụ, chất lượng sản phẩm hàng hóa và dịch vụ tiêu thụ, giá bán sản phẩm hàng hóa và dịch vụ, thị trường tiêu thụ và chính sách bán hàng hợp lý. Tuy nhiên tác giả chỉ nói chung về các nhân tố ảnh hưởng đến doanh thu chứ không đi vào phân tích, nghiên cứu cụ thể.

Theo Nguyễn Văn Thích (2018) với nghiên cứu “Các yếu tố ảnh hưởng đến thành công trong kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở TP. Hồ Chí Minh”. Mục đích của nghiên cứu này là cung cấp sự hiểu biết về các yếu tố ảnh hưởng đến thành công của doanh nghiệp nhỏ và vừa do đó giúp giảm nguy cơ thất bại và tăng cơ hội thành công cho doanh nghiệp. Nghiên cứu đã kiểm tra 7 yếu tố ảnh hưởng đến sự thành công của doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. Các yếu tố này bao gồm: nguồn lực công nghệ, kỹ năng quản lý, sản phẩm và dịch vụ, chiến lược marketing, cách thức hợp tác và kinh doanh, tài nguyên tài chính và môi trường bên ngoài. Khung lý thuyết đã được xây dựng và bảng câu hỏi đã được thiết kế dựa trên các yếu tố được lựa chọn. Toàn bộ các giả thuyết đã được kiểm định thành công và được chấp nhận với phần mềm MINITAB. Kết quả phân tích hồi quy cho thấy tất cả các yếu tố được kiểm định đều có những tác động tích cực đáng kể đến thành công của doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Theo Nguyễn Văn Ít và cộng sự (2018) với “Nghiên cứu ảnh hưởng của yếu tố năng lực marketing, hình ảnh thương hiệu và năng lực cạnh tranh đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch tại tỉnh Thừa Thiên Huế”. Nghiên cứu được tiến hành nhằm xác định mối quan hệ và đo lường ảnh hưởng của yếu tố năng lực marketing, hình ảnh thương hiệu, năng lực cạnh tranh đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch trên cơ sở khảo sát 490 lãnh đạo doanh nghiệp (doanh nghiệp nội địa và doanh nghiệp có yếu tố nước ngoài) thuộc lĩnh vực kinh doanh dịch vụ du lịch tại tỉnh Thừa Thiên Huế trong thời gian từ tháng 3 năm 2018 đến tháng 7 năm 2018. Phân tích dữ liệu bằng mô hình phân tích nhân tố khám phá (EFA), mô hình cấu trúc (SEM). Kết quả xác định được mối quan hệ và mức độ ảnh hưởng của yếu tố năng lực marketing, hình ảnh thương hiệu, năng lực cạnh tranh đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch. Nghiên cứu này còn đưa ra hàm ý quản trị phù hợp giúp các doanh nghiệp kinh doanh du lịch đạt hiệu quả kinh doanh tốt.

Theo Hoàng Thị Tuyết Nhung (2019) với luận văn “Các yếu tố ảnh hưởng đến doanh thu trong các doanh nghiệp sản xuất thực phẩm địa bàn Hà Nội”. Tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Phương pháp nghiên cứu định tính được sử dụng trong giai đoạn nghiên cứu sơ bộ với kỹ thuật phỏng vấn và thảo luận nhóm để hiệu chỉnh thang đo. Phương pháp nghiên cứu định lượng được sử dụng trong giai đoạn nghiên cứu chính thức với kỹ thuật thu thập thông tin thông qua hình thức phát phiếu khảo sát bằng bảng câu hỏi. Các dữ liệu, thông số được tiến hành kiểm tra, phân tích, đánh giá bằng phần mềm SPSS phiên bản 20. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 4 nhân tố tác động đến doanh thu là giá sản phẩm, chất lượng sản phẩm, khối lượng sản phẩm tiêu thụ, nhu cầu thị trường. Trong đó chất lượng sản phẩm là nhân tố tác động mạnh nhất tới doanh thu.

6. Ý nghĩa của đề tài

Đầu tư nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh có ý nghĩa vô cùng quan trọng đối với sự tồn tại và phát triển của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định nói riêng và toàn bộ các công ty nói chung. Phân tích kết quả và đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh là cơ sở quan trọng để đưa ra các quyết định đầu tư đúng đắn, hợp lý, tối thiểu hóa các chi phí giúp đem lại lợi nhuận, góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty.

7. Kết cấu của khóa luận

Khóa luận được cấu trúc thành 3 chương

Chương 1: Cơ sở lí luận về hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh và đầu tư nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty

Chương 2: Thực trạng đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định

Chương 3: Giải pháp đầu tư nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH VÀ ĐẦU TƯ NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY

1.1. Khái niệm hiệu quả sản xuất kinh doanh và đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh

1.1.1. Khái niệm hiệu quả kinh doanh

Trong hoạt động sản xuất kinh doanh thì hiệu quả sản xuất kinh doanh là mục tiêu, là động lực mà các doanh nghiệp theo đuổi. Tất cả mọi kế hoạch, phương pháp quản trị hay phương án kinh doanh đều đi đến mục tiêu làm sao để hiệu quả là cao nhất. Cùng với sự phát triển của xã hội thì khái niệm hiệu quả sản xuất kinh doanh ngày càng được phát triển, được hoàn thiện. Tuy nhiên vẫn không ít các quan điểm khác nhau về hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Đã có rất nhiều học giả nghiên cứu và đưa ra những phát biểu khác nhau về hiệu quả sản xuất kinh doanh. Các phát biểu này thường xoay quanh các vấn đề so sánh giữa kết quả đầu ra với đầu vào, đánh giá khả năng sử dụng các nguồn lực nhằm đạt được kết quả, mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp. Tuy nhiên, để có thể hiểu chính xác và đầy đủ về hiệu quả sản xuất kinh doanh, trước tiên cần làm rõ khái niệm về “Kinh doanh” và khái niệm về “Hiệu quả”

Khái niệm về kinh doanh

Kinh doanh là việc thực hiện liên tục một, một số hoặc tất cả công đoạn của quá trình từ đầu tư, sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm hoặc cung ứng dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích tìm kiếm lợi nhuận. (*Luật Doanh nghiệp, 2020*)

Khái niệm về hiệu quả

Có 2 cách tiếp cận khái niệm về hiệu quả

Nếu tiếp cận theo phương pháp truyền thống thì “*Hiệu quả là khái niệm thể hiện mối quan hệ giữa kết quả thực hiện các mục tiêu hoạt động và chi phí phải bỏ ra để đạt được kết quả đó của một chủ thể trong những điều kiện nhất định*”. (*Đỗ Huyền Trang, 2012*). Với cách xác định hiệu quả này thì kết quả đạt được càng lớn hơn chi phí bỏ ra bao nhiêu thì hiệu quả càng cao bấy nhiêu. Tuy nhiên trong nhiều trường hợp hiệu số của một chỉ tiêu kết quả và một chỉ tiêu chi phí sẽ là một chỉ tiêu kết quả khác. Như vậy, theo phương pháp truyền thống này khái niệm hiệu quả và kết quả bị trùng lặp.

Nếu tiếp cận khái niệm hiệu quả gắn với mục đích của chủ thể thì “*Hiệu quả là một chỉ tiêu phản ánh mức độ thu lại được kết quả nhằm đạt được một mục đích nào đó của chủ thể tương ứng với một đơn vị nguồn lực đã bỏ ra trong quá trình thực hiện*

hoạt động”. (Đỗ Huyền Trang, 2012). Với cách xác định này thì hiệu quả của một hoạt động nào đó được gắn với một mục đích nhất định, trong đó mục tiêu cụ thể đã được xác định chính là mức độ thu lại kết quả. Như vậy hiệu quả luôn gắn với mục tiêu nhất định, đồng nghĩa với việc không thể xác định hiệu quả của các hoạt động không có mục tiêu.

Khái niệm về hiệu quả kinh doanh

Thực chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực vào sản xuất kinh doanh để tiết kiệm chi phí các nguồn lực đó nhằm đạt được mục đích kinh doanh đề ra. Nói cách khác bản chất của hiệu quả hoạt động kinh doanh là nâng cao năng suất lao động xã hội và tiết kiệm lao động xã hội, đóng góp vào sự phát triển bền vững của doanh nghiệp nói riêng và xã hội nói chung. Dưới đây là một số quan điểm khác nhau về hiệu quả kinh doanh:

Quan điểm đầu tiên cho rằng: “Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù kinh tế, phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực sẵn có của doanh nghiệp để đạt kết quả cao nhất trong kinh doanh với chi phí thấp nhất.” (Nguyễn Công Văn, 2009)

Quan điểm thứ hai cho rằng: “Hiệu quả kinh doanh là chỉ tiêu kinh tế - xã hội tổng hợp để lựa chọn các phương án hoặc các quyết định trong quá trình hoạt động thực tiễn ở mọi lĩnh vực kinh doanh và tại mọi thời điểm. Bất kỳ các quyết định cần đạt được phương án tốt nhất trong điều kiện cho phép, giải pháp thực hiện có tính cân nhắc, tính toán chính xác phù hợp với sự tất yếu của quy luật khách quan trong từng điều kiện cụ thể.” (Đỗ Hoàng Toàn, 1994)

Từ cơ sở trên ta có thể hiểu hiệu quả kinh doanh là một phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực để đạt được mục tiêu đã đặt ra, nó biểu hiện mối tương quan giữa kết quả thu được và chi phí bỏ ra để có kết quả đó, độ chênh lệch giữa hai đại lượng này càng lớn thì hiệu quả thì hiệu quả càng cao, cụ thể là tối đa hóa lợi nhuận.

$$\text{Hiệu quả kinh doanh} = \text{Kết quả kinh doanh} / \text{Chi phí bỏ ra}$$

Chỉ tiêu trên cho ta thấy mối quan hệ tương quan giữa kết quả đạt được và nguồn lực bỏ ra.

+ Nếu chỉ tiêu trên lớn hơn hoặc bằng 1 cho thấy doanh nghiệp hoạt động kinh doanh hiệu quả vì kết quả đạt được lớn hơn chi phí bỏ ra.

+ Nếu chỉ tiêu trên nhỏ hơn 1 cho thấy doanh nghiệp hoạt động kinh doanh không hiệu quả, thậm chí thua lỗ vì kết quả đạt được nhỏ hơn chi phí bỏ ra.

1.1.2. Khái niệm đầu tư

Đầu tư là một hoạt động kinh tế và là một bộ phận hoạt động sản xuất kinh doanh của các đơn vị, doanh nghiệp. Nó ảnh hưởng trực tiếp đến việc tăng tiềm lực của nền kinh tế nói chung, tiềm lực sản xuất kinh doanh của các đơn vị nói riêng. Mỗi hoạt động đầu tư được tiến hành với rất nhiều công việc có những đặc điểm kinh tế -

kỹ thuật đa dạng. Nguồn lực cân huy động cho hoạt động đầu tư thường rất lớn và thời gian thu hồi vốn, lợi ích dài. Do đó để hoạt động đầu tư đem lại hiệu quả kinh tế cao thì những người trực tiếp quản lý điều hành quá trình đầu tư và thực hiện đầu tư phải được trang bị đầy đủ các kiến thức về đầu tư và dự án đầu tư.

Theo Luật Đầu tư (2005): Hoạt động đầu tư là hoạt động của nhà đầu tư trong quá trình đầu tư bao gồm các giai đoạn chuẩn bị đầu tư, thực hiện, quản lý dự án đầu tư. Đầu tư là việc nhà đầu tư bỏ vốn bằng loại tài sản vô hình hoặc hữu hình để hình thành tài sản để tiến hành các hoạt động đầu tư.

Theo nghĩa rộng “Đầu tư là sự hy sinh các nguồn lực ở hiện tại để tiến hành các hoạt động nào đó nhằm thu về cho người đầu tư các kết quả nhất định trong tương lai lớn hơn các nguồn lực đã bỏ ra để đạt được các kết quả đó. Nguồn lực có thể là tiền, là tài nguyên thiên nhiên, là sức lao động và trí tuệ. Các kết quả đạt được có thể là sự tăng thêm các tài sản tài chính, tài sản vật chất, tài sản trí tuệ và nguồn lực”. (*Bùi Xuân Phong, 2006*)

Theo nghĩa hẹp “Đầu tư chỉ bao gồm những hoạt động sử dụng các nguồn lực ở hiện tại nhằm đem lại cho nền kinh tế – xã hội những kết quả trong tương lai lớn hơn các nguồn lực đã sử dụng để đạt được các kết quả đó”. (*Bùi Xuân Phong, 2006*)

Từ đây có khái niệm về đầu tư như sau: Đầu tư là hoạt động sử dụng các nguồn lực tài chính, nguồn lực vật chất, nguồn lực lao động và trí tuệ để sản xuất kinh doanh trong một thời gian tương đối dài nhằm thu về lợi nhuận và lợi ích kinh tế xã hội.

1.1.3. Khái niệm đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh

Từ cơ sở những khái niệm trên, ta có thể hiểu “Đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là hoạt động sử dụng các nguồn lực hiện có để tiến hành các hoạt đầu tư, sửa chữa, nâng cấp các máy móc thiết bị, cơ sở hạ tầng, quy trình công nghệ, nguồn nhân lực, marketing,... nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, thúc đẩy nền kinh tế tăng trưởng cao một cách bền vững.

Để đạt được mục tiêu kinh doanh, các doanh nghiệp buộc phải chú trọng các điều kiện nội tại, phát huy năng lực của các yếu tố đầu vào và tiết kiệm mọi chi phí. Vì vậy yêu cầu của việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là phải đạt được kết quả tối đa với chi phí tối thiểu hay chính xác hơn là đạt kết quả tối đa với chi phí nhất định. Chi phí ở đây được hiểu là chi phí tạo ra và sử dụng nguồn lực, bao gồm chi phí cơ hội.

1.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh

Để đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh và hiệu quả từng yếu tố tham gia vào quá trình kinh doanh của doanh nghiệp thì ta phải dựa vào các chỉ tiêu sau để đánh giá.

1.2.1. Hệ thống chỉ tiêu tổng quát

$$\text{Hiệu quả kinh doanh} = \text{Kết quả kinh doanh} / \text{Yếu tố đầu vào}$$

Trong đó:

- Kết quả kinh doanh được đo bằng các chỉ tiêu như giá trị tổng sản lượng, doanh thu thuần, lợi nhuận thuần, ...
- Yếu tố đầu vào là các chỉ tiêu như lao động, vốn chủ sở hữu, vốn vay, ...

Công thức trên phản ánh sức sinh lợi của các chỉ tiêu đầu vào được tính cho tổng số hay cho riêng phần gia tăng.

Ngoài ra hiệu quả kinh doanh cũng được tính bằng cách so sánh nghịch đảo như sau:

$$\text{Hiệu quả kinh doanh} = \text{Yếu tố đầu vào} / \text{Kết quả đầu ra}$$

Công thức này phản ánh suất hao phí của các chỉ tiêu đầu vào, nghĩa là để có một đơn vị kết quả đầu ra thì hao phí hết bao nhiêu chi phí ở đầu vào.

1.2.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh tổng hợp

Nhóm chỉ tiêu này phản ánh hiệu kinh doanh của toàn bộ hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Đây là các chỉ tiêu phản ánh chính xác tình hình doanh nghiệp nên thường được dùng để so sánh giữa các doanh nghiệp với nhau.

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

$$ROE = \text{Lợi nhuận sau thuế} / \text{Vốn chủ sở hữu}$$

ROE (Return On Equity) hay lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu là chỉ số đo lường mức độ hiệu quả của việc sử dụng vốn chủ sở hữu trong doanh nghiệp. ROE cho biết một đồng vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận. Nếu tỷ số này mang giá trị dương thì doanh nghiệp làm ăn có lãi; nếu mang giá trị âm thì doanh nghiệp làm ăn thua lỗ. Tỷ số này phụ thuộc vào thời vụ kinh doanh. Ngoài ra, nó còn phụ thuộc vào quy mô và mức độ rủi ro của doanh nghiệp.

- Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA)

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

ROA (Return On Asset) hay lợi nhuận trên tổng tài sản là chỉ số đo lường mức độ hiệu quả của việc sử dụng tài sản của doanh nghiệp. ROA cho biết mỗi đồng giá trị tài sản sẽ thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Chỉ số ROA cao và ổn định trong một thời gian dài là dấu hiệu cho thấy công ty sử dụng tài sản ngày càng hiệu quả và tối ưu các nguồn lực sẵn có.

- Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS)

$$ROS = \text{Lợi nhuận sau thuế} / \text{Doanh thu thuần}$$

ROS (Return On Sales) hay tỉ lệ lợi nhuận trên doanh thu thuần là tỉ lệ thể hiện mối tương quan giữa lợi nhuận được tạo ra dựa trên mỗi đồng doanh số. Chỉ tiêu này

cho biết với một đồng doanh thu thuần từ bán hàng và cung cấp dịch vụ sẽ tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận. Nếu ROS dương, thì công ty kinh doanh có lãi, khi ROS càng lớn thì lãi càng lớn. Nếu ROS âm, là dấu hiệu chi phí đang vượt tầm kiểm soát (giá nguyên liệu đầu vào tăng, chi phí bán hàng hoặc chi phí quản lý doanh nghiệp tăng...), hoặc công ty đang phải chiết khấu để bán sản phẩm hoặc dịch vụ.

1.2.3. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định

Vốn cố định là số tiền đầu tư, ứng trước cho mua sắm, xây dựng hoặc lắp đặt tài sản cố định hữu hình hoặc tài sản cố định vô hình được luân chuyển dần thành từng phần trong nhiều chu kỳ trong quá trình sản xuất kinh doanh và kết thúc một vòng tuần hoàn kể từ khi tài sản cố định hết thời gian sử dụng. Để phân tích, đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định, ta sử dụng một số chỉ tiêu sau:

- Hiệu quả sử dụng vốn cố định

$$\text{Hiệu quả sử dụng vốn cố định} = \text{Doanh thu thuần} / \text{Vốn cố định trong kỳ}$$

Chỉ tiêu này cho biết một đồng vốn cố định trong kỳ tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu.

- Sức sinh lời của vốn cố định

$$\text{Sức sinh lời của vốn cố định} = \text{Lợi nhuận trong kỳ} / \text{Vốn cố định trong kỳ}$$

Chỉ tiêu này cho ta biết một đồng vốn cố định trong kỳ tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận.

Các chỉ tiêu này càng lớn chứng tỏ việc sử dụng tài sản cố định là có hiệu quả. Đây là một chỉ tiêu quan trọng đánh giá chất lượng và hiệu quả đầu tư cũng như chất lượng sử dụng vốn cố định của doanh nghiệp.

1.2.4. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động

Vốn lưu động là vốn bằng tiền, các khoản phải thu, tạm ứng,... Đây là hình thái biểu hiện của vốn lưu động tại doanh nghiệp. Hiệu suất sử dụng vốn lưu động là chỉ tiêu tổng hợp dùng để đánh giá chất lượng công tác sử dụng vốn trong sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Để phân tích, đánh giá hiệu suất sử dụng vốn lưu động của doanh nghiệp, ta có thể dùng các chỉ tiêu sau:

- Hiệu quả sử dụng vốn lưu động

$$\text{Hiệu quả sử dụng vốn lưu động} = \text{Doanh thu thuần} / \text{Vốn lưu động bình quân trong kỳ}$$

Chỉ tiêu này cho biết một đồng vốn lưu động tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu trong quá trình sản xuất kinh doanh.

- Sức sinh lời của vốn lưu động

$$\text{Sức sinh lời của vốn lưu động} = \text{Lợi nhuận trong kỳ} / \text{Vốn lưu động bình quân trong kỳ}$$

Chỉ tiêu này cho biết một đồng vốn lưu động tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận trong quá trình sản xuất kinh doanh và chỉ tiêu này càng lớn càng tốt.

Như vậy, thông qua chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động cho phép các nhà quản lý tài chính doanh nghiệp có một cái nhìn chính xác, toàn diện về tình hình quản lý và sử dụng vốn lưu động của đơn vị mình từ đó đề ra các biện pháp, các chính sách các quyết định đúng đắn, phù hợp để việc quản lý và sử dụng đồng vốn nói chung và vốn lưu động nói riêng ngày càng có hiệu quả trong tương lai.

1.2.5. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng chi phí

Chi phí của doanh nghiệp là toàn bộ các khoản mà doanh nghiệp cần phải chi trả để có thể đạt được mục tiêu kinh doanh cuối cùng. Chi phí doanh nghiệp là chỉ tiêu được phản ánh trên báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh và được sử dụng để xác định kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Để phân tích, đánh giá hiệu quả sử dụng chi phí, ta dùng các chỉ tiêu sau:

- Hiệu quả sử dụng chi phí

$$\text{Hiệu quả sử dụng chi phí} = \text{Doanh thu thuần} / \text{Tổng chi phí trong kỳ}$$

Chỉ tiêu này thể hiện một đồng chi phí sản xuất kinh doanh trong kỳ thu được bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này đánh giá khả năng sử dụng các yếu tố đầu vào thông qua kết quả càng cao càng tốt.

- Tỷ suất lợi nhuận chi phí

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận chi phí} = \text{Lợi nhuận trong kỳ} / \text{Tổng chi phí trong kỳ}$$

Chỉ tiêu này cho biết một đồng chi phí sản xuất và tiêu thụ trong kỳ tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận.

Việc xác định các chỉ tiêu trên là cơ sở để chủ doanh nghiệp có thể phân tích và đưa ra lựa chọn về phương án sản xuất, kinh doanh có lợi nhất, đánh giá năng suất và hiệu quả của doanh nghiệp.

1.2.6. Các chỉ tiêu đánh giá tình hình tài chính của doanh nghiệp

1.2.6.1. Chỉ tiêu về khả năng thanh toán

- Hệ số khả năng thanh toán tổng quát

$$\text{Hệ số thanh toán tổng quát} = \text{Tổng tài sản} / \text{Tổng nợ phải trả}$$

Hệ số khả năng thanh toán tổng quát là chỉ tiêu phản ánh khả năng thanh toán chung của doanh nghiệp trong kỳ báo cáo. Chỉ tiêu này cho biết doanh nghiệp có khả năng thanh toán được bao nhiêu lần nợ phải trả bằng tổng tài sản. Nếu trị số này luôn lớn hơn 1, doanh nghiệp bảo đảm được khả năng thanh toán tổng quát và ngược lại, trị số này nhỏ hơn 1 doanh nghiệp không bảo đảm được khả năng trang trải các khoản nợ. Trị số này càng gần 1, doanh nghiệp càng mất dần khả năng thanh toán.

- Hệ số khả năng thanh toán nợ ngắn hạn

$$\text{Khả năng thanh toán ngắn hạn} = \text{Tài sản ngắn hạn} / \text{Nợ phải trả ngắn hạn}$$

Hệ số khả năng thanh toán nợ ngắn hạn là chỉ tiêu cho thấy khả năng đáp ứng các khoản nợ ngắn hạn của doanh nghiệp là cao hay thấp. Nợ ngắn hạn là những khoản nợ mà doanh nghiệp phải thanh toán trong vòng một năm hay một chu kỳ kinh doanh. Nếu trị số của chỉ tiêu này lớn hơn hoặc bằng 1, doanh nghiệp có đủ khả năng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn và tình hình tài chính là bình thường hoặc khả quan. Ngược lại, nếu hệ số này nhỏ hơn 1, doanh nghiệp không bảo đảm đáp ứng được các khoản nợ ngắn hạn. Trị số của chỉ tiêu này càng nhỏ hơn 1, khả năng thanh toán nợ ngắn hạn của doanh nghiệp càng thấp.

- Hệ số khả năng thanh toán nhanh

$$\text{Khả năng thanh toán nhanh} = \text{Tài sản ngắn hạn} - \text{Hàng tồn kho} / \text{Nợ ngắn hạn}$$

Khả năng thanh toán nhanh là thước đo về huy động các tài sản có khả năng chuyển đổi ngay thành tiền để thanh toán các khoản nợ ngắn hạn. Nếu tỷ số này lớn hơn hoặc bằng 1 thể hiện cho khả năng thanh toán ngay các khoản nợ ngắn hạn của doanh nghiệp nằm ở mức cao. Ngược lại, khi hệ số thanh toán nhanh nhỏ hơn 1 đồng nghĩa với khả năng thanh toán toàn bộ khoản nợ ngắn hạn trong thời gian ngắn của doanh nghiệp là không thể. Hay nói chính xác hơn, doanh nghiệp sẽ gặp vấn đề trong việc thanh toán nhanh chóng các khoản nợ ngắn hạn.

1.2.6.2. Chỉ tiêu đặc trưng về kết cấu tài chính

- Hệ số nợ

$$\text{Hệ số nợ} = \text{Nợ phải trả} / \text{Tổng tài sản}$$

Hệ số cho biết phần trăm tổng tài sản của công ty được tài trợ bằng các khoản nợ là bao nhiêu. Hệ số nợ thấp có thể cho thấy việc sử dụng nợ không hiệu quả, còn hệ số nợ cao thể hiện gánh nặng về nợ lớn, có thể dẫn đến tình trạng mất khả năng thanh toán.

- Hệ số tự tài trợ

$$\text{Hệ số tự tài trợ} = 1 - \text{Hệ số nợ}$$

Hệ số này phản ánh khả năng tự đảm bảo về mặt tài chính và mức độ độc lập tài chính của doanh nghiệp.

- Hệ số thanh toán lãi vay

$$\text{Hệ số thanh toán lãi vay} = \text{Lợi nhuận trước thuế} + \text{Lãi vay} / \text{Lãi vay}$$

Hệ số khả năng thanh toán lãi vay là chỉ số cho biết khả năng đảm bảo chi trả lãi vay của các doanh nghiệp và khả năng tài chính mà doanh nghiệp đó có thể tạo ra để dùng để thanh toán nợ trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh. Do đó hệ số này càng cao càng tốt với doanh nghiệp.

1.2.6.3. Các chỉ số về hoạt động

- Số vòng quay hàng tồn kho

$$\text{Số vòng quay hàng tồn kho} = \text{Giá vốn hàng bán} / \text{Hàng tồn kho}$$

Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ khả năng tiêu thụ sản phẩm nhanh và hàng tồn kho không bị ứ đọng nhiều trong doanh nghiệp.

- Số ngày một vòng quay hàng tồn kho

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

Chỉ tiêu này càng thấp thể hiện khả năng thu hồi vốn nhanh của doanh nghiệp.

- Vòng quay các khoản phải thu

$$\text{Vòng quay các khoản phải thu} = \text{Doanh thu thuần} / \text{Các khoản phải thu}$$

Chỉ số này lớn, chứng tỏ doanh nghiệp thu hồi tiền hàng nhanh, kịp thời, ít bị chiếm dụng vốn.

1.2.7. Các chỉ tiêu về hiệu quả kinh tế xã hội

Do yêu cầu của sự phát triển bền vững trong nền kinh tế quốc dân. Các doanh nghiệp ngoài việc hoạt động kinh doanh phải đạt hiệu quả nhằm tồn tại và phát triển còn phải đạt được hiệu quả về mặt kinh tế xã hội. Nhóm chỉ tiêu xét về mặt hiệu quả kinh tế - xã hội bao gồm các chỉ tiêu sau:

Tăng thu ngân sách

Mọi doanh nghiệp khi tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh thì phải có nhiệm vụ nộp cho ngân sách nhà nước dưới hình thức là các loại thuế như thuế doanh thu, thuế lợi tức, thuế xuất nhập khẩu, thuế tiêu thụ đặc biệt... Nhà nước sẽ sử dụng những khoản thu này để cho sự phát triển của nền kinh tế quốc dân và lĩnh vực phi sản xuất, góp phần phân phối lại thu nhập quốc dân.

Tạo thêm công ăn, việc làm cho người lao động

Nước ta cũng giống như các nước đang phát triển, hầu hết là các nước nghèo tình trạng kém về kỹ thuật sản xuất và nạn thất nghiệp còn phổ biến. Để tạo ra nhiều công ăn việc làm cho người lao động và nhanh chóng thoát khỏi đói nghèo lạc hậu đòi hỏi các doanh nghiệp phải tự tìm tòi đưa ra các biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh, mở rộng quy mô sản xuất, tạo công ăn việc làm cho người lao động.

Nâng cao đời sống người lao động

Ngoài việc tạo công ăn việc làm cho người lao động đòi hỏi các doanh nghiệp làm ăn phải có hiệu quả để góp phần nâng cao mức sống của người lao động. Xét trên phương diện kinh tế, việc nâng cao mức sống của người dân được thể hiện qua chỉ tiêu như gia tăng thu nhập bình quân trên đầu người, gia tăng đầu tư xã hội, mức tăng trưởng phúc lợi xã hội...

Tái phân phối lợi tức xã hội

Sự phát triển không đồng đều về mặt kinh tế xã hội giữa các vùng, các lãnh thổ trong một nước yêu cầu phải có sự phân phối lợi tức xã hội nhằm giảm sự chênh lệch về mặt kinh tế giữa các vùng. Theo quan điểm của các nhà kinh tế hiện nay, hiệu quả kinh tế xã hội còn thể hiện qua các chỉ tiêu: Bảo vệ nguồn lợi môi trường, hạn chế gây ô nhiễm môi trường, chuyển dịch cơ cấu kinh tế...

1.3. Sự cần thiết phải đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh

Đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là cơ sở cơ bản để đảm bảo sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Sự tồn tại của doanh nghiệp được xác định bởi sự có mặt của doanh nghiệp trên thị trường, mà đầu tư cho các hoạt động để nâng cao hiệu quả kinh doanh là nhân tố trực tiếp đảm bảo sự tồn tại và phát triển bền vững của doanh nghiệp. Đây là việc làm tất yếu khách quan đối với tất cả các doanh nghiệp hoạt động trong cơ chế thị trường hiện nay. Do yêu cầu của sự tồn tại và phát triển của mỗi doanh nghiệp đòi hỏi nguồn thu nhập phải không ngừng tăng lên. Và để đạt được mục tiêu đó, các doanh nghiệp phải không ngừng đầu tư đa dạng hóa các loại sản phẩm tích cực quảng bá đến người tiêu dùng, nâng cấp các dây chuyền công nghệ, nâng cao năng suất lao động,.. để gia tăng mức doanh thu tối đa cho doanh nghiệp. Đồng thời cắt giảm những yếu tố đầu vào không cần thiết, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh, mở rộng quy mô sản xuất, tạo chỗ đứng trên thị trường.

Đầu tư nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh là nhân tố nâng cao khả năng cạnh tranh và tiến bộ trong kinh doanh. Hiện nay, các doanh nghiệp tham gia vào nền kinh tế thị trường ngày một nhiều và cạnh tranh với nhau vô cùng gay gắt, khốc liệt để có thể tồn tại và phát triển bền vững. Chính sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp khiến các doanh nghiệp phải tự tìm tòi, đổi mới công tác quản lý, đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng và hạ giá thành sản phẩm để duy trì được chỗ đứng và phát triển trên thị trường. Chấp nhận cơ chế thị trường là chấp nhận sự cạnh tranh. Song, khi thị trường ngày càng phát triển thì sự cạnh tranh lúc này không còn là cạnh tranh về mặt hàng, mà cạnh tranh cả về chất lượng, giá cả và các yếu tố khác. Trong khi mục tiêu chung của các doanh nghiệp đều là phát triển thì cạnh tranh là yếu tố làm các doanh nghiệp mạnh lên và cũng có thể làm các doanh nghiệp không tồn tại được trên thị trường nếu không có đủ sức cạnh tranh với các doanh nghiệp khác. Vì vậy để đạt được mục tiêu là tồn tại và phát triển mở rộng thì doanh nghiệp cần phải đầu tư nâng cao chất lượng sản phẩm để đẩy mạnh tiêu thụ, nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường.

Đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là yếu tố đảm bảo cho người lao động có việc làm ổn định, đời sống tinh thần vật chất cao, thu nhập cao. Một doanh

nghiệp khi chú trọng đầu tư nâng cao cơ sở hạ tầng, kỹ thuật, năng suất lao động, nghiên cứu phát triển sản phẩm,... sẽ giúp doanh nghiệp đạt hiệu quả kinh doanh. Mà một doanh nghiệp làm ăn có hiệu quả sẽ kích thích được người lao động làm việc hưng phấn hơn, hăng say hơn. Hiệu quả sản xuất kinh doanh chi phối rất nhiều tới thu nhập của người lao động, ảnh hưởng trực tiếp tới đời sống vật chất, tinh thần của người lao động. Cụ thể khi công ty làm ăn có lợi nhuận cao, đạt kết quả tốt thì các khoản trợ cấp, thưởng lương,... cho người lao động sẽ được đảm bảo hoặc tăng lên tạo động lực cho người lao động làm việc chăm chỉ hơn, gắn bó với công ty hơn, đồng thời đủ khả năng chi trả lương để người lao động yên tâm làm việc hơn.

Đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh góp phần thúc đẩy nền kinh tế xã hội phát triển. Hiệu quả sản xuất kinh doanh càng được đầu tư nâng cao thì quan hệ sản xuất càng được củng cố, lực lượng sản xuất phát triển từ đó thúc đẩy nền kinh tế phát triển mạnh mẽ, nhanh chóng.

Tóm lại, trong điều kiện nền kinh tế nước ta đang trên đường hội nhập với các nước trong khu vực và thế giới, sự yếu kém của các doanh nghiệp Việt Nam đang buộc họ đứng trước những sức ép to lớn từ các doanh nghiệp nước ngoài. Vì vậy đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh chính là mục tiêu quan trọng nhất gắn liền với sự sống còn của các doanh nghiệp, đồng thời giúp các doanh nghiệp Việt Nam phát triển lớn mạnh để vươn tầm thế giới.

1.4. Nội dung đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh

1.4.1. Đầu tư cho máy móc thiết bị

Máy móc thiết bị là những tài sản hữu hình ngoài bất động sản, phục vụ tạo ra thu nhập cho người chủ sở hữu. Đầu tư vào máy móc thiết bị là một trong những hoạt động đầu tư căn bản nhất, quan trọng nhất, có ý nghĩa quyết định đến năng suất, chất lượng sản phẩm, giá thành, lợi nhuận và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Đầu tư đổi mới máy móc thiết bị cũng đồng nghĩa với việc tăng năng lực sản xuất của doanh nghiệp cả về số lượng và chất lượng. Với một dàn máy móc hiện đại doanh nghiệp sẽ tiết kiệm được chi phí nguyên vật liệu cho một đơn vị sản phẩm, ít tiêu hao nhiên liệu hơn và lượng phế phẩm cũng ít đi. Các khoản chi phí sửa chữa, bảo dưỡng máy móc bị giảm, đồng thời cũng giảm bớt lao động thủ công làm cho chi phí nhân công giảm. Từ đó góp phần làm cho chi phí sản xuất giảm xuống, tạo điều kiện cho doanh nghiệp có khả năng hạ giá bán, mở rộng thị phần ra nhiều tầng lớp dân cư khác nhau. Đầu tư máy móc thiết bị là điều kiện tiên quyết tạo ra cơ sở vật chất kỹ thuật cho doanh nghiệp, do đó đòi hỏi vốn lớn và chiếm tỷ trọng cao trong tổng vốn đầu tư.

Đầu tư cho máy móc thiết bị là điều rất cần thiết đối với mỗi doanh nghiệp. Song làm thế nào để việc đầu tư đổi mới thật sự có hiệu quả thì phải đảm bảo những yêu cầu sau:

- Đổi mới phải bắt kịp tiến bộ khoa học - công nghệ: mục đích của việc đầu tư cho máy móc thiết bị trong doanh nghiệp là thay thế khắc phục những tồn tại hạn chế của máy móc cũ bằng những máy móc thiết bị mới có công nghệ hiện đại hơn. Chính vì thế khi thực hiện hoạt động đầu tư đổi mới doanh nghiệp cần tiến hành điều tra, nghiên cứu kỹ tính năng kỹ thuật cũng như mức độ tối tân của máy móc sắp đầu tư, để tránh việc đầu tư vào những máy móc có công nghệ lạc hậu làm giảm hiệu quả của hoạt động đầu tư.

- Đổi mới phải có tính đồng bộ, có trọng điểm: tính đồng bộ trong đổi mới là rất quan trọng bởi một số sản phẩm tạo ra nếu muốn được thị trường chấp nhận thì cần phải đáp ứng được nhiều mặt như chất lượng, kiểu dáng, mẫu mã,... nếu chỉ đổi mới một cách khập khiễng không được tiến hành một cách đồng bộ chẳng hạn như chỉ thay đổi chất lượng sản phẩm mà không thay đổi mẫu mã thì người tiêu dùng sẽ khó nhận ra những ưu điểm mới của sản phẩm. Từ đó làm giảm hiệu quả của công tác đầu tư cho máy móc thiết bị. Tuy nhiên để đổi mới đáp ứng yêu cầu đồng bộ thì doanh nghiệp cần có một lượng vốn lớn. Do đó nếu thiếu vốn đầu tư thì doanh nghiệp nên thực hiện giải pháp là đầu tư có trọng điểm. Nghĩa là doanh nghiệp chỉ đổi mới những máy móc quan trọng, chủ chốt mang tính sống còn của doanh nghiệp, tránh tình trạng đầu tư dàn trải trong khi đang thiếu hụt vốn.

- Đổi mới phải đoán trước được những yêu cầu và thị hiếu của thị trường: Những đòi hỏi của thị trường về một loại sản phẩm nào đó có thể thay đổi rất nhanh. Nếu doanh nghiệp không điều tra nghiên cứu kỹ trước khi thực hiện hoạt động đầu tư đổi mới máy móc thì sẽ làm giảm hiệu quả của hoạt động đầu tư, thậm chí công tác đổi mới sẽ hoàn toàn vô nghĩa. Vì vậy doanh nghiệp cần đưa ra những hướng đi đúng đắn trong công tác đổi mới máy móc thiết bị sản xuất kinh doanh để đảm bảo sự thành công của hoạt động đầu tư.

1.4.2. Đầu tư cho nguồn nhân lực

Đầu tư phát triển nguồn nhân lực vừa là nội dung được quan tâm, vừa là nhân tố quan trọng giúp nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh trong doanh nghiệp. Một số ít doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn có quan niệm con người chỉ là một yếu tố tham gia vào quá trình sản xuất kinh doanh. Việc quản trị nguồn nhân lực đơn thuần là thuê mướn và sau đó là cai quản. Quan niệm đó dẫn đến doanh nghiệp không có nhu cầu đào tạo để phát triển nguồn nhân lực của mình, xem đào tạo là gánh nặng chi phí cho doanh nghiệp, thay vào đó chỉ cần sa thải nhân viên không đáp ứng yêu cầu và

tuyển người mới. Tuy nhiên, theo xu hướng phát triển nguồn nhân lực hiện nay ở nhiều nước, nguồn lao động được xem là tài sản của doanh nghiệp. Thêm vào đó là có rất nhiều khó khăn trong việc thu hút lao động có chất lượng tốt, vì thế đào tạo và tái đào tạo được các doanh nghiệp coi là hoạt động đầu tư đúng đắn, mang lại hiệu quả trong quá trình hoạt động.

Khi đầu tư vào nguồn nhân lực, ta cần quan tâm đến số lượng và chất lượng nhân lực:

- Số lượng nhân lực là tổng số người tham gia hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp và được trả công. Nó thường được đo lường thông qua các chỉ tiêu về quy mô và tốc độ phát triển nhân lực, cơ cấu nhân lực,...

- Chất lượng nhân lực thể hiện ở trình độ chuyên môn ngành nghề, sức khỏe, trình độ văn hóa. Nó được đặc trưng thông qua các chỉ tiêu như: số lượng lao động được đào tạo, cơ cấu đào tạo, trạng thái hiểu biết,...

Một số hình thức đầu tư cho nguồn nhân lực:

- Đào tạo trực tiếp: trang bị kiến thức phổ thông, chuyên nghiệp và kiến thức quản lý cho người lao động

- Lập quỹ dự phòng để đào tạo tại lao động trong trường hợp thay đổi cơ cấu hoặc công nghệ, bồi dưỡng nâng cao trình độ cho lao động trong doanh nghiệp.

- Lập quỹ khen thưởng, quỹ bảo hiểm xã hội,... để khuyến khích người lao động nâng cao tay nghề, phát huy sáng kiến, từ đó nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

- Lập quỹ phúc lợi để hỗ trợ người lao động khi gặp khó khăn giúp họ yên tâm sản xuất.

1.4.3. Đầu tư khoa học công nghệ

Đầu tư khoa học công nghệ chính là đẩy mạnh hoạt động tìm kiếm, nghiên cứu các quy trình, phương thức sản xuất tiên tiến, các hệ thống quản lý chất lượng để ứng dụng vào sản xuất hay đưa các công nghệ cao, công nghệ hiện đại vào hoạt động sản xuất kinh doanh để mang lại hiệu quả kinh tế cao cho doanh nghiệp.

Và trong nền kinh tế thị trường hiện nay, hầu hết mục tiêu và động lực chính của các doanh nghiệp là lợi nhuận. Do đó, các doanh nghiệp luôn hướng tới giảm chi phí, hạ giá thành sản phẩm. Mà để làm được điều này thì bắt buộc họ phải áp dụng các tiến bộ khoa học - công nghệ để nâng cao chất lượng sản phẩm, nâng cao năng suất của người lao động, giảm chi phí, tạo lợi thế cạnh tranh không chỉ ở thị trường trong nước mà cả thị trường ngoài nước, từ đó nâng cao hay nói cách khác là tối đa hóa lợi nhuận. Ngoài ra khoa học - công nghệ còn nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho con người, khoa học - công nghệ phát triển làm xuất hiện nhiều ngành nghề mới, tạo nhiều việc làm mới, nhất là tăng năng suất lao động, từ đó tăng thu nhập, nâng cao đời sống

cho nhân dân. Vì vậy đẩy mạnh hoạt động đầu tư, nghiên cứu, ứng dụng khoa học công nghệ vào quy trình sản xuất kinh doanh là việc làm hết sức cần thiết đối với sự tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp.

Một số nội dung trong đầu tư khoa học - công nghệ:

- Đầu tư vào hệ thống máy móc, nhà xưởng, cơ sở hạ tầng cho việc nghiên cứu ứng dụng và triển khai khoa học - công nghệ.
- Đầu tư công tác phát triển nguồn nhân lực phục vụ cho phát triển công nghệ.
- Đầu tư xây dựng tổ chức hệ thống thông tin quản lý phục vụ hoạt động khoa học - công nghệ.
- Đầu tư thuê mua bản quyền phát minh, bằng sáng chế.

1.4.4. Đầu tư cho marketing

Trong nền kinh tế thị trường, doanh nghiệp không chỉ có mối quan hệ bên trong (thể hiện ở chức năng quản lý sản xuất, quản lý tài chính,...) mà còn có mối quan hệ gắn kết chặt chẽ với thị trường thể hiện qua chức năng quản lý marketing. Mục tiêu của bất kỳ doanh nghiệp nào cũng hướng đến nhu cầu khách hàng và trong một thị trường cạnh tranh với vô số người bán, marketing sẽ giúp doanh nghiệp mang hình ảnh của mình, sản phẩm của mình đến với khách hàng một cách gần hơn, trực diện hơn. Và muốn cạnh tranh thắng lợi thì marketing chính là nhân tố cần thiết cho sự thành công của một doanh nghiệp. Vì thế, đầu tư cho marketing là hoạt động cần thiết mà bất kỳ doanh nghiệp nào cũng cần phải có.

Đầu tư cho hoạt động marketing bao gồm 3 loại hình chính:

- Thứ nhất là đầu tư cho hoạt động quảng cáo như: cung cấp thông tin, củng cố hoặc đảm bảo uy tín sản phẩm, khuyến khích hoạt động mua ngay lập tức, tạo luồng lưu thông cho bán lẻ.
- Thứ hai là đầu tư xúc tiến thương mại như: thúc đẩy, tìm kiếm cơ hội bán hàng, khuyến mãi, quảng cáo, trưng bày, giới thiệu hàng hóa, triển lãm thương mại.
- Thứ ba là đầu tư phát triển thương hiệu như thương hiệu sản phẩm, thương hiệu doanh nghiệp.

1.5. Các chỉ tiêu đánh giá kết quả và hiệu quả đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh

❖ Chỉ tiêu đánh giá kết quả đầu tư

Kết quả của hoạt động đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là số tuyệt đối phản ánh quy mô đầu ra của hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty sau mỗi kỳ kinh doanh, tuy nhiên nó không phản ánh được chất lượng hoạt động kinh doanh. Trong quá trình sản xuất kinh doanh thì kết quả cần đạt được bao giờ cũng là mục tiêu cần thiết của doanh nghiệp. Kết quả bằng chỉ tiêu định lượng như doanh thu, lợi

nhuận,... và cũng có thể phản ánh bằng chỉ tiêu định tính như uy tín, chất lượng sản phẩm. Sau đây là một số chỉ tiêu chủ yếu dùng để đánh giá kết quả đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh:

Doanh thu

Doanh thu là phần giá trị mà công ty thu được trong quá trình hoạt động kinh doanh bằng việc bán sản phẩm hàng hóa của mình. Doanh thu là một trong những chỉ tiêu quan trọng phản ánh quá trình hoạt động kinh doanh của đơn vị ở một thời điểm cần phân tích. Thông qua nó chúng ta có thể đánh giá được hiện trạng của doanh nghiệp hoạt động có hiệu quả hay không. Doanh thu của doanh nghiệp được tạo ra từ các hoạt động khác nhau. Thông thường, doanh thu sẽ bằng giá sản phẩm nhân với sản lượng. Cách tính doanh thu này được áp dụng cho tất cả các đơn vị kinh doanh lớn nhỏ.

Công thức tính doanh thu như sau:

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

Lợi nhuận

Lợi nhuận là một cách xác định khả năng kiếm tiền của một doanh nghiệp. Nó được xác định bằng hiệu số giữa tổng số tiền doanh nghiệp tạo ra (doanh thu) và chi phí sản xuất kinh doanh.

Công thức tính lợi nhuận như sau:

$$Lợi\ nhuận = Tổng\ doanh\ thu - Tổng\ chi\ phí$$

Lợi nhuận là một cách đánh giá khách quan về tình hình của doanh nghiệp. Nó là một số liệu hữu ích trong việc cho biết doanh nghiệp đang có “kiếm tiền” tốt hay không và liệu doanh nghiệp có đang thu nhiều hơn chi hay không. Doanh nghiệp tạo ra lợi nhuận là một dấu hiệu tích cực, lợi nhuận âm cho thấy doanh nghiệp đang gặp khó khăn. Tuy nhiên trong một số trường hợp, việc lợi nhuận âm không nhất thiết là một điều tồi tệ. Một số công ty đang thua lỗ (lợi nhuận âm) nhưng vẫn có thu nhập, họ sẽ dùng phần thu nhập đó vào các ý tưởng hoặc khoản chi mà doanh nghiệp tin sẽ là động lực phát triển trong tương lai. Lợi nhuận tuy là một phần quan trọng trong tài chính doanh nghiệp nhưng không phải toàn cảnh. Vì vậy khi đánh giá tình hình hoạt động của một doanh nghiệp ta không nên chỉ dựa vào lợi nhuận, mà còn phải kiểm tra thông qua nhiều yếu tố khác.

❖ *Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả đầu tư*

Vốn là yếu tố đầu vào cơ bản của quá trình sản xuất kinh doanh, đảm bảo đầy đủ nhu cầu về tài sản cho doanh nghiệp giúp quá trình kinh doanh được tiến hành liên tục và có hiệu quả. Việc quản lý và sử dụng vốn hợp lý, tiết kiệm và có hiệu quả vừa là yêu cầu, vừa là mục tiêu của các nhà quản lý doanh nghiệp.

Phân tích hiệu quả sử dụng vốn là đánh giá trình độ, năng lực quản lý và sử dụng vốn trong doanh nghiệp, thấy được những nguyên nhân và nhân tố tác động đến hiệu quả sử dụng vốn. Và để nắm được hiệu quả sử dụng vốn, người phân tích phải sử dụng rất nhiều tài liệu khác nhau, trong đó chủ yếu là các báo cáo tài chính của doanh nghiệp như bảng cân đối kế toán, báo cáo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh,...

Hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh = Doanh thu thuần / Tổng vốn kinh doanh trong kỳ

Hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh là tỷ số giữa doanh thu trong kỳ và tổng số vốn phục vụ sản xuất kinh doanh trong kỳ. Chỉ tiêu này cho biết hiệu quả sử dụng vốn của doanh nghiệp trong việc tạo ra doanh thu: một đồng vốn kinh doanh tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu. Hiệu quả sử dụng vốn càng cao thì hiệu quả kinh doanh càng cao và ngược lại, hiệu quả sử dụng vốn càng thấp thì hiệu quả kinh doanh càng thấp.

Sức sinh lợi của vốn kinh doanh = LNST / Vốn kinh doanh bình quân trong kỳ

Sức sinh lợi của vốn kinh doanh đo lường mức sinh lợi của đồng vốn. Chỉ tiêu này cho biết hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh trong việc tạo ra lợi nhuận: một đồng vốn kinh doanh tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận.

Như vậy, qua phân tích hiệu quả sử dụng vốn, các nhà quản lý đánh giá được hiệu quả kinh doanh, khả năng sinh lợi và tính ổn định về tài chính của doanh nghiệp cũng như các nhân tố, các nguyên nhân ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh và khả năng sinh lợi.

1.6. Các nhân tố ảnh hưởng đến đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh

Để đầu tư nâng cao được hiệu quả sản xuất kinh doanh thì đòi hỏi doanh nghiệp phải có các chiến lược và quyết định chính xác trong việc tổ chức, quản lý và điều hành hoạt động kinh doanh. Do đó cần phải nghiên cứu một cách toàn diện hệ thống các nhân tố ảnh hưởng đến việc đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Môi trường kinh tế

Các nhân tố kinh tế có vai trò quyết định trong việc hoàn thiện môi trường kinh doanh và ảnh hưởng tới hoạt động tiêu thụ của doanh nghiệp. Môi trường kinh tế là một nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty nói chung và hoạt động đầu tư nâng cao hiệu quả kinh doanh nói riêng. Môi trường kinh tế vừa tạo ra các cơ hội phát triển cho doanh nghiệp, vừa có thể là nhân tố đầu tiên và chủ yếu trong việc chấm dứt hoạt động của doanh nghiệp nếu định hướng hoạt động của doanh nghiệp không tuân theo quy luật phát triển của nó. Đây là nhân tố tác động trực tiếp đến định hướng kinh doanh và phát triển của doanh nghiệp. Do đó, các doanh nghiệp cần phân tích rõ các biến động của môi trường kinh tế để đưa ra chiến lược đầu tư phù hợp, biết chính xác nên đầu tư vào những mặt nào để nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại công ty.

Rào cản thương mại

Rào cản thương mại (tiếng Anh: Trade barriers) là những hạn chế đối với thương mại quốc tế do Chính phủ áp đặt. Có ba loại rào cản thương mại: thuế quan, hàng rào phi thuế quan và hạn ngạch.

Thực tế cho thấy rào cản thương mại dù được đặt ra để bảo hộ nền sản xuất trong nước nhưng nó vẫn tồn tại những bấp cập chưa thể giải quyết triệt để. Chẳng hạn như nó ảnh hưởng đến quyền lợi của các doanh nghiệp tại các quốc gia đang phát triển. Những sản phẩm do các doanh nghiệp này nếu sản xuất tốt vẫn khó có khả năng xuất khẩu sang các nước phát triển. Bởi chính sách thương mại của các quốc gia phát triển đánh thuế cao các hàng nhập khẩu để bảo vệ hàng hóa do đất nước họ sản xuất. Theo các nghiên cứu kinh tế cho thấy, các doanh nghiệp nhỏ là đối tượng chịu ảnh hưởng nhiều nhất từ hàng rào thuế quan vì sản phẩm của họ ít có khả năng cạnh tranh với các thương hiệu lớn trong và ngoài nước. Tuy nhiên, các rào cản thương mại cũng thúc đẩy cạnh tranh trên quy mô quốc tế, khuyến khích các doanh nghiệp đẩy mạnh đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, cung cấp hàng hóa chất lượng cao hơn để đáp ứng yêu cầu của khách hàng trong và ngoài nước.

Môi trường khoa học công nghệ

Sự thay đổi nhanh chóng của khoa học công nghệ trên thế giới làm cho các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh ngày càng phải đầu tư, đổi mới công nghệ, đào tạo chuyên kỹ thuật để có thể nâng cao hiệu quả kinh doanh, duy trì sự tồn tại và phát triển trong thị trường kinh tế. Tuy nhiên sự thay đổi nhanh chóng đó đã làm cho tuổi thọ của các thiết bị kỹ thuật ngày càng phải rút ngắn do công nghệ kỹ thuật của chúng theo thời gian ngày càng không đáp ứng được với đòi hỏi của thị trường và thời đại. Vì vậy trong định hướng đầu tư của doanh nghiệp cần phải có sự suy xét chu đáo, lựa chọn các loại máy móc sao cho phù hợp với ngành nghề sản xuất kinh doanh của mình, hợp với yêu cầu thời đại và hợp với ngân sách của công ty. Có như vậy thì hoạt động đầu tư nâng cao hoạt động sản xuất kinh doanh mới đạt hiệu quả.

Lực lượng lao động bên trong công ty

Do sự thay đổi nhanh chóng về công nghệ trên thế giới, nhân tố con người ngày càng trở nên quan trọng, là nhân tố đảm bảo sự thành công của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp muốn nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh thì ngoài đầu tư máy móc thiết bị thì cũng cần phải đầu tư cho nguồn nhân lực. Trong bất cứ thời đại nào thì nhân tố lao động cũng luôn là nhân tố quan trọng nhất trong mỗi khâu sản xuất. Đặc biệt trong thời đại ngày nay, khi công nghệ khoa học kỹ thuật ngày càng hiện đại thì việc nâng cao trình độ kỹ thuật, trình độ sử dụng máy móc, kinh nghiệm của đội ngũ lao động cho phù hợp với các trang thiết bị càng trở nên quan trọng hơn nhằm tăng năng suất, nâng cao hiệu quả kinh doanh. Thực tế cho thấy nhiều doanh nghiệp để người lao động tích nghi với máy móc hiện đại đòi hỏi phải trải qua quá trình đào tạo

trong thời gian dài. Cùng với biện pháp đào tạo lại, đào tạo nâng cao trình độ của cán bộ công nhân thì doanh nghiệp cũng cần phải xây dựng các chính sách biện pháp thu hút nguồn lao động chất lượng cho sự phát triển của doanh nghiệp.

Khả năng tài chính

Khả năng về tài chính là vấn đề quan trọng hàng đầu giúp cho doanh nghiệp có thể tồn tại trong nền kinh tế. Doanh nghiệp có khả năng tài chính mạnh thì không những đảm bảo cho các hoạt động sản xuất kinh doanh diễn ra liên tục, ổn định mà còn giúp cho doanh nghiệp có khả năng đầu tư trang thiết bị, công nghệ sản xuất hiện đại hơn giúp nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm làm tăng doanh thu. Đồng thời có thể áp dụng kỹ thuật tiên tiến vào sản xuất nhằm làm giảm chi phí, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. Khả năng tài chính của doanh nghiệp ảnh hưởng trực tiếp đến uy tín, khả năng chủ động trong sản xuất kinh doanh, khả năng tiêu thụ, khả năng cạnh tranh và ảnh hưởng tới mục tiêu tối thiểu hóa chi phí bằng cách chủ động khai thác sử dụng tối ưu các nguồn lực đầu vào. Do đó, tình hình tài chính của doanh nghiệp có tác động rất mạnh tới hoạt động đầu tư nâng cao hiệu quả kinh doanh của một doanh nghiệp.

Khách hàng

Cùng với sự tăng trưởng mạnh mẽ của nền kinh tế, tính cạnh tranh giữa các doanh nghiệp ngày càng khốc liệt xoay quanh việc thu hút khách hàng - nhân tố quyết định đến doanh thu của doanh nghiệp. Trong chính sách đầu tư của doanh nghiệp, đầu tư mở rộng thị trường, đầu tư chiến lược phát triển marketing thu hút khách hàng đến với sản phẩm của công ty luôn được chú trọng. Khách hàng là nhân tố quyết định đến sự sống còn của doanh nghiệp, vì vậy đầu tư thu hút, chăm sóc khách hàng là chiến lược đúng đắn mà mỗi doanh nghiệp cần phải quan tâm để góp phần tăng doanh thu, lợi nhuận hay nói cách khác là tăng hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh trong doanh nghiệp.

Sự cạnh tranh của các doanh nghiệp trong ngành

Sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong ngành là yếu tố quan trọng tạo ra cơ hội hoặc mối đe dọa cho các doanh nghiệp. Sự cạnh tranh này có thể là cơ hội giúp các doanh nghiệp nâng giá thu lợi nhuận cao, mặc khác nếu cạnh tranh quá gay gắt dẫn đến sự cạnh tranh quyết liệt về giá có nguy cơ làm giảm lợi nhuận của doanh nghiệp. Mức độ cạnh tranh của các doanh nghiệp trong cùng ngành với nhau ảnh hưởng trực tiếp đến lượng cung cầu sản phẩm của mỗi doanh nghiệp, ảnh hưởng đến giá bán, tốc độ tiêu thụ sản phẩm,... do vậy ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Nhiệm vụ của mỗi doanh nghiệp là tìm kiếm thông tin, phân tích đánh giá chính xác khả năng của đối thủ cạnh tranh để đưa ra kế hoạch, chiến lược phù hợp cho đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp mình.

Mục tiêu phát triển của doanh nghiệp

Trong một môi trường kinh tế phát triển mạnh và luôn biến động như hiện nay, các doanh nghiệp luôn luôn bị đe dọa bởi các nguy cơ tiềm ẩn từ môi trường kinh tế, doanh nghiệp nào biết cách làm chủ những biến động đó thì sẽ hoạt động an toàn hơn và có nhiều cơ hội tồn tại, phát triển hơn so với các doanh nghiệp khác. Việc xây dựng các kế hoạch, mục tiêu phát triển của các doanh nghiệp chính là phương thức hữu hiệu để loại bỏ bớt các yếu tố rủi ro do môi trường kinh tế đem lại. Vì vậy bất kỳ doanh nghiệp nào đi vào hoạt động đều có các mục tiêu, chiến lược và các định hướng phát triển, chúng là nhân tố chủ quan chính ảnh hưởng đến hoạt động của doanh nghiệp. Do vậy mục tiêu, chiến lược của doanh nghiệp trong từng thời kỳ tác động trực tiếp đến việc đầu tư của doanh nghiệp, nên đầu tư vào những mục nào, đầu tư ra sao để đem lại hiệu quả kinh doanh một cách tốt nhất, tối ưu nhất. Đây chính là cơ sở cho các kế hoạch đầu tư của doanh nghiệp, các kế hoạch này phải được xây dựng trên mục tiêu phát triển chung đã đề ra của doanh nghiệp.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG ĐẦU TƯ NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THỦY SẢN BÌNH ĐỊNH

2.1. Giới thiệu khái quát về Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của công ty

Công ty được thành lập vào tháng 4/1976 với tên gọi là Xí nghiệp Thủy sản Bình Định, chuyên đánh bắt, nuôi trồng và chế biến thủy hải sản. Với đường bờ biển dài, có nhiều vũng vịnh, tiếp giáp cửa sông và thông qua biển Đông hình thành nên nhiều vùng nước lợi, tạo điều kiện thuận lợi cho việc nuôi trồng đánh bắt thủy sản, giúp công ty phát triển ngành công nghiệp chế biến thủy hải sản.

Trước đây Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định là một xí nghiệp của Nhà nước, với quy mô còn nhỏ. Đến đầu năm 1999, thực hiện chủ trương chuyển đổi hình thức sở hữu Nhà nước sang sở hữu tư nhân theo Nghị định 44/1998/NĐ-CP của chính phủ, căn cứ quyết định số 25/1999/QĐUB ngày 27/02/1999 của Ủy Ban nhân dân tỉnh Bình Định, Xí nghiệp Thủy sản Bình Định tiến hành cổ phần hóa, tách riêng và hình thành nên hai công ty cổ phần là Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định và Công ty cổ phần Thủy sản Hoài Nhơn. Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định hoạt động theo Luật doanh nghiệp và tiến hành Đại hội cổ đông vào ngày 11/02/1999, chính thức đi vào hoạt động từ ngày 01/03/1999 theo giấy chứng nhận kinh doanh số 056459 do Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Bình Định cấp.

- Tên đơn vị: CÔNG TY CỔ PHẦN THỦY SẢN BÌNH ĐỊNH
- Tên giao dịch: BinhĐinh Fishery Joint Stock Company
- Tên viết tắt: BIDIFISCO
- Trụ sở chính: số 02D, đường Trần Hưng Đạo, phường Hải Cảng, T.P Quy Nhơn, tỉnh Bình Định
- Điện thoại: (0256)3892004 – (0256)3892130
- Fax: (0256)3892355
- Website: info@bidifisco.com.vn
- Mã số thuế: 4100301209
- Loại hình kinh doanh: Công ty Cổ phần
- Công suất sản phẩm: 15.000 tấn / năm
- Công suất đông lạnh: 80 tấn / ngày
- Kho trữ lạnh có sức chứa: 2.600 tấn
- Lĩnh vực kinh doanh: Sản xuất kinh doanh, kinh doanh thương mại và dịch vụ
- Ngành nghề kinh doanh: Nuôi trồng, chế biến, mua bán thủy sản xuất khẩu, đóng mới và sửa chữa tàu thuyền, mua bán xăng dầu.

Vào cuối năm 2003, Công ty đã tiến hành liên kết với Công ty chế biến thủy sản Hải Vương (Nha Trang – Khánh Hòa), một đơn vị có năng lực mạnh trong hoạt động chế biến thủy sản xuất khẩu. Và sau khi tìm được đối tác, năng lực tài chính được nâng lên, công ty đã đầu tư hơn 2,5 tỷ đồng để trang bị thêm nhiều máy móc hiện đại như máy cắt cá, máy phân cỡ, máy cấp đông nhanh,... Bên cạnh đó, công ty cũng đã tiến hành tuyển dụng thêm nhiều cán bộ kỹ thuật và đội ngũ công nhân lành nghề. Nhờ giá trị sản phẩm được tăng cao nên kim ngạch xuất khẩu cũng tăng trưởng nhanh. Trong quá trình hoạt động của mình, Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định đã có nhiều đóng góp cho ngân sách Nhà nước thông qua các loại thuế như: thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế giá trị gia tăng,...

Hiện nay, Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định có 4 đơn vị kinh doanh trực thuộc:

- Nhà máy chế biến thủy hải sản xuất khẩu An Hải, đóng tại phường Hải Cảng, thành phố Quy Nhơn.
- Xí nghiệp chế biến thủy sản Tháp Đôi, đóng tại phường Đống Đa, thành phố Quy Nhơn.
- Xí nghiệp kinh doanh dịch vụ thủy sản Quy Nhơn, đóng tại phường Thị Nại, thành phố Quy Nhơn.
- Xí nghiệp kinh doanh dịch vụ thủy sản Đề Gi, đóng tại huyện Phù Cát, tỉnh Bình Định.

2.1.2. Chức năng và nhiệm vụ của công ty

2.1.2.1. Chức năng

Là một công ty xuất nhập khẩu thủy sản có quy mô lớn, BIDIFISCO có các chức năng sau:

- Chế biến các mặt hàng đông lạnh xuất khẩu như mực, cá ngừ đại dương, các loại hải sản,... Đây được xem là chức năng quan trọng nhất. Để duy trì sự ổn định và phát triển cho đến hôm nay, công ty chủ yếu dựa vào hoạt động xuất khẩu hàng hóa ra thị trường nước ngoài để tìm kiếm lợi nhuận. Và để thỏa mãn tốt mọi nhu cầu của khách hàng, mọi thị trường thì các sản phẩm của công ty phải trải qua khâu chế biến nghiêm ngặt trước khi xuất khẩu.
- Kinh doanh các loại vật tư nghề cá, xăng dầu phục vụ đối lưu cho đánh bắt thủy sản, kinh doanh chế biến gỗ các loại.
- Tổ chức bộ máy quản lý, tổ chức các đơn vị sản xuất kinh doanh phù hợp với mục tiêu chiến lược, nhiệm vụ của công ty.
- Đầu tư liên doanh, liên kết, góp vốn cổ phần theo quy định của pháp luật với mục tiêu phát triển sản xuất kinh doanh.

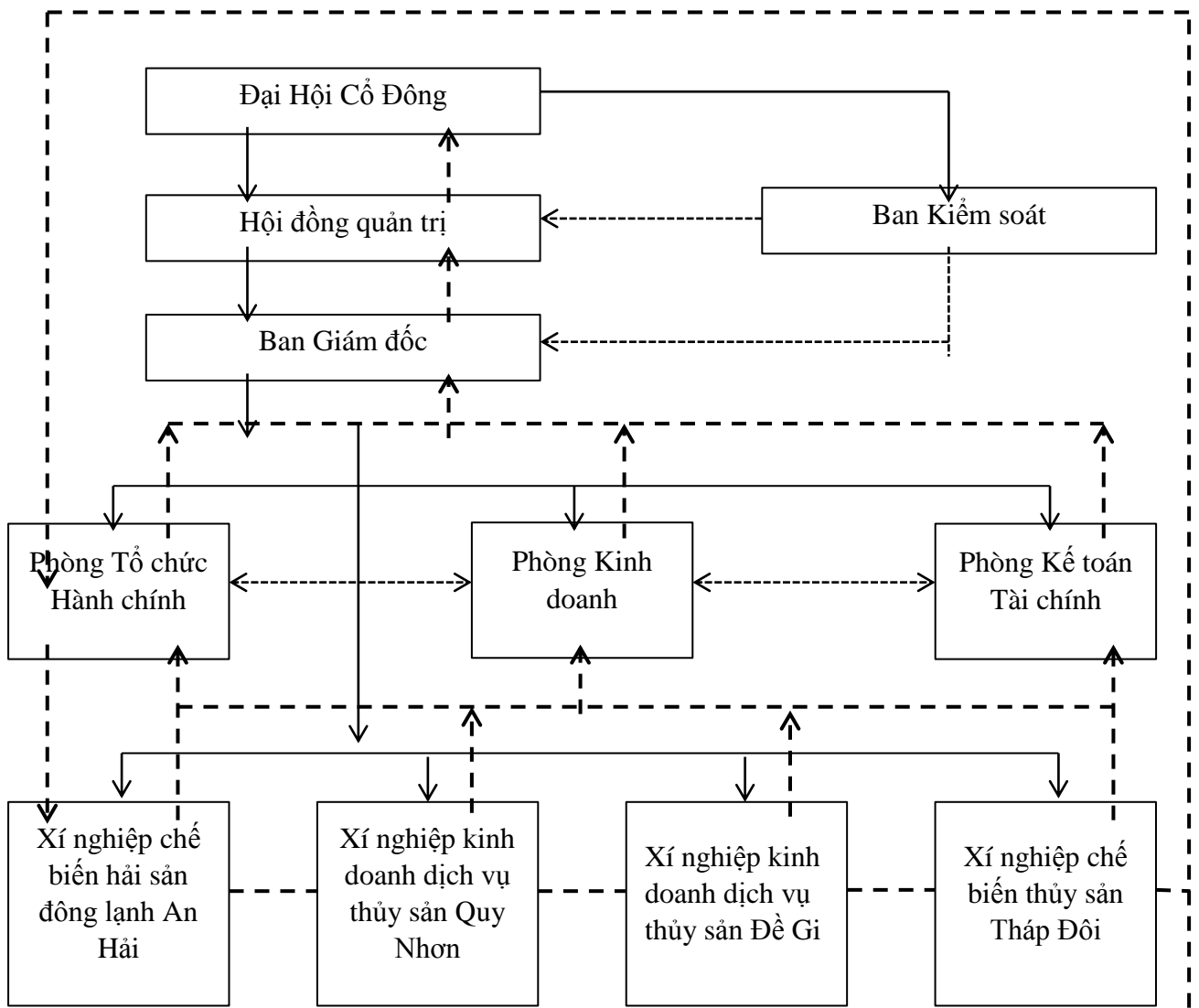
- Tuyển chọn, thuê mướn, bố trí sử dụng lao động, lựa chọn hình thức trả lương cho cán bộ công nhân viên trong công ty cho phù hợp.

2.1.2.2. *Nhiệm vụ*

Bên cạnh các chức năng, công ty còn đề ra một số nhiệm vụ nhằm đảm bảo cho sự phát triển bền vững của công ty:

- Thực hiện tuân thủ pháp luật cũng như các nghĩa vụ đối với Nhà nước.
- Thực hiện nghiêm chỉnh về bảo vệ môi trường, đảm bảo an ninh quốc phòng, trật tự an toàn cho địa phương.
- Tiến hành tổ chức sản xuất kinh doanh theo ngành nghề đã đăng ký kinh doanh theo đúng quy định của pháp luật, nộp thuế đúng quy định và kinh doanh có lãi.
- Phải chịu trách nhiệm về kết quả sản xuất kinh doanh của mình.
- Bảo toàn và phát triển nguồn vốn được giao, phát huy hiệu quả chất lượng sản xuất, chăm lo đời sống cán bộ nhân viên trong công ty.
- Tăng cường đầu tư phát triển cơ sở vật chất, tạo nền tảng vững chắc để công ty ngày càng phát triển lâu dài.
- Điều tra, nghiên cứu thị trường nhằm chế biến ra các sản phẩm mới thỏa mãn tốt nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, góp phần tạo ra và nâng cao uy tín đối với khách hàng.

2.1.3. Cơ cấu tổ chức của công ty



- Ghi chú:
- > Quan hệ trực tuyến
 - > Quan hệ thanh tra kiểm soát
 - - - - -> Quan hệ tham mưu
 - <-----> Quan hệ phối hợp

(Nguồn: Phòng Kinh doanh)

Sơ đồ 2.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định

Qua sơ đồ trên ta có thể thấy cơ cấu tổ chức của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định được tổ chức theo kiểu trực tuyến – chức năng, quan hệ kiểm tra, kiểm soát với ba cấp quản lý. Theo mô hình này, ta thấy Giám đốc điều hành là người chỉ huy trực tiếp xuống các bộ phận, phòng ban và các phân xưởng. Các phòng ban, phân xưởng có chức năng tham mưu lên xuống cho chủ nhiệm. Ngoài ra quản lý theo mô hình này sẽ

đảm bảo được tính thống nhất, chuyên môn hóa làm cho năng suất lao động tăng lên và có thể kiểm tra chéo giữa các phòng ban, phân xưởng. Chính sự chuyên môn hóa đúng đắn đã đảm bảo tính kiểm soát, tính hiệu quả cao trong cơ cấu bộ máy quản lý của công ty.

Nhằm đảm bảo tính thống nhất trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh, chức năng, nhiệm vụ của từng bộ phận được xác định một cách rõ ràng, chi tiết như sau:

Đại hội cổ đông là cơ quan quyết định cao nhất của công ty, có nhiệm vụ quyết định bộ máy quản lý của công ty, phương hướng đầu tư và sản xuất kinh doanh để đem lại lợi nhuận cho sự phát triển của công ty.

Hội đồng quản trị là cơ quan quản lý công ty, có toàn quyền nhân danh công ty để quyết định, thực hiện các quyền và nghĩa vụ đối với hoạt động kinh doanh, tổ chức và điều hành công ty cổ phần như quyết định kế hoạch phát triển dài hạn, huy động vốn, bổ nhiệm, miễn nhiệm các chức vụ,... Khi thực hiện chức năng, quyền và nhiệm vụ của mình, hội đồng quản trị tuân thủ đúng quy định của pháp luật, điều lệ công ty và nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông.

Ban kiểm soát là cơ quan độc lập trong công ty nhằm kiểm tra, giám sát tính hợp pháp, chính xác và trung thực trong việc quản lý, điều hành hoạt động kinh doanh, ghi chép sổ sách kế toán, báo cáo tài chính của công ty. Ban kiểm soát có hai thành viên do Đại hội đồng cổ đông bầu và bãi miễn. Ban kiểm soát phải đảm bảo tính minh bạch và đúng đắn trong hoạt động của công ty cổ phần.

Giám đốc là người đại diện pháp nhân của công ty, quản lý và giám sát tất cả các hoạt động kinh doanh, con người cũng như các hoạt động hợp tác của công ty trong mọi giao dịch. Giám đốc chịu sự giám sát của Hội đồng quản trị và chịu trách nhiệm trước Hội đồng quản trị về việc thực hiện các quyền và nhiệm vụ được giao. Ngoài ra giám đốc cũng là người đề nghị bổ nhiệm, bãi nhiệm Phó Giám đốc, kế toán trưởng,... quyết định khen thưởng, kỷ luật các nhân viên dưới quyền.

Phó Giám đốc là người quản lý, điều hành hoạt động của công ty, doanh nghiệp theo sự phân công của Giám đốc. Bên cạnh đó, chủ động triển khai, thực hiện nhiệm vụ được giao, chịu trách nhiệm trước Giám đốc về kết quả hoạt động. Thiết lập mục tiêu, chính sách cho việc quản lý các bộ phận bao gồm phân công, bố trí nhân sự, đôn đốc và quản lý nguồn lực theo đúng quy định của công ty, hỗ trợ các bộ phận, điều phối ngân sách, lập kế hoạch để đảm bảo quá trình hoạt động trơn tru.

Phòng Tổ chức - Hành chính là phòng chức năng thuộc bộ máy quản lý, điều hành của công ty. Có nhiệm vụ tham mưu và giúp cho Ban Giám đốc xây dựng tổ chức mạng lưới tuyển chọn, đào tạo, bồi dưỡng lao động; nghiên cứu, soạn thảo và trình duyệt các qui định áp dụng trong công ty; quản lý việc sử dụng và bảo vệ các loại tài

sản của công ty,...Ngoài ra phòng còn tổ chức quản lý công tác an toàn vệ sinh lao động, phòng chống thiên tai, công tác thi đua khen thưởng và công tác hành chính quản trị công ty.

Phòng Kinh doanh là bộ phận chịu trách nhiệm tham mưu cho Ban Giám đốc các vấn đề liên quan đến việc bán các sản phẩm, dịch vụ của công ty ra thị trường; tư vấn về việc nghiên cứu và phát triển sản phẩm; mở rộng thị trường; xây dựng mối quan hệ với khách hàng. Ngoài ra phòng còn có chức năng chuẩn bị vật tư, nguyên liệu cho sản xuất kinh doanh; kiểm tra, phân tích, đánh giá tình hình tiêu thụ vật tư; quản lý máy móc thiết bị, nghiên cứu áp dụng công nghệ mới cho sản xuất kinh doanh. Đồng thời phòng còn phối hợp với các bộ phận, phòng ban khác trong công ty như phòng hành chính, phòng kế toán, phòng tài chính... để xây dựng các chiến lược kinh doanh nhằm gia tăng doanh số, lợi nhuận cho công ty.

Phòng Kế toán - Tài chính có nhiệm vụ tham mưu và giúp cho Ban Giám đốc về mặt tài chính, thực hiện mở sổ sách ghi chép, quyết toán, phản ánh và báo cáo bằng số liệu tình hình biến động tài sản của doanh nghiệp, đảm bảo cân đối nguồn vốn cho các hoạt động sản xuất kinh doanh. Chủ trì và phối hợp với các phòng có liên quan để lập kế hoạch kinh doanh, kế hoạch tài chính hàng năm và dài hạn của công ty. Thực hiện đúng và đủ các nghĩa vụ đối với cấp trên và Ngân sách Nhà nước.

Các đơn vị trực thuộc của công ty cũng có chức năng và nhiệm vụ riêng:

- Nhà máy chế biến thủy hải sản xuất khẩu An Hải: có nhiệm vụ mua bán, nhận gia công, chế biến hải sản đông lạnh để tiêu thụ trong nước và xuất khẩu.
- Xí nghiệp chế biến thủy sản Tháp Đôi: có nhiệm vụ sản xuất, chế biến và kinh doanh nước mắm, mua bán hải sản khô, tươi sống, kinh doanh hạt muối.
- Xí nghiệp kinh doanh phục vụ thủy sản Quy Nhơn: có nhiệm vụ mua bán thủy sản, kinh doanh và dịch vụ hậu cần nghề cá, dịch vụ ăn uống, giải khát.
- Xí nghiệp kinh doanh dịch vụ thủy sản Đề Gi: có nhiệm vụ kinh doanh xăng dầu, nhớt và nuôi trồng thủy sản.

2.1.4. Các sản phẩm của công ty

Với đặc thù là công ty kinh doanh các mặt hàng thủy sản nên hàng hóa của công ty chủ yếu xuất phát từ việc chế biến các nguyên liệu đánh bắt từ biển hoặc là nuôi trồng được. Cụ thể:

- Cá đông lạnh có cá tuna, cá cờ kiểng, cá cờ gòn, cá thu, cá ngừ, cá dứa,... dưới dạng chế biến nguyên con, fillet, cắt khúc, cắt miếng, cắt lát.
- Tôm đông lạnh bao gồm tôm sú, tôm càng, tôm hùm dưới dạng nguyên con, vỏ, thịt và nước nắm các loại.

- Các sản phẩm từ đông lạnh như mực ống, mực nan, mực lá, bạch tuột dưới dạng nguyên con, cắt khoanh, quay hoa, cắt buộc. Mực khô có mực ống khô còn da, lột da, mực xà khô.

- Ngoài công ty còn kinh doanh một số mặt hàng khác phục vụ cho việc đánh bắt và tiêu thụ sản phẩm như thiết bị, vật tư, hàng hóa phục vụ nghề cá; xăng dầu, phân bón,...

2.1.5. Thị trường hoạt động

Kể từ khi mới thành lập, công ty bán các sản phẩm của mình cho các tỉnh, thành phố chủ yếu như Đà Nẵng, Khánh Hòa, TP.Hồ Chí Minh,... Tuy nhiên do nhu cầu tiêu thụ các mặt hàng thủy sản trong nước chưa cao và có nhiều công ty, doanh nghiệp lớn mạnh trong ngành cạnh tranh gay gắt nên Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định đã chuyển sang hình thức vừa đẩy mạnh tiêu thụ trong nước vừa bán sang thị trường nước ngoài. Sau một thời gian, nhận thấy được thị trường nước ngoài là thị trường tiềm năng cùng với nhu cầu tiêu thụ sản phẩm lớn nên công ty đã quyết định chuyển đổi hẳn sang hình thức xuất khẩu thủy sản mà không bán hàng trong nước nữa. Thoạt đầu công ty chỉ bán cho các nước châu Á như Đài Loan, Nhật Bản,...

Trong những năm gần đây, thị trường hoạt động của công ty ngày càng mở rộng. Thị trường tiêu thụ chính hiện nay phải kể đến là EU, Mỹ, Hàn Quốc, Mexico,... Trong giai đoạn 2018-2020, sản lượng xuất khẩu sang thị trường EU luôn chiếm tỷ trọng cao nhất. Tuy nhiên, do các ràng buộc thương mại, các loại thuế quan, phi thuế quan làm sản lượng giảm dần qua các năm. Thay vì tập trung vào EU, công ty đã chuyển hướng sang các nước như Mỹ, Mexico. Còn về nhập khẩu, công ty nhập khẩu trong nước và các nước trong khu vực Đông Nam Á.

2.1.6. Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty năm 2018 – 2021

Kể từ khi thành lập đến nay, Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định đã liên tục cố gắng nỗ lực không ngừng để đạt được những kết quả nhất định.

Để có được những đánh giá đúng hơn về tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty ta xét bảng số liệu dưới đây:

Bảng 2.1: Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định giai đoạn 2018-2021.

Đơn vị tính: USD

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
DT bán hàng và cung cấp DV	61.200.000	62.840.000	59.420.000	60.160.000
Các khoản giảm trừ DT	1.175.200	1.053.445	829.335	959.360
Doanh thu thuần	60.024.800	61.786.555	58.590.665	59.200.640
Giá vốn hàng bán	45.208.005	43.005.720	34.950.880	35.020.000
LN gộp về BH và cung cấp DV	14.816.795	18.780.835	23.639.785	24.180.640
DT hoạt động tài chính	999.970	799.940	619.195	537.835
Chi phí tài chính	435.125	325.240	575.200	510.750
Chi phí quản lý kinh doanh	673.500	474.700	720.120	495.900
LN thuần từ hoạt động kinh doanh	14.778.170	18.773.480	22.963.660	23.711.825
Thu nhập khác	105.200	260.860	209.340	421.525
Chi phí khác	195.370	182.340	0	0
Lợi nhuận khác	(90.170)	78.520	209.340	421.525
Lợi nhuận trước thuế	14.688.000	18.852.000	23.173.000	24.133.350
Thuế TNDN	2.937.600	3.770.400	4.634.760	4.826.670
Lợi nhuận sau thuế	11.750.400	15.081.600	18.538.240	19.306.680

Nguồn: Phòng Kinh doanh

Theo Bảng 2.1 ta thấy doanh thu và lợi nhuận của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định có sự thay đổi trong giai đoạn 2018-2021. Cụ thể:

- Doanh thu: năm 2018 doanh thu của Công ty là 61.200.000 USD, năm 2019 doanh thu là 62.840.000 USD, tương ứng tăng 2,68% so với năm 2018, đến năm 2020 doanh thu giảm còn 59.420.000 USD, tương ứng với giảm 5,44% so với năm 2019. Nguyên nhân của việc suy giảm doanh thu là do thị trường cạnh tranh ngày càng gay gắt và tình hình dịch bệnh diễn ra vô cùng phức tạp nên nên lượng hàng hóa xuất khẩu giảm xuống làm cho doanh thu giảm. Đến năm 2021, doanh thu của công ty đã có sự gia tăng trở lại, cụ thể đạt 60.160.000 USD (tăng 1,24% so với năm 2020), nguyên nhân của việc tăng doanh thu này là do công ty đã thích ứng được với tình hình dịch bệnh diễn ra, đã đưa ra được những chính sách phù hợp, thích nghi với thị trường hiện tại để đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu thủy sản góp phần làm tăng doanh thu.

- Chi phí:

+ Giá vốn hàng bán giảm liên tục từ năm 2018 đến năm 2020, từ 45.208.005 USD xuống còn 34.950.880 USD. Đến năm 2021 GVHB lại có sự tăng nhẹ thành 35.020.000 USD. Nguyên nhân của sự sụt giảm này một phần là do khối lượng sản phẩm tiêu thụ giảm, một phần là do chi phí của các nguyên vật liệu sử dụng để sản xuất ra hàng hóa cao.

+ Chi phí tài chính có khi tăng có khi giảm qua các năm. Cụ thể, chi phí tài chính năm 2019 giảm 109.885 USD so với năm 2018, tương ứng giảm 25,25% so với năm 2018. Năm 2020, chi phí này lại tăng 249.960 USD, tăng 76,85% so với năm 2019. Đến năm 2021, chi phí này lại có sự sụt giảm nhẹ, cụ thể giảm 64.450 USD so với năm 2020, tương ứng giảm 11,2% so với năm 2020.

+ Chi phí quản lý kinh doanh có sự tăng giảm không đồng đều giữa các năm. Cụ thể năm 2019, chi phí này 198.800 USD, tương ứng giảm 29,52% so với năm 2018. Năm 2020, chi phí này lại có sự gia tăng mạnh so với năm trước, cụ thể tăng 245.420 USD so với năm 2019, tương ứng tăng 34,08%. Đến năm 2021, chi phí này lại giảm 224.220 USD so với năm 2020, tương ứng giảm 31,14% so với năm 2020.

+ Chi phí khác của công ty năm 2018 là 195.370 USD. Năm 2019, chi phí này giảm còn 182.340 USD, giảm 6,67% so với năm 2018. Và trong 2 năm sau đó là 2020 và 2021, chi phí này không có.

- Lợi nhuận sau thuế: Lợi nhuận của công ty năm 2018 là 11.750.400 USD, đến năm 2019 lợi nhuận tăng lên thành 15.081.600 USD với tỷ lệ tăng tương ứng là 28,35% so với năm 2018. Và trong 2 năm tiếp theo lợi nhuận tiếp tục có xu hướng tăng với năm 2020 lợi nhuận đạt giá trị là 18.538.240 USD tăng tương ứng 22,92% so với năm 2019; năm 2021 lợi nhuận đạt 19.306.680 USD, tăng 4,14% so với năm 2020. Lợi nhuận của công ty có chiều hướng tăng, tuy nhiên tỷ lệ tăng giảm mạnh so với kỳ trước. Một trong những nguyên nhân chính gây ra hiện tượng này chính là hiệu quả của hoạt động tiêu thụ sản phẩm. Vì vậy công ty cần phân tích kỹ các mặt hạn chế và đưa ra các giải pháp phù hợp trong công tác xuất nhập khẩu thủy hải sản để tăng doanh thu, giảm chi phí từ đó nâng dần lợi nhuận của công ty trong thời gian sắp tới.

2.2. Thực trạng đầu tư hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định giai đoạn 2018-2021

2.2.1. Tổng vốn đầu tư của công ty

Để nâng cao chất lượng hoạt động sản kinh doanh, công ty đã chú trọng đầu tư, nâng cấp vào các hạng mục như: đầu tư cho máy móc thiết bị, nguồn nhân lực, marketing và đầu tư cho khoa học công nghệ. Và sau đây là bảng tổng vốn đầu tư của công ty trong 4 năm.

Bảng 2.2: Quy mô vốn đầu tư của Công ty giai đoạn 2018-2021*Đơn vị tính: đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
Tổng vốn đầu tư	438.455.766.125	414.487.841.825	352.824.692.775	334.857.681.525
Tốc độ tăng (giảm) VĐT (%)	-	- 5,47	- 14,87	- 5,09

Nguồn: Phòng Kinh doanh

Nhận xét: Ta thấy tổng nguồn vốn đầu tư của Công ty giai đoạn này có sự biến động rõ rệt theo từng năm. Cụ thể:

- + Tổng vốn đầu tư năm 2018 là 438.455.766.125 đồng.
- + Năm 2019, vốn đầu tư là 414.487.841.825 đồng, giảm 23.967.924.300 đồng.
- + Năm 2020, vốn đầu tư là 352.824.692.775 đồng, giảm 61.663.149.050 đồng.
- + Năm 2021, vốn đầu tư là 334.857.681.525 đồng, giảm 17.967.011.250 đồng.

Trong giai đoạn nghiên cứu, qua bảng ta thấy tốc độ gia tăng vốn có sự biến động, cụ thể là có xu hướng giảm. Cụ thể, năm 2019 có tốc độ gia tăng vốn giảm 5,47% so với năm 2018, năm 2020 tốc độ gia tăng vốn giảm 134,87% so với năm 2019 và trong năm 2021 tốc độ gia tăng vốn tiếp tục giảm 5,09% so với năm 2020. Như vậy ta thấy vốn đầu tư trong giai đoạn này của công ty có sự biến động rõ rệt. Năm 2018 có tổng vốn đầu tư cao nhất trong 4 năm, nguyên nhân là do nhu cầu khách hàng tăng cao nên năm này công ty đã đầu tư vào nguyên vật liệu chế biến cao hơn mọi năm và mua sắm nhiều máy móc thiết bị hiện đại để phục vụ cho quá trình sản xuất kinh doanh. Đến năm 2020 và 2021 do ảnh hưởng của dịch bệnh nên công ty đã ảnh hưởng đến tình hình kinh doanh, lượng hàng thủy hải sản xuất khẩu giảm sút nên công ty đã cắt giảm đầu tư ở nguyên vật liệu đồng thời do máy móc thiết bị đã được đầu tư từ những năm trước và vẫn còn được sử dụng ở hiện tại nên vốn đầu tư cho khoản mục này giảm, từ đó là giảm tổng vốn đầu tư.

2.2.2. Đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh theo nội dung

2.2.2.1. Đầu tư máy móc thiết bị

Bảng 2.3: Tổng vốn đầu tư vào máy móc thiết bị của Công ty giai đoạn 2018-2021

Đơn vị tính: đồng

Chi tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
Máy móc, thiết bị	95.297.302.500	84.402.583.250	77.639.475.000	57.943.325.000
Phương tiện vận tải	42.373.060.375	28.415.131.750	24.150.686.250	26.910.437.500
Công cụ, dụng cụ khác	8.378.879.625	8.134.968.000	6.756.237.500	7.386.056.250
Tổng vốn đầu tư cho MMTB	146.049.242.500	120.952.683.000	108.546.398.750	92.239.818.750
Tỷ trọng (%)	33,31	29,18	30,77	27,54

Nguồn: Phòng Kinh doanh

Từ bảng số liệu trên ta thấy trong giai đoạn này Công ty có sự quan tâm đến việc đầu tư cho máy móc, thiết bị nhiều hơn.

+ Năm 2018 tổng VĐT cho máy móc thiết bị chiếm 33,31% tổng vốn đầu tư. Trong đó giá trị đầu vào cho máy móc thiết bị là 95.297.302.500 đồng, cho phương tiện vận tải là 42.373.060.375 đồng, cho công cụ dụng cụ là 8.378.879.625 đồng.

+ Năm 2019 tổng VĐT cho máy móc thiết bị giảm còn 29,18% trong cơ cấu tổng VĐT. Trong đó giá trị đầu vào cho máy móc thiết bị là 84.402.583.250 đồng, cho phương tiện vận tải là 28.415.131.750 đồng, cho công cụ dụng cụ là 8.134.968.000 đồng.

+ Đến năm 2020 và 2022 tổng VĐT cho máy móc thiết bị tiếp tục giảm do có nền tảng đầu tư từ những năm trước. Và đạt tỷ trọng lần lượt là 30,77% và 27,54%.

Như vậy ta thấy việc đầu tư cho máy móc thiết bị nhìn chung có xu hướng giảm theo từng năm bởi máy móc thiết bị quan trọng đầu tư vào năm trước vẫn có khả năng sử dụng tốt nên trong các năm sau đó công ty chỉ đầu tư các máy móc, công cụ cần bổ sung thêm trong quá trình chế biến thủy hải sản để từng bước hoàn thiện hơn hệ thống, dây chuyền sản xuất tại công ty, vì vậy mà tổng vốn đầu tư cho MMTB bị giảm.

2.2.2.2. Đầu tư nguồn nhân lực

Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực là các hoạt động để duy trì và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của tổ chức, là điều kiện quyết định để doanh nghiệp có thể đứng vững và dành thắng lợi trong môi trường cạnh tranh. Với sự phát triển của thế giới, đất nước đang trên con đường công nghiệp hóa hiện đại hóa thì con người là yếu tố rất quan trọng đến sự phát triển. Hiểu được điều đó, công ty đã chú trọng đến việc đầu tư vào nguồn nhân lực và thể hiện ở bảng số liệu sau:

Bảng 2.4: Tổng vốn đầu tư vào nguồn nhân lực của Công ty giai đoạn 2018-2021*Đơn vị tính: đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
Số lượng	155	103	82	70
Hình thức đào tạo	Dài hạn	Dài hạn	Dài hạn	Dài hạn
VĐT vào nguồn nhân lực	32.755.155.500	28.971.662.500	24.162.137.500	21.986.400.000
Tỷ trọng (%)	7,47	6,99	6,85	6,56

Nguồn: Phòng Kinh doanh

Qua bảng ta thấy Công ty đầu tư vào nguồn nhân lực có sự thay đổi qua các năm. Năm 2018 Công ty đầu tư cho 155 lao động với chi phí là 32.755.155.500 đồng, chiếm 7,47% tổng vốn đầu tư. Năm 2019 đầu tư cho 103 lao động với chi phí 28.971.662.500 đồng, chiếm 6,99% tổng vốn đầu tư. Năm 2020 Công ty đầu tư cho 82 lao động với chi phí là 24.162.137.500 đồng, chiếm 6,85% tổng vốn đầu tư. Đến năm 2021 công ty đầu tư cho 70 lao động với chi phí là 21.986.400.000 đồng, chiếm 6,56% tổng vốn đầu tư.

Công ty đã tìm kiếm lao động đầu vào có chất lượng và hằng năm đều tổ chức đào tạo lại tay nghề cho người lao động. Và chủ yếu là đầu tư lao động theo hình thức dài hạn, nên số lượng lao động có tay nghề cao và thời gian làm việc của những người này khá dài nên Công ty sẽ cắt giảm số lao động sẽ được đào tạo về sau. Sở dĩ Công ty chú trọng hình thức đào tạo dài hạn là vì nếu đào tạo ngắn hạn thì mỗi lần tuyển nhân viên mới sẽ phải đào tạo lại từ đầu làm mất thời gian và tay nghề của nhân viên mới lúc đầu sẽ không được như nhân viên cũ gây những bất ổn trong nội bộ công ty. Đối với nhân viên tham gia trực tiếp vào quá trình sản xuất kinh doanh, họ sẽ được đào tạo nâng cao tay nghề. Đối với nhân viên kế toán và các bộ phận khác, đầu tiên họ sẽ được đào tạo kỹ năng tin học văn phòng, kỹ năng phân tích, tổng hợp, quan sát các số liệu và các thông tin để đưa ra kết quả hoạt động kinh doanh chính xác nhất và các kế hoạch cần thiết để Công ty hoạt động tốt hơn.

Trong tổng vốn đầu tư vào nguồn nhân lực, phần lớn vốn công ty dùng để mở các lớp đào tạo tay nghề, bồi dưỡng nâng cao trình độ kiến kiến chuyên môn cho các cán bộ công nhân viên và lao động trong quá trình làm việc để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đảm bảo quá trình điều hành và sản xuất kinh doanh đạt được hiệu quả tốt nhất. Với số vốn còn lại công ty sẽ chi cho đầu tư phát triển y tế và cho công tác chăm sóc sức khỏe người lao động. Cụ thể, công ty thường xuyên tổ chức các buổi khám sức khỏe định kỳ cho người lao động để kịp thời phát hiện bệnh và hỗ trợ điều trị cho người lao động để làm an tâm, giúp họ yên tâm sản xuất kinh doanh. Và trong tình

hình dịch bệnh như hiện nay thì công tác khám sức khỏe cần càng phải được thực hiện thường xuyên hơn để đảm bảo an toàn cho người lao động. Bởi một công ty muốn phát triển thì phải có đội ngũ nhân viên có đủ sức khỏe để làm việc với hiệu quả tốt nhất. Với các khoản tiền lương thì công ty sẽ dựa vào vị trí và điều kiện làm việc của người lao động để đưa ra mức lương phù hợp nhất. Ngoài ra công ty cũng trích lập ra một quỹ trợ cấp bảo hiểm xã hội cho người lao động nghèo và quỹ khen thưởng riêng cho người lao động để khuyến khích họ gắn bó với công ty hơn, làm tăng tinh thần nhiệt huyết, yêu nghề hơn và làm việc có hiệu quả hơn.

2.2.2.3. Đầu tư khoa học công nghệ

Hiện nay, trong nền kinh tế thị trường ngày càng cạnh tranh gay gắt, Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định đã quan tâm đến đầu tư cho khoa học công nghệ để nâng cao năng lực cạnh tranh, năng suất và chất lượng sản phẩm của công ty. Sau đây là số liệu cụ thể đầu tư vào KH-CN trong giai đoạn 2018-2021 của công ty.

Bảng 2.5: Tổng vốn đầu tư vào KH - CN của Công ty giai đoạn 2018-2021

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
Vốn đầu tư cho KH-CN	10.706.918.750	13.455.218.750	11.912.735.380	8.478.505.500
Tỷ trọng (%)	2,44	3,25	3,38	2,53

Nguồn: Phòng Kinh doanh

Qua bảng ta thấy, vốn đầu tư cho khoa học công nghệ có sự biến động qua các năm. Cụ thể, năm 2018 vốn đầu tư cho khoản mục này đạt 10.706.918.750 đồng chiếm 2,44% tổng vốn đầu tư và tiếp tục tăng trong năm tới với 13.455.218.380 đồng, chiếm 3,25%. Đến năm 2021 và 2022, vốn đầu tư cho khoa học công nghệ giảm lần lượt còn 11.912.735.380 đồng và 8.478.505.500 đồng, chiếm 3,38% và 2,53% tổng vốn đầu tư. Tuy vốn đầu tư cho khoa học công nghệ có chiều hướng tăng trong 2 năm đầu của giai đoạn nghiên cứu nhưng đến 2 năm sau cùng có sự sụt giảm nhẹ. Nhìn chung nó vẫn chiếm tỷ trọng nhỏ trong cơ cấu tổng vốn đầu tư của công ty.

Cụ thể, công ty hiện đang đầu tư nghiên cứu và đưa các phần mềm, ứng dụng hỗ trợ tính toán và quản lý tài liệu vào quá trình kinh doanh. Việc sử dụng các phần mềm này sẽ giúp thống kê, sắp xếp, lưu trữ tài liệu một cách có hệ thống và tính toán các số liệu một cách chính xác hơn giảm bớt được một phần công việc cho nhân viên. Đồng thời, giúp các trưởng phòng và giám đốc có thể dễ dàng tìm kiếm, nắm bắt thông tin một cách nhanh chóng, dễ dàng điều hành và quản lý các hoạt động của công ty hơn. Trong khâu sản xuất chế biến hàng hóa, công ty tăng cường đầu tư trang bị các công nghệ tiên tiến như kho lạnh, máy nén lạnh, máy cấp đông,... đáp ứng yêu cầu sản

phẩm sản xuất đạt tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm. Và để sử dụng thành thạo các công nghệ tiên tiến này, công ty đã đầu tư cho hoạt động đào tạo nâng cao trình độ của đội ngũ quản lý và đội ngũ kỹ thuật để có thể vận hành các công nghệ hiện đại này vào quá trình sản xuất kinh doanh một cách hiệu quả hơn.

2.2.2.4. Đầu tư vào hoạt động marketing

Với một thị trường đầy cạnh tranh như hiện nay, thì Công ty muốn mở rộng và đứng vững trên thị trường là điều không dễ dàng. Vì vậy việc quảng bá hình ảnh của Công ty để tìm kiếm thị trường là điều vô cùng cần thiết. Sau đây là số liệu cụ thể đầu tư vào marketing mà Công ty đã chi trong giai đoạn 2018-2021:

Bảng 2.6: Tổng vốn đầu tư vào marketing của Công ty giai đoạn 2018-2021

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
VĐT cho marketing	395.068.125	438.124.825	468.585.150	521.260.900
Tỷ trọng (%)	0,09	0,11	1,13	1,16

Nguồn: Phòng Kinh doanh

Qua bảng ta thấy tuy đầu tư cho marketing chiếm tỷ trọng nhỏ trong cơ cấu tổng vốn đầu tư nhưng có xu hướng tăng theo từng năm. Năm 2018 đầu tư cho marketing chiếm 0,09% và trong ba năm 2019, 2020, 2021 tăng lần lượt là 0,11%; 0,13% và 0,16%.

Trong tổng vốn đầu tư cho marketing, chi phí quảng cáo chiếm tỷ trọng lớn trong tổng vốn. Do tính chất của lĩnh vực kinh doanh là công ty xuất nhập khẩu thủy sản sang các thị trường nước ngoài nên phương thức quảng cáo công ty đang áp dụng là kết hợp với Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP) tham dự các hội chợ thủy sản lớn quốc tế hàng năm để giới thiệu sản phẩm và tìm kiếm các khách hàng tiềm năng, thiết lập các mối quan hệ có lợi cho tương lai của công ty. Đồng thời, công ty đã thiết lập website riêng, đưa thông tin của công ty lên mạng internet để quảng bá hình ảnh của công ty đến với rộng rãi người tiêu dùng, ngoài ra công ty cũng cộng tác với website của tỉnh để kịp thời nắm bắt các thông tin mới nhất về ngành thủy sản. Ngoài chi phí quảng cáo, công ty còn đưa ra chính sách khuyến mãi với hình thức giảm giá ưu đãi cho các những khách hàng lâu năm hay những khách hàng đặt mua sản phẩm với số lượng lớn. Chính sách khuyến mãi sẽ kích thích khách hàng mua thêm nhiều sản phẩm của công ty hơn từ đó tại điều kiện giúp công ty tăng doanh thu một cách nhanh chóng. Mặc khác, công ty cũng trích một khoản vốn để đầu tư cho việc phát triển sản phẩm, cụ thể là cải tiến mẫu mã bao bì và nâng cao chất lượng sản phẩm để đáp ứng theo yêu cầu thị trường và sự thay đổi thị hiếu liên tục của người tiêu dùng.

Như vậy cho thấy công ty rất quan tâm đến việc đầu tư marketing để quảng bá hình ảnh của mình. Nhờ quảng bá hình ảnh trên các trang web, phương tiện truyền thông mà công ty đã tìm kiếm được nhiều khách hàng và được nhiều người biết đến hơn, góp phần đẩy mạnh hoạt động sản xuất kinh doanh được hiệu quả hơn.

2.3. Kết quả và hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định giai đoạn 2018-2021

2.3.1. Kết quả sản xuất kinh doanh

2.3.1.1. Doanh thu theo mặt hàng

Bảng 2.7: Doanh thu theo mặt hàng của Công ty giai đoạn 2018-2021

Đơn vị tính: USD

Tên sản phẩm	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
Cá ngừ	41.616.000	45.244.800	41.594.000	42.175.000
Cá thu	7.956.000	7.540.800	6.536.200	7.159.800
Cá cò gòn	5.508.000	6.284.000	5.942.000	6.230.200
Cá cò kiếm	3.672.000	2.523.600	2.971.000	2.560.000
Khác	2.448.000	1.256.800	2.376.800	2.035.000
Tổng doanh thu	61.200.000	62.840.000	59.420.000	60.160.000

Nguồn: Phòng Kinh doanh

Qua bảng ta thấy cá ngừ đại dương luôn là mặt hàng xuất khẩu chủ lực đem lại nguồn doanh thu lớn và là thế mạnh của công ty. Loại cá này chiếm đến 80% trong tổng lượng hàng xuất khẩu hàng năm của công ty. Do nhu cầu của thị trường nước ngoài cũng như đặc điểm của vùng biển Quy Nhơn mà đa phần các tàu cá của ngư dân có lượng cá ngừ cao hơn các loại thủy hải sản còn lại. Trong năm 2019, doanh thu do xuất khẩu cá ngừ tăng mạnh so với ba năm còn lại, chiếm 72% tổng doanh thu của công ty. Tuy nhiên, vẫn còn một vấn đề tồn tại đáng lưu ý là phí vận chuyển và lưu kho rất lớn khiến cá ngừ đại dương của Bình Định không thể cạnh tranh được với cá ngừ đại dương các nước trong khu vực khi tham gia xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản. Đó là chưa nói đến thời gian đánh bắt kéo dài, lưu kho nhiều ngày nên chất lượng của cá ngừ đại dương Bình Định khi đến chợ đầu giá không thể sánh với cá ngừ đại dương các nước trong khu vực.

Ngoài cá ngừ, công ty còn xuất khẩu các mặt hàng như cá thu, cá cò gòn, cá cò kiếm,... Tuy nhiên, do sản lượng xuất khẩu các mặt hàng này phụ thuộc vào nhu cầu thị trường và chịu tác động của yếu tố mùa vụ nên doanh thu do các mặt hàng này đem lại chỉ chiếm 28% trong tổng cơ cấu.

2.3.1.2. Doanh thu theo thị trường

Trước kia, công ty chủ yếu xuất khẩu thủy sản cho các tỉnh, thành phố trong nước như Đà Nẵng, Khánh Hòa,... cùng với đó là xuất khẩu ra thị trường nước ngoài nhưng chỉ với quy mô nhỏ. Kể từ khi Việt Nam gia nhập WTO, mặt hàng xuất khẩu của công ty đã thâm nhập vào nhiều thị trường lớn trên thế giới. Và hiện tại EU, Mỹ, Mexico, Trung Đông,... là các thị trường xuất khẩu chính của công ty.

Bảng 2.8: Doanh thu theo thị trường của Công ty giai đoạn 2018-2021

Đơn vị tính: USD

Thị trường	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
EU	42.840.000	31.420.000	14.855.000	16.408.700
Mỹ	12.240.000	25.136.000	32.681.000	32.890.000
Mexico	3.063.218	4.398.800	8.913.000	7.850.400
Trung Đông	611.356	754.080	1.188.400	1.205.700
Nhật Bản	1.190.536	502.720	0	930.200
Khác	1.254.890	628.400	1.182.600	875.000
Tổng	61.200.000	62.840.000	59.420.000	60.160.000

Nguồn: Phòng Kinh doanh

Dựa vào số liệu bảng 2.8 ta thấy trong năm 2018 thì EU là thị trường tiêu thụ chủ lực của công ty, sản lượng thủy sản xuất khẩu sang thị trường này đem lại nguồn doanh thu lớn, chiếm 70% trong tổng doanh thu và gấp 3,5 lần so với thị trường đứng thứ 2 là Mỹ. Tuy nhiên trong 2 năm tiếp theo, thị trường EU có xu hướng giảm, đặc biệt là đến năm 2020 thị trường Mỹ đã tăng vượt EU với doanh thu đạt 32.681.000 USD (cao hơn 17.826.000 USD so với thị trường EU). Đến năm 2021 doanh thu tại thị trường EU có sự gia tăng trở lại với 16.408.700 USD (tăng 1.553.700 USD so với năm 2020), tuy nhiên trong năm này thị trường Mỹ vẫn là thị trường dẫn đầu về doanh thu với 32.890.000 USD. Và Mỹ được xem là thị trường tiềm năng nhất mà công ty khai thác tại thời điểm đó. Tại thị trường này, công ty phục vụ các mặt hàng thủy sản cao cấp, đòi hỏi tiêu chuẩn khá cao về chất lượng, mẫu mã. Ngoài Mỹ thì các thị trường còn lại như Mexico, Trung Đông cũng có sự tăng mạnh về doanh thu. Cụ thể, ở Mexico doanh thu năm 2020 đạt 8.913.000 USD (tăng 4.514.200 USD so với năm 2019, tuy nhiên đến năm 2021 doanh thu tại thị trường này lại giảm còn 7.850.400 USD. Ở Trung Đông doanh thu năm 2020 đạt 1.188.400 USD (tăng 434.320 USD so với năm 2019) và tiếp tục tăng lên thành 1.205.700 USD trong năm 2021. Tuy bị ảnh hưởng bởi đại dịch Covid trong năm 2020 và 2021 nhưng các mặt hàng thủy hải sản

mà công ty xuất khẩu sang các thị trường này vẫn có dấu hiệu tăng là vì bởi sự thay đổi thị hiếu của người tiêu dùng lúc này. Những thủy hải sản tươi sống có giá trị cao có nhu cầu giảm mạnh khi thực hiện giãn cách xã hội. Ngược lại những thủy sản có mức giá trung bình như thủy sản sơ chế đông lạnh lại được người tiêu dùng ưa chuộng hơn do tính tiện dụng và dễ chế biến hơn trong bối cảnh thực hiện giãn cách.

Tuy nhiên, qua bảng ta thấy tình hình tiêu thụ sản phẩm tại thị trường Nhật Bản có nhiều biến động, đặc biệt là công ty hầu như không xuất khẩu sang thị trường này trong năm 2020. Nguyên nhân là do công ty phải chịu nhiều mức thuế cao hơn với các nước khác khi xuất khẩu thủy sản sang thị trường này. Tuy Nhật Bản vẫn muốn hợp tác để nhập khẩu các sản phẩm từ công ty nhưng do các khoản phí thuế quá cao không đem lại nhiều lợi nhuận nên công ty phải đẩy mạnh xuất khẩu sang các thị trường tiềm năng khác. Đến năm 2021, do thuế quan giảm tạo cơ hội cho công ty tiếp tục xuất khẩu các mặt hàng thủy sản tại thị trường này nên doanh thu thu được tại thị trường Nhật Bản đạt 930.200 USD. Tuy thuế quan có sự sụt giảm nhưng vẫn cao hơn các thị trường Mỹ và EU nên phần lớn trong năm 2021 công ty chủ yếu đẩy mạnh xuất khẩu tại hai thị trường lớn này hơn là Nhật Bản.

2.3.1.3. Lợi nhuận của công ty

Lợi nhuận là một chỉ tiêu tài chính quan trọng phản ánh hiệu quả của toàn bộ quá trình hoạt động kinh doanh của công ty. Mục đích của việc phân tích lợi nhuận là đánh giá mức độ hoạt động của công ty từ đó tìm ra những nguyên nhân, nhân tố ảnh hưởng đến tình hình biến động lợi nhuận và tìm ra biện pháp nâng cao lợi nhuận kinh doanh trong giai đoạn tiếp theo.

Bảng 2.9: Lợi nhuận của Công ty giai đoạn 2018-2021

Đơn vị tính: USD

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
Doanh thu	61.200.000	62.840.000	59.420.000	60.160.000
Chi phí	46.512.000	43.988.000	36.246.200	36.026.650
Lợi nhuận	14.688.000	18.852.000	23.173.800	24.133.350

Chỉ tiêu	Năm 2019/2018		Năm 2020/2019		Năm 2021/2020	
	+/-	Tỷ lệ (%)	+/-	Tỷ lệ (%)	+/-	Tỷ lệ (%)
Doanh thu	1.640.000	2,68%	-3.420.000	-5,44%	740.000	1,25%
Chi phí	- 2.524.000	-5,43%	-7.741.800	-17,59%	-219.550	- 0,61%
Lợi nhuận	4.164.000	28,35%	4.321.800	22,92%	959.550	4,14%

Nguồn: Phòng Kinh doanh

Nhận xét: Từ số liệu bảng trên ta thấy rõ sự biến động của lợi nhuận của công ty trong 4 năm gần đây.

Mặc dù trong tình hình dịch bệnh nhưng lợi nhuận của công ty vẫn có xu hướng tăng. Cụ thể, năm 2018 lợi nhuận đạt 14.688.00 USD, năm 2019 lợi nhuận tăng lên thành 18.852.000 USD (tức tăng 28,35% so với năm 2018) và lợi nhuận tiếp tục tăng trong 2 năm tiếp theo nhưng với tốc độ chậm dần. Cụ thể năm 2020 lợi nhuận đạt 23.173.800 USD (tức tăng 22,92% so với năm 2019), năm 2021 lợi nhuận đạt 24.133.350 USD (tăng 4,14% so với năm 2020). Qua đó cho thấy được các chính sách, chiến lược mà công ty đề ra phù hợp với sự biến động của thị trường trong tình hình dịch bệnh diễn ra phức tạp, tuy doanh thu chưa tăng một cách mạnh mẽ nhưng đã góp phần ổn định tình hình sản xuất kinh doanh, làm cho công ty trụ vững hơn trong dịch Covid. Và để tiếp tục duy trì và đạt được các kết quả kinh doanh cao hơn, công ty cần phải phân tích kỹ các mặt hạn chế và đưa ra các giải pháp phù hợp trong công tác tiêu thụ sản phẩm để gia tăng doanh thu từ đó nâng dần lợi nhuận của công ty trong thời gian sắp tới.

2.3.2. Hiệu quả sản xuất kinh doanh

2.3.2.1. Đánh giá chung về hiệu quả sản xuất kinh doanh

Bảng 2.10: Chỉ tiêu đánh giá chung về hiệu quả sản xuất kinh doanh

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
Tỷ suất sinh lợi trên VCSH (ROE)	0,25	0,29	0,38	0,39
Tỷ suất sinh lợi trên TTS (ROA)	0,09	0,12	0,15	0,15
Tỷ suất lợi nhuận trên DT (ROS)	0,19	0,24	0,31	0,32

Nguồn: Phòng Kinh doanh

Tỷ suất sinh lợi trên vốn chủ sở hữu (ROE): Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu là thước đo để đánh giá 1 đồng vốn bỏ ra tạo được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Cụ thể năm 2018, ROE của công ty là 0,25 có nghĩa cứ 1 đồng vốn chủ sở hữu thì công ty tạo ra được 0,25 đồng lợi nhuận sau thuế. Đến năm 2019, năm 2020 và năm 2021 ROE lại tiếp tục tăng lên lần lượt là 0,29; 0,38 và 0,39 nguyên nhân là do tốc độ tăng của vốn chủ sở hữu chậm hơn nhiều so với tốc độ tăng của lợi nhuận sau thuế, điều này cho thấy hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu của công ty càng về sau thì càng hiệu quả hơn. Và vì ROE của công ty luôn duy trì được mức lớn hơn 20% trong 4 năm liên tục nên công ty hoàn toàn có đủ khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA): Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản cho biết cứ 1 đồng tài sản bình quân tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Năm

2018 chỉ tiêu này là 0,09 có nghĩa trong năm này cứ 1 đồng tài sản bình quân bỏ ra thì công ty thu được 0,09 đồng lợi nhuận sau thuế. Và chỉ tiêu này tiếp tục tăng trong năm tiếp theo với tỷ suất lần lượt là 0,12. Riêng năm 2020 và 2021 có cùng tỷ suất ROA là 0,15. Nguyên nhân là do trong năm 2019 tốc độ tăng của tổng tài sản chậm hơn so với tốc độ tăng của lợi nhuận sau thuế, còn trong 2 năm 2020 và 2021 là do tổng tài giảm với tốc độ chậm trong khi lợi nhuận sau thuế lại tăng với tốc độ nhanh hơn nên dẫn tới làm tăng ROA. Qua đó cho thấy được khả năng quản lý tài sản của công ty ngày càng tốt hơn, có hiệu quả hơn.

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS): Năm 2018 tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu của công ty là 0,19 có nghĩa là cứ 1 đồng doanh thu tham gia vào thì tạo ra được 0,19 đồng lợi nhuận. Tương tự như hai chỉ tiêu trên thì trong 3 năm tiếp theo ROS của công ty vẫn tiếp tục tăng. Cụ thể là ROS năm 2019 là 0,24; năm 2020 là 0,31 và của năm 2021 là 0,32. Chỉ tiêu ROS ngày càng tăng chứng tỏ được công ty đang tối ưu được các khoản chi phí và trong 4 năm chỉ tiêu này luôn lớn hơn 10% cho thấy được công ty khá vững mạnh trên thị trường, xứng đáng để các nhà đầu tư tới hợp tác kinh doanh.

2.3.2.2. Đánh giá hiệu quả sử dụng chi phí

Bảng 2.11: Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng chi phí

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
Hiệu quả sử dụng chi phí	1,29	1,40	1,62	1,64
Tỷ suất lợi nhuận chi phí	0,32	0,43	0,64	0,67

Nguồn: Phòng Kinh doanh

Hiệu quả sử dụng chi phí: Qua phân tích bảng trên ta thấy hiệu quả sử dụng chi phí của công ty trong giai đoạn 2018-2021 có xu hướng tăng dần qua các năm. Năm 2018 với 1 đồng chi phí sẽ tạo ra được 1,29 đồng doanh thu. Năm 2019 cứ 1 đồng chi phí sẽ tạo ra được 1,40 đồng doanh thu, năm 2020 thì cứ 1 đồng chi phí bỏ ra công ty sẽ thu được 1,62 đồng doanh thu, đến năm 2021 thì cứ 1 đồng chi phí bỏ ra thì thu được 1,64 đồng doanh thu. Xu hướng trên là hợp lý bởi khi doanh thu giảm thì chi phí giảm, doanh thu tăng thì chi phí tăng và tốc độ tăng (giảm) của chi phí luôn lớn hơn tốc độ tăng (giảm) của doanh thu.

Tỷ suất lợi nhuận chi phí: Giống với hiệu quả sử dụng chi phí, tỷ suất lợi nhuận chi phí cũng có sự gia tăng qua các năm. Cụ thể, năm 2018 với 1 đồng chi phí bỏ ra thì công ty thu được 0,32 đồng lợi nhuận. Năm 2019 cứ 1 đồng chi phí sẽ tạo ra 0,43 đồng lợi nhuận. Năm 2020 cứ 1 đồng chi phí sẽ tạo ra 0,64 đồng lợi nhuận và trong năm 2021 thì cứ 1 đồng chi phí bỏ ra thì thu được 0,67 đồng lợi nhuận. Từ những kết quả

trên cho thấy khả năng sử dụng chi phí của công ty vô cùng hiệu quả, đây là một xu hướng tốt đối với doanh nghiệp trong tương lai.

2.3.2.3. Đánh giá tình hình tài chính của công ty

Bảng 2.12: Chỉ tiêu đánh giá khả năng thanh toán

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
Hệ số thanh toán tổng quát	1,57	1,64	1,63	1,64
Hệ số khả năng thanh toán ngắn hạn	1,02	1,11	1,12	1,16
Hệ số thanh toán nhanh	1,00	1,10	1,11	1,14

Nguồn: Phòng Kinh doanh

Hệ số thanh toán tổng quát: Hệ số thanh toán tổng quát của công ty trong 4 năm có sự biến động nhẹ. Cụ thể: năm 2018 hệ số này là 1,57 đến năm 2019 tăng lên thành 1,64; năm 2020 giảm còn 1,63 nhưng sự sụt giảm này không đáng kể, đến năm 2021 lại tăng trở lại thành 1,64. Nhìn chung ta thấy chỉ số này của công ty luôn lớn hơn 1. Xét về lý thuyết điều đó cho thấy công ty có thể sử dụng tài sản của mình để thanh toán các khoản nợ ngắn hạn cũng như dài hạn. Tuy nhiên xét về thực tế thì hệ số trên vẫn còn thấp, bởi để hoạt động bền vững mà không ảnh hưởng đến áp lực thanh toán thì hệ số này phải từ 2 trở lên.

Hệ số khả năng thanh toán ngắn hạn: Qua bảng ta thấy trong giai đoạn nghiên cứu hệ số khả năng thanh toán ngắn hạn của công ty có xu hướng tăng. Cụ thể trong 4 năm hệ số này lần lượt là 1,02; 1,11; 1,12 và 1,16. Hệ số này luôn lớn hơn 1 cho thấy tài sản ngắn hạn của công ty đang lớn hơn nợ ngắn hạn, do đó công ty đang có đủ tài sản sẵn sàng chuyển đổi thành tiền mặt một cách nhanh chóng để thực hiện thanh toán cho các khoản nợ ngắn hạn, đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh được liên tục. Tuy nhiên, hệ số này chưa bộc lộ hết khả năng thanh toán của công ty, để thấy rõ hơn khả năng thanh toán của công ty ta xét đến hệ số thanh toán nhanh.

Hệ số khả năng thanh toán nhanh: Hệ số thanh toán nhanh của công ty có xu hướng tăng. Năm 2018 hệ số này là 1 ;sau đó tăng lên thành 1,1 trong năm 2019 và tiếp tục tăng trong 2 năm tiếp theo là 1,11 trong năm 2020 và 1,14 trong năm 2021. Ta thấy trong giai đoạn này, hệ số thanh toán nhanh luôn lớn hơn hoặc bằng 1 thể hiện cho khả năng thanh toán ngay các khoản nợ ngắn hạn của công ty nằm ở mức cao. Trong tình trạng này thì công ty không gặp phải vấn đề trong việc thanh toán luôn các khoản nợ ngắn hạn.

Bảng 2.13: Chỉ tiêu đánh giá cơ cấu tài chính

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
Hệ số nợ	0,63	0,60	0,61	0,61
Hệ số tự tài trợ	0,37	0,40	0,39	0,39

Nguồn: Phòng Kinh doanh

Hệ số nợ: Hệ số nợ của công ty trong 4 năm nghiên cứu nằm ở mức độ khá an toàn (ở mức khoảng 60%). Cụ thể năm 2018 hệ số nợ là 0,63 nghĩa là muốn sử dụng một đồng vốn thì công ty phải vay nợ bên ngoài 0,63 đồng. Đến năm 2019 hệ số này giảm về đúng mức an toàn là 0,60. Đến năm 2020 và 2021 thì có sự tăng nhẹ lên và duy trì ở mức 0,61, tuy nhiên sự gia tăng này vẫn rất nhỏ không đáng lo ngại. Qua phân tích ta thấy khả năng thanh toán các khoản nợ của công ty ngày càng tốt.

Hệ số tự tài trợ: Là chỉ tiêu tài chính đo lường sự góp vốn của chủ sở hữu trong tổng vốn hiện có của công ty. Hệ số tự tài trợ của công ty qua 3 năm có sự biến động nhẹ. Năm 2018 chỉ số này là 0,37 và tăng lên thành 0,40 trong năm 2019. Đến năm 2020 và 2021 hệ số này lại giảm xuống một ít và duy trì ở mức 0,39. Qua đó cho thấy rằng khả năng đảm bảo về mặt tài chính và mức độ độc lập về tài chính của công ty ngày càng tốt.

Bảng 2.14: Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
Vòng quay hàng tồn kho	89,00	95,00	99,93	97,22
Số ngày một vòng quay hàng tồn kho	4,04	3,79	3,60	3,7
Vòng quay các khoản phải thu	15,69	20,66	21,04	23,14

Nguồn: Phòng Kinh doanh

Vòng quay hàng tồn kho và số ngày một vòng quay hàng tồn kho: Giá trị vòng quay hàng tồn kho càng tăng cho biết công ty sử dụng vốn lưu động càng hiệu quả, góp phần nâng cao tính năng động trong kinh doanh của công ty. Năm 2018 vòng quay hàng tồn kho là 89 vòng, năm 2019 tăng lên là 95 vòng và đến năm 2020 chỉ tiêu này lại tiếp tục tăng lên thành 99,93 vòng. Nguyên nhân của sự gia tăng này là do tốc giảm của hàng tồn kho nhanh hơn tốc độ giảm của giá vốn hàng bán. Số vòng quay hàng tồn kho tăng trong giai đoạn 2018-2020 kéo theo số ngày một vòng quay hàng tồn kho giảm lần lượt là 4,04; 3,79; và 3,60. Đây là một dấu hiệu tốt cho hoạt động kinh doanh của công ty. Tuy nhiên đến năm 2021, vòng quay hàng tồn kho giảm còn 97,22 vòng, nguyên nhân là do số lượng hàng tồn kho tăng nhanh trong khi giá vốn hàng bán lại tăng chậm hơn. Vì vậy công ty cần đưa ra những giải pháp để đẩy mạnh khâu xuất

khẩu hàng hóa, tránh tình trạng hàng tồn kho ứ đọng ngày một nhiều. Vòng quay hàng tồn kho giảm kéo theo số ngày một vòng quay hàng tồn kho tăng lên thành 3,7.

Vòng quay các khoản phải thu: Chỉ số vòng quay các khoản phải thu cho ta thấy được khả năng thu hồi công nợ từ các khách hàng thật sự tốt hay xấu. Và vòng quay các khoản phải thu cũng có sự biến động tương tự vòng quay hàng tồn kho. Cụ thể, là có xu hướng tăng lên trong giai đoạn nghiên cứu tại công ty. Đây là một dấu hiệu tốt cho công ty. Cụ thể là vòng quay các khoản phải thu trong năm 2018 của công ty là 15,69 vòng, đến năm 2019 tăng lên thành 20,66 vòng và chỉ số này lại tiếp tục tăng trong hai năm tiếp theo với số lượng lần lượt là 21,04 vòng và 23,14 vòng.

2.3.3. Hiệu quả sử dụng vốn đầu tư

Bảng 2.15: Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn đầu tư

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
Hiệu quả sử dụng vốn đầu tư	3,13	3,41	3,80	4,05
Sức sinh lời của vốn đầu tư	0,76	1,04	1,50	1,65

Nguồn: Phòng Kinh doanh

Hiệu quả sử dụng vốn đầu tư: Chỉ tiêu này cho biết 1 đồng vốn đầu tư tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu. Nhìn chung trong giai đoạn 2018-2021 hiệu quả sử dụng vốn đầu tư của công ty có xu hướng tăng. Cụ thể, năm 2018 chỉ tiêu này là 3,13 nghĩa là cứ đầu tư một đồng vốn đầu tư thì công ty thu được 3,13 đồng doanh thu. Và trong 3 năm tiếp theo từ năm 2019 đến năm 2021 chỉ tiêu này tăng lên lần lượt là 3,41; 3,80 và 4,05. Nguyên nhân của sự gia tăng này là do doanh thu của công ty tăng qua từng năm trong khi tổng nguồn vốn kinh doanh lại giảm. Từ bảng số liệu ta cũng thấy được trong 4 năm chỉ tiêu này luôn duy trì ở mức lớn hơn 1 chứng tỏ việc sử dụng vốn đầu tư của công ty vô cùng đạt hiệu quả.

Sức sinh lời của vốn đầu tư: Chỉ tiêu này cho biết 1 đồng vốn đầu tư tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận. Năm 2018 sức sinh lời của vốn đầu tư tại công ty là 0,76 có nghĩa là cứ 1 đồng vốn đầu tư bỏ ra thì công ty thu được 0,76 đồng lợi nhuận. Trong 3 năm tiếp theo chỉ tiêu này tiếp tục tăng lên lần lượt là 1,04; 1,50 và 1,65.

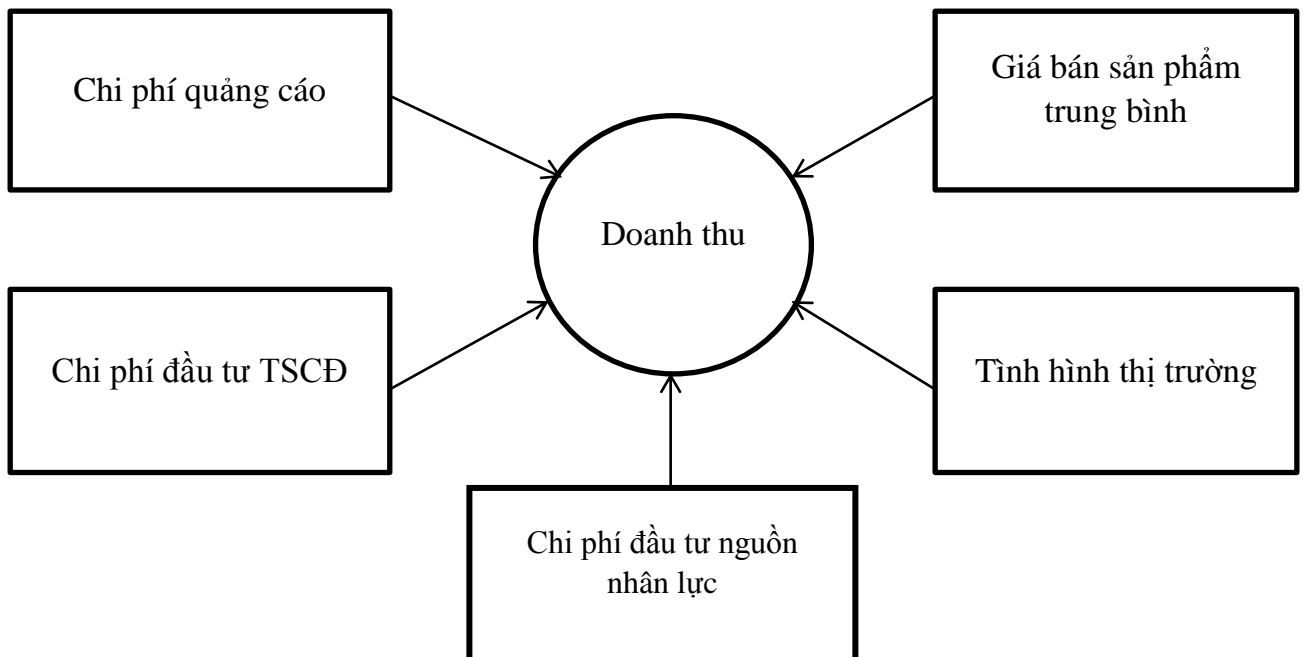
2.4. Tác động của chi phí quảng cáo đến doanh thu tại Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định

Hiệu quả kinh doanh của công ty được đo lường bằng: Kết quả / Chi phí hay Kết quả / Vốn. Kết quả kinh doanh của công ty được đo lường bằng các chỉ số như doanh thu, lợi nhuận. Kết quả kinh doanh của công ty tăng lên trong khi chi phí hoặc vốn không đổi thì hiệu quả sẽ tăng lên. Có rất nhiều những yếu tố ảnh hưởng đến doanh thu của doanh nghiệp chẳng hạn như chất lượng sản phẩm, khối lượng hàng hóa tiêu

thụ, giá bán sản phẩm, chính sách bán hàng, thị trường,... Trong đó hoạt động marketing đóng vai trò rất lớn đối với kết quả kinh doanh của doanh nghiệp, đặc biệt là hoạt động quảng cáo. Nếu doanh nghiệp biết cách quảng cáo, sử dụng chi phí quảng cáo hợp lý thì sẽ góp phần tăng doanh thu, đem lại lợi nhuận cao cho doanh nghiệp, góp phần tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh cho doanh nghiệp trong quá trình hoạt động. Do đó tìm hiểu tác động của chi phí quảng cáo đến doanh thu là rất cần thiết đối với Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định.

2.4.1. Mô hình nghiên cứu

Doanh thu là toàn bộ số tiền doanh nghiệp thu được từ doanh số bán hàng hóa, dịch vụ và các hoạt động kinh tế khác. Kết quả nghiên cứu của các nghiên cứu có liên quan cho thấy doanh thu của doanh nghiệp bị chi phối bởi các yếu tố như chất lượng sản phẩm, kết cấu mặt hàng, nguồn lực công nghệ, nguồn lực tài chính, năng lực cạnh tranh, cách thức kinh doanh,... Trong đó, chi phí quảng cáo, chi phí đầu tư nguồn nhân lực, chi phí đầu tư TSCĐ, giá bán sản phẩm trung bình và tình hình thị trường là các nhân tố ảnh hưởng trực tiếp đến doanh thu của doanh nghiệp. Do đó, mô hình nghiên cứu tác giả đề xuất cụ thể như sau:



Sơ đồ 2.2: Khung lý thuyết

Như vậy doanh thu của doanh nghiệp bị ảnh hưởng bởi các yếu tố cụ thể:

Trong đó:

- + Doanh thu: là toàn bộ số tiền thu được trong quá trình mua bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ hay hoạt động khác của công ty.
- + Chi phí quảng cáo: Quảng cáo giúp quảng bá hình ảnh công ty, mở rộng phạm vi tiếp cận, giúp nhiều người biết đến sản phẩm của công ty hơn. Từ đó góp phần gia

tăng cơ hội đưa sản phẩm của mình đến với người tiêu dùng nhiều hơn. Một chiến lược quảng cáo tốt sẽ giúp gia tăng doanh thu và đem lại lợi nhuận cao cho doanh nghiệp. Vì vậy, công ty cần phải tăng chi phí đầu tư cho quảng cáo để đa dạng các hình thức quảng cáo, từ đó góp phần giúp doanh thu tăng một cách nhanh chóng.

+ Chi phí đầu tư tài sản cố định: TSCĐ được coi là cơ sở vật chất, kỹ thuật có vai trò quan trọng trong hoạt động sản xuất kinh doanh, bao gồm các máy móc thiết bị, khoa học công nghệ, phương tiện vận tải,... Đầu tư cho tài sản cố định đồng nghĩa với việc tăng năng suất lao động, tạo ra những sản phẩm có chất lượng cao, hạ giá thành, làm tăng doanh số bán hàng góp phần tăng doanh thu cho doanh nghiệp.

+ Chi phí đầu tư nguồn nhân lực: Nguồn nhân lực được xem là yếu tố quan trọng trong quá trình hình thành và phát triển của doanh nghiệp. Một đội ngũ lao động có trình độ tay nghề cao, có kinh nghiệm dày dặn và tinh thần làm việc tích cực sẽ giúp nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm, đem lại doanh thu và lợi nhuận cho doanh nghiệp. Vì vậy chi phí đầu tư nguồn nhân lực là yếu tố quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến doanh thu nói riêng và sự tồn tại phát triển của doanh nghiệp nói chung.

+ Giá bán sản phẩm: Trong điều kiện các yếu tố không đổi, giá cả hàng hóa dịch vụ tăng đồng nghĩa doanh thu bán hàng sẽ tăng lên và ngược lại. Giá bán của sản phẩm sẽ phụ thuộc nhiều bởi cung cầu trên thị trường. Vì thế, để đảm bảo doanh thu cho doanh nghiệp, việc quyết định giá cả là vô cùng cần thiết. Mức giá mà doanh nghiệp xác lập phải vừa đồng thời bù đắp chi phí sử dụng, mang lại lợi nhuận cũng vừa phải phù hợp với mức giá cạnh tranh trên thị trường.

+ Tình hình thị trường: thị trường đóng vai trò quyết định trong việc xác định giá cả hàng hóa, dịch vụ, điều tiết mọi hoạt động của doanh nghiệp. Vì vậy tình hình thị trường có nhiều biến động sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến giá bán hàng hóa, làm ảnh hưởng đến doanh thu của doanh nghiệp. Trong hai năm vừa qua do tình hình dịch covid 19 ảnh hưởng đến toàn bộ các nước trên thế giới nên các doanh nghiệp Việt Nam trong đó có Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định cũng bị ảnh hưởng. Do đó tác giả đưa biến covid 19 vào làm biến thể hiện tình hình thị trường.

Mô hình hồi quy được viết như sau:

$$DT = \beta_0 + \beta_1CPQC + \beta_2CPTS + \beta_3CPNL + \beta_4GBSP + \beta_5THTT$$

Trong đó:

Biến phụ thuộc:

DT: Doanh thu

Biến độc lập

- CPQC: Chi phí quảng cáo
- CPTS: Chi phí tài sản
- CPNL: Chi phí nhân lực

- GBSP: Giá bán sản phẩm
- THPTT: Tình hình thị trường
- β_0 : Hệ số chặn
- $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_5$ là hệ số hồi quy riêng của các biến độc lập

2.4.2. Đo lường các biến trong mô hình

Biến phụ thuộc:

- Doanh thu của doanh nghiệp: Được đo lường bằng tổng doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ trong quý của doanh nghiệp.

Biến độc lập:

- Chi phí quảng cáo: Được đo lường bằng tổng chi phí quảng cáo trong quý của doanh nghiệp.
- Chi phí tài sản: Được đo lường bằng tổng chi phí doanh nghiệp đã bỏ ra để xây dựng, mua sắm, sửa chữa tài sản cố định trong quý.
- Chi phí nhân lực: Là tổng chi phí đầu tư nguồn nhân lực bao gồm chi phí đào tạo nhân lực, cải thiện môi trường lao động trong quý của doanh nghiệp.
- Giá bán sản phẩm: Được đo lường bằng giá trung bình của các sản phẩm trong quý.
- Tình hình thị trường: Đây là biến dummy, nhận giá trị bằng 1 nếu quý đó là vào năm 2020-2021 là những năm có dịch covid tại thế giới và Việt Nam, nhận giá trị bằng 0 nếu quý đó ở những năm khác.

2.4.3. Kết quả nghiên cứu

2.4.3.1. Kiểm định tính dừng của dữ liệu

Nghiên cứu này tác giả sử dụng kiểm định Dickey-Fuller trong Stata để kiểm định tính dừng của dữ liệu với cặp giả thuyết:

H_0 : Chuỗi dữ liệu không dừng.

H_1 : Chuỗi dữ liệu dừng.

Kết quả kiểm định tính dừng của dữ liệu được trình bày như sau:

Bảng 2.16. Kết quả kiểm định tính dừng của biến doanh thu

	Test Statistic	1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	- 3,319	- 3.655	- 2.961	- 2.613

(Nguồn: Kiểm định Dickey-Fuller từ mẫu dữ liệu nghiên cứu)

Với biến doanh thu vì giá trị tuyệt đối (Test Statistic) < Giá trị tuyệt đối (các giá trị ở Critical value) nên ta chấp nhận H_0 , nghĩa là chuỗi không dừng nên ta lấy sai phân và chạy kiểm định dựa trên sai phân đó. Như vậy chuỗi đã dừng.

Bảng 2.17. Kết quả kiểm định tính dừng của biến chi phí quảng cáo

	Test Statistic	1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	- 2,641	- 3.655	- 2.961	- 2.613

(Nguồn: Kiểm định Dickey-Fuller từ mẫu dữ liệu nghiên cứu)

Tương tự, với biến chi phí quảng cáo vì giá trị tuyệt đối (Test Statistic) < Giá trị tuyệt đối (các giá trị ở Critical value) nên ta chấp nhận H_0 , nghĩa là chuỗi không dừng nên ta lấy sai phân và chạy kiểm định dựa trên sai phân đó. Như vậy chuỗi đã dừng.

Bảng 2.18. Kết quả kiểm định tính dừng của biến chi phí tài sản

	Test Statistic	1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	- 3,067	- 3.655	- 2.961	- 2.613

(Nguồn: Kiểm định Dickey-Fuller từ mẫu dữ liệu nghiên cứu)

Với biến chi phí tài sản vì giá trị tuyệt đối (Test Statistic) < Giá trị tuyệt đối (các giá trị ở Critical value) nên ta chấp nhận H_0 , nghĩa là chuỗi không dừng nên ta lấy sai phân và chạy kiểm định dựa trên sai phân đó. Như vậy chuỗi đã dừng.

Bảng 2.19. Kết quả kiểm định tính dừng của biến chi phí nhân lực

	Test Statistic	1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	- 3,956	- 3.655	- 2.961	- 2.613

(Nguồn: Kiểm định Dickey-Fuller từ mẫu dữ liệu nghiên cứu)

Với biến chi phí nhân lực vì giá trị tuyệt đối (Test Statistic) > Giá trị tuyệt đối (các giá trị ở Critical value) nên ta bác bỏ H_0 , chấp nhận H_1 . Nghĩa là chuỗi đã dừng.

Bảng 2.20. Kết quả kiểm định tính dừng của biến giá bán sản phẩm

	Test Statistic	1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	- 2,078	- 3.655	- 2.961	- 2.613

(Nguồn: Kiểm định Dickey-Fuller từ mẫu dữ liệu nghiên cứu)

Với biến giá bán sản phẩm vì giá trị tuyệt đối (Test Statistic) < Giá trị tuyệt đối (các giá trị ở Critical value) nên ta chấp nhận H_0 , nghĩa là chuỗi không dừng nên ta lấy sai phân và chạy kiểm định dựa trên sai phân đó. Như vậy chuỗi đã dừng.

2.4.3.2. Kết quả mô hình hồi quy

Phân tích hồi quy đa biến được sử dụng để xác định xem những biến độc lập bao gồm: chi phí quảng cáo, chi phí đầu tư tài sản cố định, chi phí đầu tư nguồn nhân lực, giá bán sản phẩm trung bình và tình hình thị trường có ảnh hưởng như thế nào tới doanh thu của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định. Kết quả hồi quy mô hình OLS được thể hiện trong bảng 2.21 dưới đây:

Bảng 2.21: Kết quả hồi quy OLS cho doanh thu của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định

Biến số	Hệ số hồi quy	Độ lệch chuẩn	t	$P > t $
CPQC	55,64405	26,49131	2,10	0,043
CPTS	5,728666	1,515271	3,78	0,001
CPNL	13,34157	4,51249	2,96	0,006
GBSP	-74033,48	195902	-0,38	0,708
THTT	630789,4	561269,6	1,12	0,269
Số quan sát				40
F-test				0,000
R-squared				0,8953

(Nguồn: Tính toán từ dữ liệu thu thập được trên phần mềm Stata)

Với hệ số xác định R^2 của mô hình hồi quy có giá trị là 0,8953, điều này có nghĩa là 5 biến độc lập đưa vào mô hình có thể giải thích được 89,53% cho sự thay đổi của biến phụ thuộc là doanh thu. Giá trị F có ý nghĩa (sig F = 0,000) cho thấy rằng mô hình có ít nhất một biến trong các biến đưa vào mô hình có tác động đến doanh thu của công ty

Kết quả mô hình hồi quy cho thấy, hệ số hồi quy của ba biến chi phí quảng cáo, chi phí đầu tư tài sản cố định và chi phí đầu tư nguồn nhân lực đều mang dấu dương và có

ý nghĩa thống kê ở mức 5%. Điều này chứng minh rằng, cả ba biến trên đều tác động đến doanh thu của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định và có xu hướng làm tăng doanh thu của công ty nếu tăng chi phí quảng cáo, chi phí đầu tư tài sản cố định và chi phí đầu tư nguồn nhân lực. Cụ thể, khi tăng chi phí quảng cáo lên 1 đơn vị thì doanh thu tăng 55,644 đơn vị. Khi tăng chi phí đầu tư tài sản cố định thêm 1 đơn vị thì doanh thu tăng 5,728 đơn vị. Tương tự, khi chi phí đầu tư nguồn nhân lực tăng thêm 1 đơn vị thì doanh thu tăng 13,341 đơn vị. Do đó, công ty muốn tăng doanh thu có thể tăng chi phí quảng cáo, chi phí đầu tư tài sản cố định và chi phí đầu tư nguồn nhân lực. Kết quả hồi quy cũng cho thấy hai biến còn lại là giá bán sản phẩm trung bình và tình hình thị trường thì hệ số hồi quy không có ý nghĩa thống kê. Tức là nghiên cứu không tìm thấy bằng chứng để kết luận hai biến này có tác động đến doanh thu của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định.

2.4.3.3. Kết quả kiểm định khuyết tật

❖ Đa cộng tuyến

Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng hệ số phóng đại phương sai (Variance Inflation Factor – VIF) để kiểm tra hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình hồi quy. Kết quả cho thấy, tất cả hệ số VIF của các biến trong mô hình đều nhỏ hơn 10, vì vậy có thể kết luận rằng không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình tác động của các nhân tố đến doanh thu của công ty.

Bảng 2.22: Hệ số VIF của các biến trong mô hình tác động của các yếu tố đến doanh thu của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định

Variable	VIF	1/VIF
CPQC	6,65	0,150455
CPTS	5,15	0,194291
GBSP	4,79	0,208769
CPNL	3,90	0,256381
THTT	1,70	0,587746
Mean VIF	4,44	

(Nguồn: Kiểm định VIF từ mẫu dữ liệu nghiên cứu)

❖ Phương sai thay đổi

Nghiên cứu này sử dụng kiểm định Breusch - Pagan trong Stata để kiểm tra hiện tượng phương sai sai số thay đổi trong mô hình hồi quy với cặp giả thuyết:

H_0 : Mô hình không xảy ra hiện tượng phương sai sai số thay đổi.

H_1 : Mô hình xảy ra hiện tượng phương sai sai số thay đổi.

Kết quả kiểm định Breusch – Pagan của mô hình các yếu tố tác động đến doanh thu của công ty được trình bày như sau:

$$\text{Chi2}(1) = 7,12$$

$$\text{Prob} > \text{chi2} = 0,0076$$

(Nguồn: Kiểm định Breusch – Pagan từ mẫu dữ liệu nghiên cứu)

Kết quả kiểm định cho thấy P-value = 0,0076 < 0,05 (mức ý nghĩa 5%). Do đó, chúng tôi phải bác bỏ giả thuyết H_0 và chấp nhận giả thuyết H_1 rằng: Mô hình xảy ra hiện tượng phương sai sai số thay đổi. Vì vậy, để khắc phục thì tác giả sử dụng tùy chọn Robust trong lệnh hồi quy để khắc phục phương sai sai số thay đổi trong mô hình. Do vậy kết quả hồi quy là đáng tin cậy.

❖ Tự tương quan

Nghiên cứu này sử dụng kiểm định Breusch- Bgodyfrey để kiểm tra hiện tượng tự tương quan trong mô hình hồi quy với cặp giả thuyết:

H_0 : Mô hình không xảy ra hiện tượng tự tương quan.

H_1 : Mô hình xảy ra hiện tượng tự tương quan.

Kết quả kiểm định Breusch – Bgodyfrey của mô hình các yếu tố tác động đến doanh thu của công ty được trình bày như sau:

Bảng 2.23. Kết quả kiểm định tự tương quan của các biến trong mô hình

Lags (p)	Chi2	df	Prob > Chi2
1	0,353	1	0,5525

(Nguồn: Kiểm định Breusch – Bgodyfrey từ mẫu dữ liệu nghiên cứu)

Kết quả kiểm định cho thấy P-value = 0,5525 > 0,05 (mức ý nghĩa 5%). Do đó, chúng tôi phải bác bỏ giả thuyết H_1 và chấp nhận giả thuyết H_0 rằng: Mô hình không xảy ra hiện tượng tự tương quan.

2.4.4. Kết luận

Sử dụng phương pháp phân tích định lượng thông qua việc thực hiện hồi quy mô hình OLS để phân tích dữ liệu thu thập được từ Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định trong vòng 10 năm. Nghiên cứu đã hoàn thành được các mục tiêu ban đầu đề ra là kiểm tra tác động của các yếu tố đến doanh thu tại công ty, đặc biệt là mối quan hệ giữa chi phí quảng cáo và doanh thu của công ty. Việc nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến doanh thu của công ty là rất cần thiết để giúp cho công ty tăng trưởng một

cách liên tục, bền vững trong kinh doanh. Kết quả của nghiên cứu này sẽ giúp cho quá trình ra quyết định đầu tư của chủ doanh nghiệp một cách chính xác, đạt hiệu quả hơn.

Cụ thể nghiên cứu này đã xem xét các yếu tố tác động đến doanh thu tại công ty. Những yếu tố này là chi phí quảng cáo, chi phí đầu tư tài sản cố định, chi phí đầu tư nguồn nhân lực, giá bán sản phẩm trung bình, tình hình thị trường. Kết quả ước lượng mô hình cho thấy 3 trong 5 biến đưa vào mô hình có tác động tích cực đến doanh thu của công ty. Cụ thể, chi phí quảng cáo, chi phí đầu tư tài sản cố định và chi phí đầu tư nguồn nhân lực đều làm tăng doanh thu. Trong đó, chi phí đầu tư tài sản cố định là yếu tố tác động mạnh nhất đến doanh thu. Một công ty có hệ thống máy móc thiết bị hiện đại, cơ sở hạ tầng phát triển đồng bộ sẽ làm tăng năng suất lao động cả về mặt lượng và mặt chất, đem lại doanh thu cho công ty. Tương tự, chất lượng nguồn nhân lực cũng là một nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến doanh thu của công ty. Một đội ngũ lao động với trình độ tay nghề cao, kinh nghiệm dồi dào và có khức khỏe sẽ là thế mạnh để công ty phát triển một cách bền vững. Ngoài ra, chi phí quảng cáo cũng là một yếu tố ảnh hưởng đến doanh thu của công ty. Quảng cáo có vai trò là cầu nối trung gian giữa hoạt động của doanh nghiệp và thị trường, đảm bảo cho hoạt động của doanh nghiệp hướng đến thị trường, lấy thị trường làm mục tiêu kinh doanh. Hay nói cách khác, quảng cáo có nhiệm vụ tạo ra khách hàng cho doanh nghiệp, từ đó góp phần gia tăng cơ hội đưa sản phẩm của mình đến với người tiêu dùng nhiều hơn. Một chiến lược quảng cáo tốt và bằng việc áp dụng hợp lý ngân sách, nguồn lực cho quảng cáo, doanh nghiệp có thể nâng cao khả năng cạnh tranh. Từ đó có thể đem lại những lợi ích, cơ hội về mặt tài chính cho doanh nghiệp. Cụ thể là sẽ giúp tăng doanh thu và đem lại lợi nhuận cao cho doanh nghiệp.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP ĐẦU TƯ NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THỦY SẢN BÌNH ĐỊNH

3.1. Định hướng phát triển của Công ty cổ phần thủy sản Bình Định

Là một công ty có bề dày kinh nghiệm trong hoạt động kinh doanh, trải qua quá trình hơn 22 năm hình thành và phát triển, công ty đã xây dựng được vị trí, thương hiệu của mình trong ngành xuất nhập khẩu thủy sản tại thị trường trong tỉnh và cả nước. Để tiếp tục phát triển lớn mạnh và quảng bá thương hiệu của mình đến rộng rãi người tiêu dùng hơn, Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định đã đề ra định hướng sẽ tiếp tục mở rộng thêm nhiều chi nhánh ở các tỉnh lân cận như Quảng Nam, Quảng Ngãi, Phú Yên, Khánh Hòa, ... để tổ chức các điểm nuôi trồng thủy hải sản nhằm đáp ứng đủ sản lượng cho xuất khẩu.

Về mặt nhân sự, công ty dự định sẽ tuyển thêm 1000 lao động cho các chi nhánh khác nhau, nhằm đáp ứng được số lượng lao động cho việc nuôi trồng và chế biến thủy hải sản xuất khẩu. Việc tuyển dụng lượng lớn lao động không chỉ giúp công ty phát triển hơn mà còn giúp giải quyết vấn đề thất nghiệp cho người lao động nước ta. Cùng với việc bổ sung lực lượng lao động thì việc đào tạo chất lượng, nâng cao tay nghề cho công nhân là vấn đề được công ty đặc biệt quan tâm và chú trọng. Trong thời gian tới, công ty có dự định sẽ mời đội ngũ chuyên gia trong và ngoài nước đến làm việc cũng như đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn cho cán bộ công nhân viên trong công ty. Chính nhờ những đội ngũ chuyên gia sẽ giúp đội ngũ nhân viên biết được mình thiếu sót ở khâu nào, nên cải thiện vấn đề gì để giúp cho công nhân lành nghề hơn trong quá trình chế biến thủy hải sản xuất khẩu. Ngoài ra, công ty sẽ chú tâm hơn trong chế độ chính sách cho người lao động để họ thật sự an tâm công tác, gắn bó với công ty hơn như: hằng năm đều xem xét tăng và thưởng lương cho người lao động, có chế độ thăm hỏi hỗ trợ cho công nhân, tổ chức các hoạt động ăn uống, vui chơi trong những dịp lễ, ... cho cán bộ, công nhân viên trong công ty.

Về tài chính kế toán, công ty đẩy mạnh hoạt động thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài giúp nâng cao vốn điều lệ của công ty lên. Công ty có được nguồn vốn góp sẽ đầu tư nâng cao cơ sở hạ tầng, mua sắm máy móc, thiết bị, phương tiện vận chuyển, lắp đặt dây chuyền công nghệ hiện đại, ... Điều này giúp đẩy nhanh hiệu quả sản xuất kinh doanh, nâng cao chất lượng sản phẩm, giảm giá thành sản phẩm xuất khẩu, giúp nâng cao khả năng cạnh tranh của công ty trên thị trường.

Về nguồn nguyên liệu, nguyên liệu chính của công ty là các loại thủy hải sản tươi sống được thu mua từ ngư dân đánh bắt. Vì vậy nguồn cung cấp nguyên liệu phân tán

nhỏ lẻ và không ổn định do phụ thuộc vào vụ mùa đánh bắt. Chính vì thế, trong thời gian tới, công ty sẽ đẩy mạnh công tác tìm kiếm nguồn cung nguyên vật liệu dồi dào, đồng thời công ty cũng đẩy mạnh quy hoạch và đầu tư các vùng nuôi thủy sản tập trung, quy mô lớn với công nghệ tiên tiến theo mô hình sinh thái bền vững để đáp ứng đủ nguồn nguyên liệu cho nhu cầu sản xuất cũng như xuất khẩu hàng hóa của công ty.

Về thị trường tiêu thụ, EU, Mỹ chính là thị trường tiêu thụ sản phẩm chính của công ty với sản lượng xuất khẩu luôn chiếm tỷ trọng cao nhất. Tuy nhiên trong những năm tới, công ty sẽ tìm hướng đi mới cho mình, cụ thể là tiến hành hợp tác với các thị trường tiềm năng như Trung Đông, châu Phi,... để đẩy mạnh tiêu thụ. Bởi đây là hai khu vực có nhu cầu lớn về hàng hóa, đặc biệt là hàng nông thủy sản, do điều kiện thời tiết khắc nghiệt nên con người ở đây không có điều kiện nuôi trồng thủy sản để đáp ứng cho nhu cầu trong nước. Đồng thời, công ty sẽ liên kết với nhiều hãng tàu trong và ngoài nước để giảm chi phí vận chuyển. Chi phí vận chuyển giảm làm cho giá thành sản phẩm giảm, từ đó có thể đáp ứng được yêu cầu của khách hàng về sản phẩm với giá thành rẻ mà chất lượng lại cao.

Đặc biệt, công ty đã và đang lên kế hoạch đào tạo một đội ngũ marketing giúp quảng bá hình ảnh cũng như giới thiệu các loại sản phẩm của công ty ra thị trường trong nước và thế giới. Công ty chú trọng trong việc đổi mới và hoàn thiện hệ thống thông tin quản lý giúp quảng bá các sản phẩm trên trang web của công ty. Đó là những định hướng trong những năm tới của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định.

3.2. Các giải pháp đầu tư nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định

Theo cơ sở lý luận hiệu quả kinh doanh là một phạm trù có khả năng phản ánh được cách mà doanh nghiệp đang sử dụng nguồn lực để đạt được kết quả cao nhất trong kinh doanh với chi phí thấp nhất. Vì vậy, để đầu tư nâng cao hiệu quả kinh doanh thì các doanh nghiệp cần phải tối đa hóa đầu ra như tăng doanh thu, tăng lợi nhuận, tăng sản lượng tiêu thụ,... và tối thiểu hóa đầu vào như giảm giá vốn, giảm các chi phí,... Căn cứ vào định hướng phát triển của công ty trong thời gian tới, căn cứ vào tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh và căn cứ vào lý luận của chuyên đề này, em xin đưa ra một số giải pháp đầu tư nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định.

3.2.1. Huy động vốn đầu tư

Để có đủ nguồn lực tài chính trong việc đầu tư giúp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh thì vốn luôn là yếu tố đầu tiên và quan trọng mà mỗi công ty cần phải có.

Và để có đủ nguồn vốn tiến hành được các hoạt động kinh doanh này thì công ty cần đưa ra chính sách huy động vốn một cách cụ thể, linh hoạt, đa dạng hóa các hình thức huy động vốn. Cụ thể:

+ Công ty cần tiếp tục tận dụng những nguồn vốn cho vay ngắn hạn và dài hạn, công ty cần siết chặt mối quan hệ lâu dài và uy tín với các hệ thống ngân hàng như Ngân hàng Ngoại thương (Vietcombank), Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV),...

+ Huy động vốn từ nhà đầu tư nước ngoài: tăng cường liên doanh liên kết với các nhà đầu tư tiềm năng nước ngoài để mở rộng sản xuất kinh doanh cũng như thực hiện các dự án đầu tư.

+ Công ty có thể sử dụng đến kênh cho thuê tài chính để huy động vốn đầu tư. Cho thuê tài chính là một trong những phương thức huy động vốn trung – dài hạn để đầu tư máy móc thiết bị cho công ty. Đây là kênh giúp công ty vượt qua các rào cản tiếp cận vốn, mang lại những lợi ích vượt trội cho công ty so với kênh tín dụng truyền thống cũng như các kênh khác.

+ Công ty cần thực hiện các công tác chuẩn bị cho việc niêm yết trên thị trường chứng khoán. Đây sẽ là một biện pháp tối ưu, thu hút vốn hiệu quả cho sự phát triển của công ty trong thời gian tới.

+ Ngoài ra công ty có thể huy động vốn từ các nhà đầu tư cá nhân thông qua các trang web (hay còn gọi là huy động vốn đầu tư cộng đồng) bằng cách trình bày kế hoạch hoặc các đoạn video ngắn về dự án của mình nhằm thu hút nhà đầu tư góp vốn. Cách thức huy động này có nhược điểm là dễ làm lộ ý tưởng kinh doanh dẫn đến bị đối thủ cạnh tranh bắt chước, chính sách chia sẻ lợi ích phức tạp do có nhiều đối tượng góp vốn.

Nhìn chung dù huy động vốn đầu tư theo kênh hay hình thức nào thì công ty cũng đều phải đối mặt với nhiều rủi ro. Vì vậy để hoạt động huy động vốn có hiệu quả công ty cần có phương án kinh doanh cụ thể, đồng thời các nhà quản lý cũng cần phải đánh giá được giá trị của công ty mình, chi phí huy động vốn có thể phát sinh, chuyên môn của đội ngũ nhân sự để cung cấp được các báo cáo hoặc thông tin theo yêu cầu từ nhà đầu tư bên ngoài. Ngoài ra công ty cũng cần sự tư vấn từ các chuyên gia để hỗ trợ về các vấn đề thủ tục pháp lý, soát xét và định giá để giảm thiểu rủi ro từ việc huy động vốn đầu tư.

3.2.2. Xây dựng chiến lược kinh doanh

Chiến lược kinh doanh của một công ty đều có tính chất dài hạn, bao gồm những định hướng, phương pháp cũng như cách thức kinh doanh được xác định từ khi bắt đầu. Để có chiến lược và kế hoạch kinh doanh đúng đắn trong việc nâng cao hiệu quả

sản xuất kinh doanh thì trước tiên công ty cần định hình được hướng đi mà mình cần hướng tới trong tương lai, chỉ ra các mục tiêu mà công ty cần phải thực hiện để đạt được mục tiêu chung đã đề ra. Khi đã có chiến lược, kế hoạch kinh doanh cụ thể thì công ty sẽ tận dụng tối đa và phân bổ hợp lý các nguồn lực để sản xuất kinh doanh, như vậy sẽ làm tăng hiệu quả hoạt động của công ty. Tuy nhiên các chiến lược và kế hoạch kinh doanh này cần phù hợp với nhu cầu thị trường, phù hợp với tình hình tài chính và mục tiêu phát triển của doanh nghiệp. Một chiến lược kinh doanh đúng đắn, khôn ngoan sẽ tạo ra được sức cạnh tranh lớn trên thị trường, mang lại doanh thu cao và sự phát triển bền vững của cả hệ thống kinh doanh. Và để có được một chiến lược kinh doanh hiệu quả, công ty cần tổ chức xem xét lại hoạt động sản xuất kinh doanh trong những năm trước, kiểm tra số lượng các mặt hàng thủy sản đã được tiêu thụ trong các năm gần nhất, mặt hàng nào bán chạy nhất và thị trường nào đem lại doanh thu cao nhất. Từ cơ sở đó công ty có thể dễ dàng hoạch định chiến lược kinh doanh cho những năm tiếp theo một cách hiệu quả hơn. Là một công ty lớn trong lĩnh vực xuất khẩu thủy sản của tỉnh, chuyên hợp tác với các khách hàng tại các thị trường lớn trên thế giới như EU, Mỹ,... nên Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định vẫn luôn chú trọng đầu tư cho công tác xây dựng chiến lược kinh doanh để thích ứng với những biến động của thị trường, đồng thời nâng cao khả năng cạnh tranh của công ty so với các đối thủ. Và để chiến lược kinh doanh của công ty ngày càng tốt hơn, hiệu quả hơn thì công ty cần đào tạo thêm kỹ năng, kiến thức chuyên môn cho các cán bộ thuộc bộ phận phân tích kinh doanh, đồng thời công ty cần thuê các chuyên gia có kinh nghiệm trong lĩnh vực phân tích, nghiên cứu thị trường để cùng nhau hợp tác trong việc xây dựng một chiến lược kinh doanh được tính toán tỉ mỉ, chi tiết và phù hợp với từng phân khúc thị trường góp phần mang lại hiệu quả kinh tế lớn cho công ty.

3.2.3. Khắc phục các rào cản thương mại

Rào cản thương mại tạo ra những cơ hội và thách thức mà một công ty, doanh nghiệp cần phải đối mặt khi bước chân vào thị trường cả trong và ngoài nước. Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định là một công ty chuyên xuất nhập khẩu các loại thủy hải sản, nên rào cản thương mại cũng là một nhân tố quan trọng gây ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của công ty. Và công ty hoàn toàn có thể vượt qua rào cản thương mại thành công khi có sự chuẩn bị bài bản về các phương án kinh doanh song phương, đa phương với các đơn vị phân phối tại thị trường nội địa và quốc tế. Ngoài ra công ty nên tận dụng tối đa những cơ hội, lợi thế và hạn chế những thách thức tiềm ẩn. Chẳng hạn như rủi ro thay đổi chính sách, các biện pháp bảo hộ của nước có đối tác đang hoạt động. Bên cạnh đó, thông tin thị trường, mở rộng quy mô,... cũng là những chủ đề mà công ty cần hết sức lưu tâm. Đồng thời, trước khi xuất nhập khẩu các mặt hàng thủy

sản sang các nước khác, công ty cần hiểu rõ các quy định hoặc chế tài mà Chính phủ áp dụng với những hoạt động thương mại này. Sau đó, công ty cần chủ động kiểm tra các quy định liên quan đến thuế quan, giấy phép,... để đảm bảo không vi phạm pháp luật. Điều này góp phần giúp cho hàng hóa của công ty có thể dễ dàng lưu thông, tránh tình trạng tồn đọng lâu gây ảnh hưởng đến chất lượng hàng hóa, cũng như ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của công ty.

3.2.4. *Đẩy mạnh áp dụng tiêu chuẩn kỹ thuật.*

Tiêu chuẩn kỹ thuật là điều kiện bắt buộc để công ty có thể xuất khẩu được hay không. Để công ty có thể dễ dàng xuất khẩu ra thị trường nước ngoài cũng như đáp ứng tiêu chuẩn của thị trường nước ngoài, góp phần tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh, công ty cần đẩy mạnh áp dụng nhiều hơn nữa các tiêu chuẩn kỹ thuật trong nuôi trồng, chế biến thủy hải sản. Một trong những tiêu chuẩn khi nhắc đến thủy sản là ISO 22000. Đây là tiêu chuẩn quốc tế áp dụng cho các tổ chức nằm trong chuỗi thực phẩm. Công ty nên đẩy mạnh áp dụng tiêu chuẩn này vì đây chứa đựng các biện pháp ngăn ngừa, bảo đảm chất lượng theo truyền thống cộng thêm các biện pháp ngăn ngừa an toàn thực phẩm. Áp dụng ISO 22000 sẽ giúp công ty:

Thứ nhất, thiết lập và cải tiến các quá trình nội bộ để cung cấp thực phẩm an toàn thích hợp.

Thứ hai, cung cấp lòng tin cho khách hàng và các bên quan tâm khác (thông qua quá trình chứng nhận ISO 22000 cho rằng công ty có khả năng kiểm soát các mối nguy an toàn thực phẩm và cung cấp các sản phẩm an toàn).

Thứ ba, cung cấp các phương pháp cải tiến thường xuyên giúp đảm bảo rằng hệ thống quản lý an toàn thực phẩm được xem xét và cập nhật sao cho tất cả các hoạt động có liên quan đến an toàn thực phẩm liên tục được tối ưu hóa và hiệu quả.

Tóm lại, công ty nên đẩy mạnh triển khai việc thực hiện ISO 22000 để giúp nâng cao quản lý; đảm bảo chất lượng, độ tin cậy và an toàn; giảm chi phí từ việc thu hồi hoặc hủy bỏ sản phẩm không đủ tiêu chuẩn chất lượng; kiểm soát mối nguy an toàn thực phẩm hiệu quả hơn; phát triển hệ thống quản lý an toàn thực phẩm.

2.3.5. *Đầu tư khoa học công nghệ - máy móc thiết bị.*

Với sự bùng nổ của cách mạng công nghệ hiện nay, thì đổi mới công nghệ là vấn đề tất yếu quyết định sự tồn tại và phát triển của công ty. Nếu cứ bám lấy phương pháp sản xuất lạc hậu, trang thiết bị công nghệ cũ kỹ, trình độ quản lý yếu kém thì tất yếu dẫn đến phá sản. Ngoài ra mục đích của các nhà đầu tư hay các doanh nghiệp muốn bỏ vốn hợp tác liên doanh đều là tìm kiếm lợi nhuận cao nên họ sẽ rất quan ngại khi công nghệ, kỹ thuật sản xuất của đối tượng hợp tác vẫn còn lạc hậu, thô sơ, năng suất sản

xuất chưa cao, chưa tạo ra được sản phẩm chất lượng, gây ảnh hưởng đến khả năng kiếm lời của họ. Vì vậy đầu tư đổi mới công nghệ rất quan trọng góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Và muốn làm được điều đó, các công ty trong ngành thủy sản cần kết hợp với Nhà nước để đổi mới một cách đồng bộ. Tăng cường trang thiết bị và phương tiện bảo quản trên các tàu cá là bước đi đầu tiên. Đồng thời cần đầu tư xây dựng, mở rộng cơ sở sản xuất chế biến thủy sản, đổi mới công nghệ, kỹ thuật trên cơ sở tính toán kỹ càng để đạt hiệu quả kinh tế. Trong những năm trở lại đây, Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định đã từng bước đổi mới công nghệ, áp dụng các kỹ thuật sản xuất tiên tiến vào khâu quản lý và trong quy trình sản xuất, thu được những thành tựu nhất định.

Ngoài đổi mới khoa học công nghệ thì công ty cũng cần chú trọng trong công tác mua sắm lắp đặt các máy móc thiết bị phục vụ sản xuất kinh doanh. Máy móc thiết bị là yếu tố quan trọng quyết định đến sự tồn tại và phát triển của một công ty, doanh nghiệp. Đầu tư đổi mới máy móc thiết bị hiện đại nhằm nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm là công việc thường xuyên và lâu dài của mỗi doanh nghiệp. Đây cũng là nhiệm vụ cấp bách mà tất cả các ngành công nghiệp chế biến thủy hải sản cần phải thực hiện trong bối cảnh hội nhập kinh tế như hiện nay. Trong quy trình chế biến hàng hóa trước khi xuất khẩu của Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định có 16 công đoạn. Đây là một quy trình khá dài nhưng tất cả đều được làm thủ công do đó rất tốn lao động, hiệu suất cũng chưa cao. Do đó, công ty cần tích cực sử dụng các nguồn vốn hiện có để đầu tư mua sắm thêm các loại máy móc thiết bị mới sao cho giá cả phù hợp với khả năng tài chính của công ty và bố trí lại cách thức, quy trình tổ chức sản xuất kinh doanh một cách có hệ thống để sản xuất - kinh doanh đạt lợi nhuận cao. Ngoài ra, công ty cũng nên đầu tư cho nâng cao chất lượng công tác duy trì, bảo trì, bảo dưỡng máy móc thiết bị cũng như các tài sản cố định khác nhằm tăng tuổi thọ, độ tin cậy của máy móc thiết bị, đảm bảo chất lượng hoạt động, hạn chế đến mức thấp nhất những gián đoạn trong quá trình sản xuất làm giảm chất lượng sản phẩm, ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của công ty.

3.2.6. Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng sản xuất

Cơ sở hạ tầng sản xuất đóng vai trò đặc biệt quan trọng đối với sự phát triển của một công ty, doanh nghiệp. Một hệ thống kết cấu hạ tầng phát triển đồng bộ, hiện đại sẽ góp phần nâng cao năng suất từ đó dẫn đến nâng cao hiệu quả kinh doanh. Nhận thấy tầm quan trọng đó, nên công tác đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng sản xuất luôn là mục tiêu được các doanh nghiệp quan tâm và chú trọng. Mọi doanh nghiệp kinh doanh phát triển tốt tới thời điểm nhất định đều sẽ mở rộng cơ sở hạ tầng sản xuất. Tuy nhiên, để thực hiện được việc này là điều không thực sự dễ dàng đối với các

doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp ở quy mô nhỏ. Vì vậy vấn đề này cần được tính toán tỉ mỉ và lên kế hoạch đầu tư bài bản để tránh tình trạng đầu tư giàn trải hay đầu tư mà không đem lại hiệu quả kinh tế cho doanh nghiệp.

Kể từ khi thành lập đến nay, Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định đã không ngừng phát triển và từng bước mở rộng quy mô sản xuất cũng như nâng cấp cơ sở hạ tầng tại công ty ngày càng hoàn thiện hơn. Và để cải tiến chất lượng sản phẩm ngày càng tốt hơn, giảm giá thành, tăng khả năng cạnh tranh so với các doanh nghiệp cùng ngành, công ty nên mạnh dạn chủ trương đầu tư thêm cơ sở hạ tầng phục vụ sản xuất như:

- + Xây dựng thêm hệ thống kho lạnh để tăng sức chứa hàng hóa.
- + Đầu tư mua thêm phương tiện vận chuyển hàng hóa.
- + Trang bị thêm kho vật tư.
- + Xây dựng thêm một số văn phòng công ty, đặc biệt là cho bộ phận marketing.

3.2.7. Đầu tư cho công tác thu mua và sử dụng nguyên vật liệu

Nguyên vật liệu đầu vào luôn là một bài toán khó cho công ty. Hiện nay, tình hình nguyên liệu thủy sản ở các tỉnh thành trong nước cũng như thị trường nước ngoài ngày càng hạn hẹp do khai thác quá mức. Cùng với đó là do ảnh hưởng của yếu tố thời tiết, mùa vụ làm cho biến động nguồn nguyên vật liệu nhập vào công ty. Do vậy, để đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản ra thị trường thế giới và đảm bảo được nguyên liệu đầu vào ổn định từ giá thành đến chất lượng thì công ty cần có sự phối từ tất cả các khâu, từ khâu thu mua đến khâu sản xuất.

Khâu thu mua: công ty cần tổ chức mạng lưới thu mua chặt chẽ, đa dạng hóa thu mua qua nhiều vựa khác nhau để tránh bị động khi thiếu nguyên liệu. Đồng thời, công ty cần chủ động tìm những nguồn mua nguyên liệu ổn định và mua với số lượng lớn. Và khi mua với một số lượng lớn thì công ty vừa được hưởng giá ưu đãi, hoa hồng vừa giảm được chi phí vận chuyển rất nhiều. Điều này giúp công ty tiết kiệm được một khoản chi phí nguyên vật liệu để nâng cao hiệu quả kinh doanh hơn.

Khâu bảo quản: Đối với nguyên liệu đòi hỏi độ tươi sống cao nên phải bảo quản sao cho phù hợp để nguyên liệu đạt chất lượng và đảm bảo độ tươi sống của chúng, nhất là tôm, cá. Đồng thời công ty nên tránh tình trạng bảo quản nguyên liệu quá lâu và tốt nhất thì bộ phận thu mua của công ty cần linh động trong việc vận chuyển nhanh chóng nguyên liệu mua về đến phân xưởng chế biến ngay để tiết kiệm được chi phí bảo quản và hạn chế tối đa sự hư hỏng, hao hụt nguyên vật liệu. Ngoài ra để đảm bảo được độ tươi sống của nguyên liệu trong thời gian chờ gia công chế biến khi đã về xưởng, công ty nên đầu tư thêm thiết bị sản xuất đá tuyết, thiết bị này phục vụ việc bảo quản thủy sản với kết cấu gọn nhẹ, công suất lớn, đá tuyết có dạng tinh thể nên tiếp

xúc với sản phẩm được tốt hơn đá vôi và đá vẩy mã vẫn đảm bảo được vệ sinh an toàn thực phẩm cho người tiêu dùng.

Khâu sản xuất: công ty cần tạo môi trường làm việc thoải mái cho công nhân, phát động phong trào thi đua tiết kiệm nguyên liệu, thường xuyên đổi mới các công cụ, dụng cụ để đảm bảo sự ổn định về kích thước, khối lượng,... của sản phẩm chế biến. Đồng thời công ty nên áp dụng các máy móc hiện đại vào quá trình sản xuất để sản phẩm sản xuất ra đạt chất lượng, hạn chế các phế phẩm gây ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh.

3.2.8. Đầu tư nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Nguồn lao động vừa là nhân tố để thu hút, vừa là nhân tố sử dụng có hiệu quả các nguồn vốn. Để tối đa hóa lợi nhuận, các nhà đầu tư thường nhằm vào các lợi thế của công ty là nguồn nhân lực chất lượng với trình độ tay nghề cao, tác phong làm việc chuyên nghiệp và có thể lực tốt. Trình độ lao động cũng là một thước đo phản ánh khả năng hoạt động của một công ty trong mắt các nhà đầu tư. Trình độ lao động phù hợp với yêu cầu, có dày dặn kinh nghiệm trong ngành sẽ tạo ra năng suất lao động cao, làm giảm thời gian lao động hao phí giúp tiết kiệm chi phí sản xuất, đem lại hiệu quả kinh doanh cho công ty cũng như đem đến lợi nhuận cho nhà đầu tư. Vì vậy để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thì công ty cần bỏ vốn để đào tạo mới và đào tạo lại đội ngũ cán bộ quản lý, cán bộ kỹ thuật bằng cách mở các khóa tập huấn, mời chuyên gia giảng dạy hoặc gửi đi nước ngoài để học tập, nghiên cứu để bồi dưỡng thêm kiến thức, trình độ chuyên môn cao hơn cho nhân viên, nhất là khi áp dụng các phần mềm ứng dụng, máy móc, công nghệ mới vào. Xây dựng đội ngũ cán bộ thị trường năng động, có trình độ ngoại ngữ và tinh thông về nghiệp vụ xuất nhập khẩu. Còn đối với công nhân, có thể trực tiếp đào tạo trong nước, nâng cao tay nghề cho họ nhằm phục vụ tốt nhất trong quá trình chế biến sản xuất thủy sản tại công ty. Ngoài ra, trong quá trình tuyển dụng thêm nguồn nhân lực cho công ty, yêu cầu cấp thiết là phải có trình độ trung cấp hay cao đẳng trở lên, có khả năng tiếp thu tốt và kinh nghiệm dồi dào. Lực lượng lao động có tay nghề cao sẽ làm tăng hiệu quả và tăng năng suất cao hơn, giảm các chi phí không cần thiết, mang lại giá trị kinh tế cho công ty. Ngoài nâng cao kiến thức chuyên môn, thì công ty cũng cần phải chú trọng đến nâng cao thể lực cho nguồn nhân lực. Cụ thể là tăng cường đầu tư cơ sở vật chất, thiết bị y tế đáp ứng yêu cầu về công tác bảo vệ, chăm sóc sức khỏe cho người lao động. Bởi một đội ngũ lao động khỏe cũng phần nào thể hiện được sự phát triển của một công ty. Như vậy, qua đó có thể thấy được tầm quan trọng của việc nâng cao năng lực về các mặt của đội ngũ người lao động, quản lý trong việc thu hút vốn cho hoạt động sản xuất kinh doanh cũng như đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty.

3.2.9. Đầu tư hoạt động marketing

Marketing là một lĩnh vực chức năng, trong đó các mục tiêu chiến lược và chương trình luôn phải thích ứng với những thay đổi nhanh chóng của thị trường. Marketing ngoài việc quảng bá sản phẩm dịch vụ của công ty đến người tiêu dùng, thúc đẩy hoạt động tiêu thụ sản phẩm thì tầm quan trọng của nó còn được khẳng định trong việc tạo dựng mối quan hệ giữa công ty với các đối tác kinh doanh. Thực tế thời gian qua, Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định chưa chú trọng đến hoạt động marketing. Hiện tại công ty chưa có bộ phận marketing riêng, đa số các hoạt động quảng bá thương hiệu, sản phẩm vẫn do phòng kinh doanh đảm nhận, điều này gây không ít khó khăn cho nhân viên của phòng. Do đó, công ty nên đầu tư xây dựng thêm phòng marketing với đội ngũ nhân viên có năng lực, trách nhiệm với công việc. Công ty nên chuyển những cán bộ trước đây chuyên hoạt động marketing tại phòng kinh doanh, tiến hành bỏ vốn để thực hiện hoạt động đào tạo nghiệp vụ cho họ để họ có thể hoàn thành được nhiệm vụ, chức năng được giao một cách tốt nhất. Chức năng của bộ phận marketing sau khi thành lập là nghiên cứu, tìm hiểu thị hiếu người tiêu dùng và tìm kiếm thị trường tiêu thụ sản phẩm. Theo các kết quả phân tích thì Trung Đông và châu Phi là 2 thị trường mục tiêu lớn mà công ty cần phải hướng đến sau Mỹ và EU. Đồng thời, thông qua kết quả mô hình hồi quy OLS cho thấy khi tăng đầu tư cho chi phí quảng cáo thì doanh thu của công ty cũng tăng lên nên công ty cần tăng chi phí cho hoạt động quảng cáo tại đơn vị. Cụ thể, công ty nên tổ chức tiếp thị qua mạng internet, tìm kiếm khách hàng thông qua các trang web, thực hiện CD quảng cáo, chuyên nghiệp hóa các khâu báo giá chào hàng. Tăng thêm chi phí cho hoạt động marketing để tham dự các buổi triển lãm quốc tế hay tham gia các hội chợ thủy sản quốc tế hàng năm: Vietfish – Việt Nam, Boston – Mỹ, Brussel – Bỉ,... để trực tiếp gặp gỡ các đối tác kinh doanh và đẩy mạnh quảng bá thông tin sản phẩm đến khách hàng. Mặt khác, công ty cũng cần trích một khoản vốn cho đầu tư phát triển sản phẩm. Cụ thể hiện nay Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định chủ yếu xuất khẩu các mặt hàng thủy sản đông lạnh đã qua sơ chế. Trong đó cá ngừ đại dương luôn là mặt hàng xuất khẩu chủ yếu, đem lại nguồn thu lớn cho công ty. Chính vì vậy, công ty nên đẩy mạnh chế biến, đa dạng hóa nhiều chủng loại sản phẩm, xuất khẩu các mặt hàng có giá trị gia tăng cao như tôm hùm, bạch tuột, các loại nhuyễn thể,... để tạo được nhiều sự lựa chọn hơn cho khách hàng. Đồng thời công ty cũng nên chú trọng khâu thiết kế bao bì, nhãn mác cho các sản phẩm. Bao bì phải được thiết kế một cách hiện đại, phù hợp với kết cấu sản phẩm và thị hiếu người tiêu dùng, các thông tin về sản phẩm cần được phân bố một cách hợp lý, đầy đủ trên bao bì để làm tăng thêm tính nhận diện cho thương hiệu của công ty.

KẾT LUẬN

Với nền kinh tế thị trường ngày càng phát triển và cạnh tranh gay gắt như hiện nay thì đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh thực sự là một vấn đề hết sức quan trọng, mang ý nghĩa sống còn đối với BIDIFISCO nói riêng và tất cả các doanh nghiệp nói chung. Tuy nhiên, để thực hiện tốt nhiệm vụ đó, công ty cần đưa ra những kế hoạch cụ thể, bám sát vào tình hình tài chính của công ty, phân tích những mặt hạn chế thiếu sót và định hướng được nhu cầu thị trường trong tương lai để có những hướng đi đúng đắn, đầu tư đúng trọng tâm trọng điểm để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định là một công ty có bề dày kinh nghiệm và hoạt động lâu năm trong lĩnh vực xuất nhập khẩu thủy sản. Qua phân tích kết quả và hiệu quả mà hoạt động đầu tư nâng cao hiệu quả kinh doanh mang lại ta đã thấy được phần nào tình hình hoạt động của công ty trong những năm vừa qua. Nhìn chung tình hình sản xuất kinh doanh của công ty trong những năm gần đây làm ăn có hiệu quả, chi phí giảm và lợi nhuận tăng hàng năm, đời sống của cán bộ công nhân viên và người lao động ngày càng được nâng cao. Nhờ áp dụng nhiều máy móc, công nghệ tiên tiến vào sản xuất kinh doanh mà công ty đã tạo ra nhiều sản phẩm chất lượng hơn, góp phần đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu, nâng cao được vị trí của công ty trên thị trường, tạo được mối quan hệ hợp tác lâu dài với các đối tác trong nước và ngoài nước. Tuy nhiên vẫn còn một số mặt hạn chế như nhân lực trong công ty hầu hết là lao động trẻ có ưu điểm năng động nhưng trình độ chuyên môn chưa cao, vì thế công ty cần đẩy mạnh công tác đào tạo nâng cao tay nghề cho người lao động hơn. Đồng thời công ty cần đầu tư cho marketing cụ thể là thành lập một đội ngũ chuyên sâu vrrg marketing để đẩy mạnh công tác nghiên cứu, tìm kiếm thị trường tiêu thụ mới góp phần thúc đẩy hoạt động xuất khẩu, nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh.

Trong thời gian thực tập tại Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định đã giúp em nắm được kiến thức, tiếp cận được thực tế và củng cố lại kiến thức.

Một lần nữa, em xin được cảm ơn sự hướng dẫn tận tình của cô Sử Thị Thu Hằng và sự giúp đỡ tạo điều kiện của lãnh đạo, đội ngũ cán bộ nhân viên công ty đã giúp em hoàn thành bài chuyên đề tốt nghiệp này.

Do thời gian kiến tập còn hạn chế, tài liệu tìm được chưa thật đầy đủ, kinh nghiệm thực tế và trình độ chưa sâu nên chuyên đề không tránh khỏi những thiếu sót. Vì thế em rất mong nhận được sự giúp đỡ, góp ý kiến từ giáo viên hướng dẫn Sử Thị Thu Hằng và Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định để giúp em hoàn thành tốt bài chuyên đề tốt nghiệp này.

Em xin chân thành cảm ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu Tiếng Việt

Bùi Xuân Phong (2006). Giáo trình Quản trị dự án đầu tư.

Đỗ Huyền Trang (2012). Hoàn thiện phân tích hiệu quả kinh doanh trong các doanh nghiệp chế biến gỗ xuất khẩu khu vực Nam Trung Bộ, Luận án Tiến sĩ kinh doanh và quản lý.

Hoàng Thị Tuyết Nhung (2019). Các yếu tố ảnh hưởng đến doanh thu trong các doanh nghiệp sản xuất thực phẩm địa bàn Hà Nội, Luận văn tốt nghiệp.

Lê Thị Tuyết Thanh và cộng sự (2013). Tác động của Digital Marketing đến hiệu quả kinh doanh của cá thể kinh doanh tại thành phố Hồ Chí Minh, Tạp chí khoa học Đại học mở Thành phố Hồ Chí Minh – Kinh tế và Quản trị kinh doanh.

Nguyễn Công Văn (2009). Giáo trình phân tích kinh doanh, Nhà Xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.

Nguyễn Thị Ngọc Diệp (2014). Giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty TNHH Năm Hải, Khóa Luận tốt nghiệp.

Nguyễn Thị Thu Hà (2015). Các nhân tố ảnh hưởng đến doanh thu, Báo Đại học Duy Tân.

Nguyễn Đức Thuận, (2016). Nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty TNHH Giang Sơn, Khóa luận tốt nghiệp.

Nguyễn Văn Thích (2018). Các yếu tố ảnh hưởng đến thành công trong kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở TP. Hồ Chí Minh.

Nguyễn Văn Ít và cộng sự (2018). Nghiên cứu ảnh hưởng của yếu tố năng lực marketing, hình ảnh thương hiệu và năng lực cạnh tranh đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch tại tỉnh Thừa Thiên Huế, Tạp chí khoa học công nghệ và thực phẩm.

Phan Thị Minh Hiền (2011). Báo cáo kiến tập Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định.

Quốc hội (2005). Luật Đầu tư.

Quốc hội (2020). Luật Doanh nghiệp

Trần Đức Trung (2015). Giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh Công ty cổ phần Xi-măng Quán Triều VVMI, Khóa luận tốt nghiệp.

Trần Nguyễn Hồng Lam (2021). Báo cáo thực tập Công ty cổ phần Thủy sản Bình Định.

Tài liệu Tiếng Anh

Abdullahi, Dauda (2014). Assessment of Advertising on the Sales Revenue and Profitability of Nigerian Bottling Company Plc.

Chuthamas Chittithaworn, Md. Aminul Islam, Thiyada Keawchana, Dayang Hasliza Muhd Yusuf (2011). Factors affecting business success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Thailand.

Muhammad Aminul Islam, Ejaz Ahmad Mian, Muhammad Hasmat Ahi (2009). Factors affecting business success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Banglaesh.

PHỤ LỤC

Phụ lục 1. Kiểm định tính dừng của dữ liệu

. dfuller Doanhthu, lags(0)

Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = 39

Test Statistic	Interpolated Dickey-Fuller		
	1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	-3.319	-3.655	-2.961

MacKinnon approximate p-value for Z(t) = 0.0141

. dfuller saiphon

Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = 38

Test Statistic	Interpolated Dickey-Fuller		
	1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	-6.421	-3.662	-2.964

MacKinnon approximate p-value for Z(t) = 0.0000

. dfuller CPQC, lags(0)

Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = 39

Test Statistic	Interpolated Dickey-Fuller		
	1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	-2.641	-3.655	-2.961

MacKinnon approximate p-value for Z(t) = 0.0849

. dfuller saiphon

Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = 38

Test Statistic	Interpolated Dickey-Fuller		
	1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	-8.545	-3.662	-2.964

MacKinnon approximate p-value for Z(t) = 0.0000

. dfuller CPTS,lags(0)

Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = 39

Test Statistic	Interpolated Dickey-Fuller			
	1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value	
Z(t)	-3.067	-3.655	-2.961	-2.613

MacKinnon approximate p-value for Z(t) = 0.0291

. dfuller saiphan

Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = 38

Test Statistic	Interpolated Dickey-Fuller			
	1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value	
Z(t)	-7.391	-3.662	-2.964	-2.614

MacKinnon approximate p-value for Z(t) = 0.0000

. dfuller CPNL,lags(0)

Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = 39

Test Statistic	Interpolated Dickey-Fuller			
	1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value	
Z(t)	-3.956	-3.655	-2.961	-2.613

MacKinnon approximate p-value for Z(t) = 0.0017

. dfuller GBSP,lags(0)

Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = 39

Test Statistic	Interpolated Dickey-Fuller			
	1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value	
Z(t)	-2.078	-3.655	-2.961	-2.613

MacKinnon approximate p-value for Z(t) = 0.2533

. dfuller saiphan

Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = 38

Test Statistic	Interpolated Dickey-Fuller		
	1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	-8.616	-3.662	-2.964
			-2.614

MacKinnon approximate p-value for Z(t) = 0.0000

Phụ lục 2. Kết quả mô hình hồi quy OLS

. regress Doanhthu CPQC CPTS CPNL GBSP THTT, beta

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	40
Model	4.0119e+14	5	8.0237e+13	F(5, 34)	=	67.71
Residual	4.0289e+13	34	1.1850e+12	Prob > F	=	0.0000
Total	4.4148e+14	39	1.1320e+13	R-squared	=	0.9087
				Adj R-squared	=	0.8953
				Root MSE	=	1.1e+06

Doanhthu	Coef.	Std. Err.	t	P> t	Beta
CPQC	55.64405	26.49131	2.10	0.043	.2805529
CPTS	5.728666	1.515271	3.78	0.001	.4443641
CPNL	13.34157	4.51249	2.96	0.006	.3025173
GBSP	-74033.48	195902	-0.38	0.708	-.0428507
THTT	630789.4	561269.6	1.12	0.269	.0759487
_cons	-4898075	1651742	-2.97	0.005	.

Phụ lục 3. Kiểm định khuyết tật

➤ Kết quả kiểm tra đa cộng tuyến

. vif

Variable	VIF	1/VIF
CPQC	6.65	0.150455
CPTS	5.15	0.194291
GBSP	4.79	0.208769
CPNL	3.90	0.256381
THTT	1.70	0.587746
Mean VIF	4.44	

➤ **Kết quả kiểm định phương sai sai số thay đổi**

. hettest

Breusch-Pagan / Cook-Weisberg test for heteroskedasticity

Ho: Constant variance

Variables: fitted values of Doanhthu

chi2(1) = 7.12

Prob > chi2 = 0.0076

➤ **Kết quả khắc phục phương sai sai số thay đổi.**

. regress Doanhthu CPQC CPTS CPNL GBSP THTT, robust

Linear regression	Number of obs	=	40
	F(5, 34)	=	91.91
	Prob > F	=	0.0000
	R-squared	=	0.9087
	Root MSE	=	1.1e+06

Doanhthu	Robust		t	P> t	[95% Conf. Interval]	
	Coef.	Std. Err.				
CPQC	55.64405	26.77074	2.08	0.045	1.239361	110.0487
CPTS	5.728666	1.703327	3.36	0.002	2.267089	9.190244
CPNL	13.34157	5.847394	2.28	0.029	1.458232	25.2249
GBSP	-74033.48	151292.8	-0.49	0.628	-381497.5	233430.6
THTT	630789.4	711547.6	0.89	0.382	-815249.3	2076828
_cons	-4898075	1550764	-3.16	0.003	-8049606	-1746543

➤ **Kết quả kiểm định tự tương quan**

. bgodfrey

Breusch-Godfrey LM test for autocorrelation

lags (p)	chi2	df	Prob > chi2
1	0.353	1	0.5525

H0: no serial correlation