

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

-----□□□-----

BÙI THỊ HUYỀN TRANG

PHÂN TÍCH KHẢ NĂNG SINH LỜI của CÔNG TY CỔ  
PHẦN CÔNG NGHỆ HỢP LONG

ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:  
TS. LƯƠNG THỊ THU HẰNG

HÀ NỘI, NĂM 2024

## **LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan rằng công trình nghiên cứu này do tôi thực hiện dưới sự hướng dẫn khoa học của TS. Lương Thị Thu Hằng. Những đánh giá và phân tích nêu ra trong Đề án hoàn toàn mang tính nghiên cứu khoa học.

Các số liệu nêu ra trong đề án là trung thực, xuất phát từ tình hình thực tế của đơn vị, các tài liệu tham khảo có nguồn trích dẫn rõ ràng. Kết quả nghiên cứu được trình bày trong đề án này không sao chép của bất cứ đề án nào và không được công bố trong bất cứ công trình nghiên cứu nào trước đây. Tôi hoàn toàn chịu trách nhiệm về nội dung của đề án.

**Người thực hiện**

**Bùi Thị Huyền Trang**

## **LỜI CẢM ƠN**

Tôi xin chân thành cảm ơn cô giáo TS. Lương Thị Thu Hằng đã tận tình hướng dẫn, giúp đỡ và truyền đạt nhiều ý kiến quý báu để giúp tôi hoàn thành đề án này.

Tôi xin có lời cảm ơn chân thành nhất đến Quý Thầy, Cô Trường Đại học Kinh tế quốc dân đã truyền đạt nhiều kiến thức của các môn cơ sở, đó là nền tảng giúp đỡ tôi rất nhiều trong quá trình hoàn thành đề án.

*Hà Nội, ngày tháng năm*

**Người thực hiện**

**Bùi Thị Huyền Trang**

## MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN .....	ii
LỜI CẢM ƠN .....	iii
MỤC LỤC.....	iv
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	vii
DANH MỤC BẢNG BIỂU .....	viii
TÓM TẮT .....	ix
LỜI MỞ ĐẦU .....	1
1. Lý do chọn đề tài.....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
3. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu .....	2
3.1 Đối tượng nghiên cứu: .....	2
3.2 Phạm vi nghiên cứu:.....	2
4. Phương pháp nghiên cứu.....	2
5. Bố cục của Đề án.....	3
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ KHẢ NĂNG SINH LỜI CỦA DOANH NGHIỆP .....	5
1.1 Khái niệm về khả năng sinh lời của doanh nghiệp .....	5
1.1.1 Khái niệm khả năng sinh lời của doanh nghiệp .....	5
1.1.2 Tầm quan trọng của khả năng sinh lời đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp .....	5
1.2 Các chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lời của doanh nghiệp .....	7
1.2.1. Các chỉ tiêu phản ánh lợi nhuận.....	7
1.2.2. Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu ROE .....	8
1.2.3. Tỷ suất sinh lời trên vốn đầu tư ROC .....	9
1.2.4. Tỷ suất sinh lời trên tài sản ROA.....	10
1.2.5. Tỷ suất sinh lời trên doanh thu ROS .....	11
1.2.6 Chỉ tiêu RRA (Relative Return on Assets) .....	11
1.2.7 Chỉ tiêu RIE (Residual Income Earnings).....	12
1.3 Mô hình và phương pháp đánh giá khả năng sinh lời của doanh nghiệp.....	12

1.3.1 Phương pháp so sánh.....	12
1.3.2 Phương pháp loại trừ.....	13
1.3.3 Phương pháp Dupont .....	14
1.4 Các nhân tố ảnh hưởng tới khả năng sinh lời của doanh nghiệp .....	15
1.4.1 Nhân tố chủ quan .....	15
1.4.2 Nhân tố khách quan.....	20
<b>CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG KHẢ NĂNG SINH LỜI CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ HỢP LONG GIAI ĐOẠN 2021-2023.....</b>	<b>23</b>
2.1 Giới thiệu tổng quan về Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long.....	23
2.1.1 Khái quát chung về công ty.....	23
2.1.2 Quá trình hình thành và phát triển của công ty .....	23
2.1.3 Ngành nghề kinh doanh .....	25
2.1.4 Cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý và chức năng nhiệm vụ từng ban .....	26
2.2 Thực trạng khả năng sinh lời của công ty trong giai đoạn 2021 – 2023.....	28
2.2.1. Phân tích các chỉ số về lợi nhuận .....	28
2.2.2 Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE) .....	35
2.2.3. Tỷ suất sinh lời trên vốn đầu tư ROC .....	38
2.2.4. Tỷ suất sinh lời trên tài sản ROA.....	40
2.2.5. Tỷ suất sinh lời trên doanh thu ROS .....	42
2.2.6. Chỉ tiêu RRA.....	43
2.2.7. Chỉ tiêu RIE.....	44
2.3 Phương pháp Dupont trong đánh giá khả năng sinh lời của Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long.....	44
2.4 Đánh giá khả năng sinh lời của Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long.....	46
2.3.1 Những kết quả đạt được .....	46
2.4.2 Những hạn chế .....	47
2.4.3 Nguyên nhân của hạn chế .....	48
<b>CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO KHẢ NĂNG SINH LỜI CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ HỢP LONG.....</b>	<b>51</b>
3.1. Định hướng phát triển và nhiệm vụ của công ty trong thời gian tới.....	51
3.1.1. Định hướng phát triển của công ty cổ phần công nghệ Hợp Long .....	51

3.1.2. Mục tiêu của Công ty cổ phần công nghệ Hợp Long .....	52
3.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao khả năng sinh lời tại công ty cổ phần công nghệ Hợp Long .....	53
3.2.1. Giải pháp tăng doanh thu .....	53
3.2.2. Các giải pháp giảm chi phí.....	58
3.2.3. Giải pháp về chiến lược kinh doanh.....	60
3.3. Kiến nghị với các cơ quan quản lý nhà nước.....	63
KẾT LUẬN .....	64
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	65

## DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Diễn giải
HĐQT	Hội đồng quản trị
BGD	Ban Giám đốc
ROA	Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản (Return on Assets)
ROE	Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (Return on Equity)
ROS	Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (Return on Sales)
EBIT	Lợi nhuận trước lãi vay và thuế (Earnings Before Interest and Taxes)
KPI	Chỉ số đánh giá hiệu suất công việc (Key Performance Indicator)

## **DANH MỤC BẢNG BIỂU**

Bảng 2. 1: Lợi nhuận gộp.....	28
Bảng 2. 2: Lợi nhuận trước thuế .....	30
Bảng 2. 3: Lợi nhuận sau thuế.....	32
Bảng 2. 4: Chỉ tiêu EBITcủa công ty .....	33
Bảng 2. 5: Chỉ tiêu ROE .....	35
Bảng 2. 6: Bảng so sánh ROE của Công ty Hợp Long và một số doanh nghiệp trong ngành năm 2023 .....	37
Bảng 2. 7: Bảng chỉ tiêu ROC của Công ty .....	38
Bảng 2. 8: Bảng so sánh ROC của Công ty Hợp Long và một số doanh nghiệp trong ngành .....	39
Bảng 2. 9: Chỉ tiêu ROA của Công ty Hợp Long .....	40
Bảng 2. 10: Bảng so sánh ROA của Công ty Hợp Long và một số doanh nghiệp trong ngành .....	41
Bảng 2. 11: Kết quả ROS của Công ty Hợp Long trong giai đoạn 2021 - 2023 .....	42
Bảng 2. 12: Bảng so sánh ROS của Công ty Hợp Long và một số doanh nghiệp trong ngành .....	42
Bảng 2. 13: Chỉ tiêu RRA của Công ty CP Công nghệ Hợp Long.....	43
Bảng 2. 14: Chỉ tiêu RIE của Công ty cổ phần Công nghệ Hợp Long .....	44
Bảng 2. 15: Tính toán Dupont.....	45
Bảng 2. 16: Số vòng quay tài sản và đòn bẩy tài chính .....	45
Hình 2. 1: Cơ cấu tổ chức của Công ty .....	27



## TÓM TẮT

Đề án “Phân tích khả năng sinh lời tại Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long” nhằm mục tiêu đánh giá thực trạng khả năng sinh lời của công ty từ năm 2021 đến 2023, đồng thời đề xuất các giải pháp để nâng cao khả năng sinh lời trong thời gian tới, hướng tới năm 2030. Đối tượng nghiên cứu là khả năng sinh lời tại doanh nghiệp, với phạm vi nghiên cứu tập trung vào Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long.

Phương pháp nghiên cứu chính bao gồm thu thập dữ liệu từ báo cáo tài chính công bố, các nghiên cứu trước đây và phỏng vấn sâu với lãnh đạo công ty để hiểu rõ thực trạng và nguyên nhân của các hạn chế. Đề án sử dụng các phương pháp xử lý số liệu như thống kê, so sánh và tổng hợp để phân tích các chỉ số tài chính quan trọng, từ đó đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty.

Những hạn chế chính trong việc nâng cao khả năng sinh lời của Công ty Hợp Long bao gồm sự gia tăng chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp, cùng với việc sử dụng đòn bẩy tài chính cao và đầu tư vào tài sản cố định. Những yếu tố này có thể dẫn đến nguy cơ giảm lợi nhuận trong tương lai nếu không được quản lý hiệu quả. Đề án đề xuất một số giải pháp như tăng doanh thu, giảm chi phí và cải thiện chiến lược kinh doanh để nâng cao khả năng sinh lời của công ty.

Để khắc phục các hạn chế trên, đề án đề xuất một số **giải pháp** cụ thể như tăng doanh thu thông qua việc mở rộng thị trường và đa dạng hóa sản phẩm, giảm chi phí bằng cách tối ưu hóa quy trình sản xuất và quản lý chặt chẽ chi phí hoạt động. Bên cạnh đó, công ty cần xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp với bối cảnh thị trường và tận dụng tốt các cơ hội để nâng cao hiệu quả hoạt động. Việc cải thiện các chiến lược quản lý chi phí, sử dụng đòn bẩy tài chính một cách hợp lý và đầu tư vào công nghệ sẽ giúp Công ty Hợp Long nâng cao khả năng sinh lời, đảm bảo sự phát triển bền vững trong tương lai.

**Từ khóa:** khả năng sinh lời, phân tích tài chính, Công ty Hợp Long.

## LỜI MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài

Khả năng sinh lời là yếu tố cốt lõi quyết định sự tồn tại và phát triển bền vững của doanh nghiệp. Đây không chỉ là thước đo hiệu quả kinh doanh mà còn phản ánh năng lực quản lý và sử dụng nguồn lực một cách hiệu quả. Khả năng sinh lời cao giúp doanh nghiệp tăng cường năng lực tài chính, tạo điều kiện thuận lợi để mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh, đầu tư vào các dự án mới, và nâng cao vị thế cạnh tranh trên thị trường. Bên cạnh đó, nó còn đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì sự tin tưởng của các nhà đầu tư, đối tác, và khách hàng, từ đó thu hút thêm nguồn vốn để phát triển. Hơn nữa, khả năng sinh lời ổn định còn giúp doanh nghiệp ứng phó tốt hơn với các rủi ro kinh tế và thị trường, đồng thời tạo ra cơ hội nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ, gia tăng giá trị cho cổ đông và xã hội.

Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long, một trong những doanh nghiệp trong lĩnh vực tự động hóa tại Việt Nam. Với bề dày kinh nghiệm và mạng lưới phân phối rộng khắp, Hợp Long đã trở thành đối tác tin cậy của nhiều thương hiệu lớn trong và ngoài nước. Tuy nhiên, như bất kỳ doanh nghiệp nào khác, Hợp Long cũng phải đối mặt với những thách thức trong việc duy trì và nâng cao khả năng sinh lời, đặc biệt là trong bối cảnh kinh tế đầy biến động hiện nay.

Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long đã đạt được những kết quả tích cực trong giai đoạn 2021-2023. Cụ thể, lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh đã tăng trưởng đáng kể qua các năm, từ 8,69 tỷ đồng năm 2021 lên 11,52 tỷ đồng năm 2022 và đạt 14,34 tỷ đồng năm 2023. Tuy nhiên, mức tăng lợi nhuận này không đồng đều với mức tăng doanh thu và chi phí. Trong khi doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ tăng trưởng qua các năm (tăng 7,8% năm 2022 so với năm 2021 và tăng 7,83% năm 2023 so với năm 2022), chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp cũng tăng đáng kể. Cụ thể, chi phí bán hàng tăng 12,9% từ năm 2021 đến 2022 và tăng 48,7% từ năm 2022 đến 2023. Chi phí quản lý doanh nghiệp cũng tăng 25,5% từ năm 2021 đến 2022. Điều này cho thấy, mặc dù lợi nhuận của công ty tăng trưởng, nhưng hiệu quả sử dụng chi phí chưa thực sự tốt. Bên cạnh đó, công ty còn đang đối mặt với một số hạn chế gắn liền với việc sử dụng đòn bẩy tài chính và đầu tư vào tài sản cố định có thể dẫn tới nguy cơ giảm doanh thu trong tương lai

Trong điều kiện cạnh tranh ngày càng mạnh mẽ trong ngành công nghiệp thiết bị tự động hóa, khả năng tăng doanh thu sẽ ngày càng khó khăn hơn thậm chí bị sụt giảm, trong khi chi phí không được quản lý hiệu quả, sẽ dẫn đến nguy cơ sẽ làm giảm lợi nhuận và khả năng sinh lời của công ty trong tương lai. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến khả năng tài chính của công ty mà còn làm giảm sức hấp dẫn đối với các nhà đầu tư. Nếu không có đủ nguồn lực tài chính, công ty sẽ khó khăn trong việc mở rộng hoạt động kinh doanh, đầu tư vào công nghệ mới và nâng cao năng lực cạnh tranh. Về lâu dài, điều này có thể khiến công ty mất dần thị phần và tụt hậu so với các đối thủ cạnh tranh.

Chính vì những lý do trên, đề tài: “**Phân tích khả năng sinh lời tại Công ty cổ phần công nghệ Hợp Long**” đã được lựa chọn làm Đề án tốt nghiệp thạc sĩ.

## **2. Mục tiêu nghiên cứu**

Mục tiêu nghiên cứu của đề án là phân tích thực trạng về khả năng sinh lời của **Công ty cổ phần công nghệ Hợp Long trong giai đoạn 2021 – 2023, làm rõ những kết quả đạt được, hạn chế và nguyên nhân của hạn chế**, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao khả năng sinh lời cho công ty Cổ phần Hợp Long trong thời gian tới, định hướng tới 2030.

## **3. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu**

### **3.1 Đối tượng nghiên cứu:**

Đối tượng nghiên cứu của đề án: khả năng sinh lời tại doanh nghiệp

### **3.2 Phạm vi nghiên cứu:**

Phạm vi nghiên cứu về thời gian: Giai đoạn 2021 – 2023

Phạm vi nghiên cứu không gian: Công ty cổ phần Công nghệ Hợp Long

## **4. Phương pháp nghiên cứu**

### **4.1 Phương pháp thu thập dữ liệu:**

Dữ liệu thứ cấp: Thông tin được thu thập từ các báo cáo tài chính đã công bố, các nghiên cứu trước đây, các bài báo và các nguồn thông tin khác liên quan đến hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long. Cụ thể, các báo cáo tài chính (báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, bảng cân đối kế toán, báo cáo lưu chuyển tiền tệ) của công ty trong giai đoạn 2021-2023 sẽ là nguồn dữ liệu chính để phân tích thực trạng lợi nhuận và tỷ suất sinh lời. Ngoài ra, các báo cáo khác như báo

cáo thường niên, thuyết minh báo cáo tài chính cũng sẽ được sử dụng để thu thập thông tin về tình hình hoạt động kinh doanh, cơ cấu doanh thu và chi phí, cũng như các yếu tố ảnh hưởng đến lợi nhuận của công ty.

Dữ liệu sơ cấp: Thực hiện phỏng vấn lãnh đạo công ty, lãnh đạo công ty phụ trách mảng tài chính kế toán, kế toán trưởng công ty, trưởng phòng kinh doanh của công ty. Mục tiêu phỏng vấn sâu là làm rõ thực trạng, hạn chế và nguyên nhân trong phân tích khả năng sinh lời của Công ty.

#### **4.2 Phương pháp xử lý số liệu:**

Đề án sử dụng các phương pháp sau:

Phương pháp thống kê: Phương pháp này được sử dụng để tính toán và phân tích các chỉ số tài chính như doanh thu, chi phí, lợi nhuận, tỷ suất lợi nhuận... từ các báo cáo tài chính của công ty. Từ đó, có thể xác định xu hướng và mức độ biến động của các chỉ số này, đồng thời đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty. Ví dụ, phương pháp thống kê có thể được sử dụng để tính toán tốc độ tăng trưởng doanh thu, lợi nhuận qua các năm, hoặc để phân tích cơ cấu chi phí của công ty.

Phương pháp so sánh: Phương pháp này được sử dụng để so sánh các chỉ số tài chính của công ty qua các năm hoặc so sánh với các chỉ số trung bình ngành, từ đó đánh giá vị thế và năng lực cạnh tranh của công ty. Ví dụ, có thể so sánh tỷ suất lợi nhuận của công ty với tỷ suất lợi nhuận trung bình của các công ty cùng ngành để xem công ty đang hoạt động hiệu quả như thế nào so với đối thủ cạnh tranh.

Phương pháp tổng hợp: Phương pháp này được sử dụng để tổng hợp và hệ thống hóa các thông tin, số liệu thu thập được từ các báo cáo tài chính và các nguồn khác, từ đó đưa ra những nhận xét, đánh giá tổng quan về tình hình tài chính và hoạt động kinh doanh của công ty. Ví dụ, có thể tổng hợp các chỉ số về doanh thu, chi phí, lợi nhuận, tỷ suất lợi nhuận... để đánh giá tổng thể hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty trong giai đoạn 2021-2023.

Các phương pháp này được kết hợp sử dụng một cách linh hoạt và hiệu quả để phân tích sâu sắc thực trạng khả năng sinh lời của công ty, từ đó đưa ra những giải pháp phù hợp nhằm nâng cao khả năng sinh lời của Công ty trong thời gian tới.

#### **5. Bố cục của Đề án**

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận, Danh mục tài liệu tham khảo thì Đề án gồm có

03 chương như sau:

**Chương 1:** Cơ sở lý luận về khả năng sinh lời của doanh nghiệp

**Chương 2:** Thực trạng khả năng sinh lời của Công ty cổ phần Công nghệ Hợp Long

**Chương 3:** Giải pháp nâng cao khả năng sinh lời của Công ty cổ phần Công nghệ Hợp Long

## **CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ KHẢ NĂNG SINH LỜI CỦA DOANH NGHIỆP**

### **1.1 Khái niệm về khả năng sinh lời của doanh nghiệp**

#### ***1.1.1 Khái niệm khả năng sinh lời của doanh nghiệp***

Khả năng sinh lời của doanh nghiệp là một chỉ tiêu quan trọng phản ánh hiệu quả hoạt động kinh doanh, thể hiện qua mức độ lợi nhuận mà doanh nghiệp tạo ra từ các nguồn lực kinh tế của mình. Theo *Nguyễn Văn Công (2018)*, khả năng sinh lời được hiểu là khả năng của doanh nghiệp trong việc tạo ra lợi nhuận từ các nguồn vốn và tài sản hiện có. Khả năng này không chỉ phản ánh hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu mà còn đánh giá mức độ hiệu quả trong việc sử dụng tài sản và nguồn vốn tổng thể của doanh nghiệp.

*Nguyễn Văn Công (2018)* cũng nhấn mạnh rằng khả năng sinh lời của doanh nghiệp có thể được đo lường bằng các chỉ tiêu như tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA), tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE), và tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS). Những chỉ tiêu này giúp đánh giá không chỉ lợi nhuận mà doanh nghiệp đạt được mà còn khả năng tận dụng các nguồn lực để tạo ra giá trị kinh tế.

Ngoài ra, một khái niệm khác cũng được đề cập, *Nguyễn Năng Phúc (2012)* cho rằng khả năng sinh lời là mức độ mà doanh nghiệp có thể duy trì và tăng trưởng lợi nhuận trong thời gian dài, với giả định các điều kiện hoạt động không thay đổi. Đây là một yếu tố then chốt giúp doanh nghiệp ổn định và phát triển bền vững trong môi trường kinh doanh biến động.

Như vậy khả năng sinh lời của doanh nghiệp là một khái niệm đa chiều, bao gồm cả khả năng tạo ra lợi nhuận từ việc quản lý và sử dụng hiệu quả các nguồn lực tài chính và tài sản, cũng như duy trì sự tăng trưởng lợi nhuận dài hạn. Chỉ tiêu này đóng vai trò quan trọng trong việc đánh giá hiệu quả kinh doanh và là cơ sở để các nhà quản lý ra quyết định về chiến lược tài chính và đầu tư của doanh nghiệp.

#### ***1.1.2 Tầm quan trọng của khả năng sinh lời đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp***

Khả năng sinh lời của doanh nghiệp là một yếu tố vô cùng quan trọng, có ảnh hưởng trực tiếp đến sự tồn tại và phát triển bền vững của doanh nghiệp trong dài hạn. Tầm quan trọng của khả năng sinh lời không chỉ nằm ở việc đánh giá hiệu quả sử

dụng vốn và tài sản, mà còn ở khả năng đảm bảo nguồn lực tài chính để doanh nghiệp tiếp tục mở rộng và đầu tư vào các hoạt động kinh doanh mới.

Trước hết, khả năng sinh lời là một chỉ số chính yếu phản ánh hiệu suất kinh doanh của doanh nghiệp. Khả năng này được đo lường thông qua các chỉ tiêu như tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA), tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE), và tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS). Những chỉ số này không chỉ cung cấp thông tin về mức độ sinh lợi của doanh nghiệp mà còn cho thấy khả năng tối ưu hóa chi phí và tận dụng nguồn lực hiệu quả. Ví dụ, một doanh nghiệp có ROE cao hơn so với các đối thủ cạnh tranh trong cùng ngành thường cho thấy khả năng sử dụng vốn chủ sở hữu hiệu quả hơn, qua đó tạo ra lợi nhuận cao hơn trên mỗi đồng vốn đầu tư.

Thứ hai, khả năng sinh lời còn đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút và giữ chân nhà đầu tư. Các nhà đầu tư thường dựa vào các chỉ số khả năng sinh lời để đánh giá xem liệu họ có nên đầu tư vào cổ phiếu của một công ty cụ thể hay không. Một doanh nghiệp có khả năng sinh lời tốt thường được coi là một lựa chọn đầu tư an toàn và có tiềm năng mang lại lợi nhuận cao. Ngược lại, doanh nghiệp có chỉ số sinh lời thấp sẽ gặp khó khăn trong việc huy động vốn từ thị trường tài chính và có thể mất đi niềm tin từ các nhà đầu tư hiện tại.

Bên cạnh đó, khả năng sinh lời còn ảnh hưởng đến chiến lược kinh doanh dài hạn của doanh nghiệp. Khả năng tạo ra lợi nhuận bền vững giúp doanh nghiệp có thể tái đầu tư vào các dự án mới, mở rộng quy mô sản xuất, và nâng cao chất lượng sản phẩm hoặc dịch vụ. Điều này không chỉ giúp doanh nghiệp duy trì vị thế cạnh tranh mà còn đảm bảo sự ổn định và phát triển trong tương lai.

Tuy nhiên, khả năng sinh lời cũng phản ánh rủi ro tiềm ẩn trong hoạt động kinh doanh. Một doanh nghiệp có tỷ suất lợi nhuận cao nhưng đồng thời cũng có mức độ nợ cao có thể gặp phải rủi ro tài chính lớn nếu không quản lý tốt các khoản nợ. Do đó, việc phân tích khả năng sinh lời cần được thực hiện một cách cẩn trọng, kết hợp với việc đánh giá các yếu tố rủi ro khác để đưa ra những quyết định kinh doanh chính xác và hợp lý.

Cuối cùng, khả năng sinh lời cũng là cơ sở để doanh nghiệp thực hiện các kế hoạch mở rộng hoặc thâm nhập vào thị trường mới. Doanh nghiệp có khả năng sinh lời cao thường có đủ nguồn lực tài chính để đầu tư vào nghiên cứu và phát triển, từ

đó tạo ra các sản phẩm và dịch vụ mới đáp ứng nhu cầu thị trường và góp phần nâng cao sức cạnh tranh.

## **1.2 Các chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lời của doanh nghiệp**

### **1.2.1. Các chỉ tiêu phản ánh lợi nhuận**

#### **Lợi nhuận gộp**

Lợi nhuận gộp là phần chênh lệch giữa doanh thu thuần và giá vốn hàng bán. Đây là chỉ số phản ánh khả năng tạo ra lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh cốt lõi, thể hiện hiệu quả của doanh nghiệp trong việc quản lý chi phí sản xuất và bán hàng. Chỉ tiêu này giúp doanh nghiệp nhận biết mức độ cạnh tranh của sản phẩm và hiệu quả sử dụng nguồn lực sản xuất. Tỷ suất lợi nhuận gộp càng cao, doanh nghiệp càng có khả năng tài chính mạnh để trang trải chi phí khác và đầu tư phát triển.

#### Lợi nhuận trước thuế (EBT):

Lợi nhuận trước thuế (EBT) là chỉ tiêu đo lường lợi nhuận của doanh nghiệp trước khi khấu trừ thuế thu nhập doanh nghiệp. EBT cung cấp cái nhìn rõ ràng về khả năng sinh lợi của doanh nghiệp mà không bị ảnh hưởng bởi các chính sách thuế, từ đó giúp các nhà quản lý và nhà đầu tư hiểu rõ hơn về khả năng tạo ra lợi nhuận thực sự của doanh nghiệp. EBT được tính bằng cách lấy tổng doanh thu trừ đi tất cả các chi phí, ngoại trừ thuế. Chỉ tiêu này thường được sử dụng để so sánh giữa các doanh nghiệp trong cùng một ngành hoặc khu vực, giúp đánh giá mức độ hiệu quả trong việc quản lý chi phí và tối ưu hóa lợi nhuận

#### Lợi nhuận sau thuế

Lợi nhuận sau thuế (Net Profit After Tax - NPAT) là chỉ tiêu quan trọng nhất phản ánh hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, thể hiện số tiền còn lại sau khi đã trừ đi tất cả các chi phí và thuế thu nhập doanh nghiệp. Đây là khoản lợi nhuận cuối cùng mà doanh nghiệp thu được, đóng vai trò quan trọng trong việc đánh giá khả năng sinh lời và năng lực quản lý chi phí của doanh nghiệp. Lợi nhuận sau thuế là cơ sở để chi trả cổ tức cho cổ đông, tái đầu tư, và dự trữ cho các mục đích khác, giúp doanh nghiệp tự chủ về tài chính và giảm phụ thuộc vào vốn vay. Các yếu tố ảnh hưởng đến lợi nhuận sau thuế bao gồm doanh thu từ hoạt động kinh doanh, chi phí sản xuất và hoạt động, chi phí tài chính, và chính sách thuế. Doanh thu cao và quản lý chi phí hiệu quả giúp tăng lợi nhuận trước thuế, từ đó nâng cao lợi nhuận sau thuế.



Ngoài ra, các khoản thu từ hoạt động đầu tư tài chính và hiệu quả quản lý thuế cũng đóng góp quan trọng. Lợi nhuận sau thuế không chỉ là thước đo sự thành công mà còn thể hiện chiến lược quản lý tài chính hiệu quả, đảm bảo sự phát triển bền vững cho doanh nghiệp.

#### Lợi nhuận trước thuế và lãi vay (EBIT)

EBIT, hay còn gọi là lợi nhuận trước lãi vay và thuế, là một trong những chỉ số quan trọng nhất để đánh giá hiệu quả hoạt động cốt lõi của doanh nghiệp. EBIT đo lường lợi nhuận từ các hoạt động kinh doanh chính của doanh nghiệp mà không tính đến các yếu tố chi phí lãi vay và thuế, do đó, nó phản ánh khả năng sinh lời thực sự của doanh nghiệp trước khi bị ảnh hưởng bởi cấu trúc tài chính và các chính sách thuế. EBIT thường được sử dụng để so sánh hiệu quả hoạt động giữa các doanh nghiệp trong cùng ngành, vì nó giúp loại bỏ ảnh hưởng của các quyết định tài chính (như vay nợ) và các yếu tố thuế, giúp nhà đầu tư tập trung vào hoạt động kinh doanh chính.

#### Lợi nhuận trước thuế, lãi vay và khấu hao (EBITDA)

EBITDA là một phiên bản mở rộng của EBIT, bao gồm cả các yếu tố khấu hao và khấu trừ dần. Chỉ số này giúp phản ánh khả năng sinh lời từ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp mà không bị ảnh hưởng bởi các yếu tố không liên quan trực tiếp đến hoạt động kinh doanh cốt lõi, như chi phí khấu hao tài sản cố định. EBITDA thường được sử dụng để so sánh hiệu suất giữa các doanh nghiệp có quy mô tài sản lớn, đặc biệt là trong các ngành có tỷ lệ khấu hao cao. Tuy nhiên, một điểm hạn chế của EBITDA là nó không phản ánh đúng dòng tiền thực tế của doanh nghiệp vì không tính đến sự thay đổi trong vốn lưu động và các dòng tiền tài chính khác.

#### **1.2.2. Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu ROE**

Chỉ tiêu ROE (Return on Equity - Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu) là một chỉ số tài chính quan trọng, được sử dụng rộng rãi để đánh giá hiệu quả hoạt động và khả năng sinh lời của doanh nghiệp. Theo Nguyễn Thị Minh, 2021 và Đỗ Thị Thu Hương, 2019, thì ROE được định nghĩa là tỷ số giữa lợi nhuận sau thuế và vốn chủ sở hữu trung bình của doanh nghiệp trong một kỳ nhất định, phản ánh hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu để tạo ra lợi nhuận và khả năng sinh lời trên mỗi đồng vốn góp của cổ đông.

ROE có ý nghĩa quan trọng đối với các bên liên quan đến doanh nghiệp. Đối với nhà đầu tư, ROE cao là dấu hiệu tích cực cho thấy doanh nghiệp sử dụng vốn hiệu quả, tạo ra lợi nhuận tốt và có tiềm năng tăng trưởng, từ đó hỗ trợ quyết định đầu tư. Đối với nhà quản lý, ROE là thước đo hiệu quả quản lý vốn, phản ánh khả năng sử dụng hiệu quả nguồn vốn của cổ đông để tạo ra lợi nhuận. Đối với cổ đông, ROE thể hiện mức độ sinh lời trên vốn đầu tư của họ, ROE cao đồng nghĩa với việc cổ đông nhận được lợi nhuận cao hơn trên vốn đầu tư.

$$\text{ROE} = \text{Lợi nhuận sau thuế} / \text{Tổng vốn chủ sở hữu} \times 100\%$$

Trong thực tế, ROE được ứng dụng rộng rãi trong việc đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh, lập kế hoạch kinh doanh, ra quyết định đầu tư và đánh giá hiệu quả quản trị vốn của doanh nghiệp. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng ROE có thể bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố như cơ cấu vốn, rủi ro kinh doanh, chính sách cổ tức và giai đoạn phát triển của doanh nghiệp. Do đó, nhà quản lý và nhà đầu tư cần phân tích kỹ lưỡng các yếu tố này để hiểu rõ nguyên nhân biến động của ROE và có những điều chỉnh phù hợp. Ngoài ra, ROE không phải là chỉ tiêu duy nhất để đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh, mà cần kết hợp với các chỉ tiêu khác như ROA, ROS, vòng quay vốn... để có cái nhìn toàn diện và chính xác về tình hình tài chính của doanh nghiệp.

### ***1.2.3. Tỷ suất sinh lời trên vốn đầu tư ROC***

Tỷ suất sinh lời trên vốn đầu tư (Return on Invested Capital - ROC) là một chỉ số tài chính quan trọng được sử dụng để đánh giá hiệu quả mà một doanh nghiệp đạt được từ việc sử dụng vốn đầu tư. Đây là một công cụ hữu ích cho các nhà đầu tư và quản lý doanh nghiệp nhằm đo lường mức độ sinh lời từ các nguồn vốn đã được đầu tư vào công ty, bao gồm cả vốn chủ sở hữu và nợ vay.

ROC được tính bằng cách lấy lợi nhuận hoạt động sau thuế chia cho tổng vốn đầu tư. Tổng vốn đầu tư ở đây được định nghĩa là tổng của vốn chủ sở hữu và nợ vay, trừ đi các khoản tiền mặt và các khoản tương đương tiền. Công thức này cho phép nhà đầu tư và quản lý xác định tỷ lệ phần trăm lợi nhuận mà công ty tạo ra từ mỗi đồng vốn được đầu tư.

ROC không chỉ đo lường hiệu quả sử dụng vốn mà còn phản ánh chất lượng quản lý và chiến lược hoạt động của doanh nghiệp. Một chỉ số ROC cao cho thấy công ty đang sử dụng vốn hiệu quả để tạo ra lợi nhuận, điều này thường liên quan đến

một lợi thế cạnh tranh bền vững. Các công ty có ROIC cao thường được đánh giá cao trên thị trường chứng khoán và có thể duy trì mức định giá cao hơn so với các công ty có ROIC thấp. Ngược lại, nếu ROC thấp hơn chi phí vốn (WACC), điều đó cho thấy doanh nghiệp có thể đang phá hủy giá trị cho cổ đông vì lợi nhuận tạo ra không đủ bù đắp cho chi phí vốn đã đầu tư. Đây là một tín hiệu cảnh báo cho các nhà đầu tư về khả năng quản lý vốn không hiệu quả và tiềm năng giảm giá trị cổ phiếu.

#### ***1.2.4. Tỷ suất sinh lời trên tài sản ROA***

Chỉ tiêu ROA (Return on Assets - Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản) là một trong những chỉ số tài chính quan trọng nhất, được sử dụng rộng rãi trong đánh giá hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Theo Nguyễn Thị Minh, 2021 và Đỗ Thị Thu Hương, 2019, thì ROA được định nghĩa là tỷ số giữa lợi nhuận sau thuế và tổng tài sản trung bình của doanh nghiệp trong một kỳ nhất định, phản ánh hiệu quả sử dụng tổng tài sản để tạo ra lợi nhuận và khả năng sinh lời của mỗi đồng vốn đầu tư vào tài sản.

ROA có ý nghĩa quan trọng đối với các bên liên quan đến doanh nghiệp. Đối với nhà đầu tư, ROA cao cho thấy doanh nghiệp sử dụng tài sản hiệu quả, tạo ra lợi nhuận tốt và có tiềm năng tăng trưởng cao, từ đó hỗ trợ quyết định đầu tư. Đối với nhà quản lý, ROA là thước đo hiệu quả quản lý tài sản, phản ánh khả năng sử dụng hiệu quả các nguồn lực tài chính để tạo ra lợi nhuận. Đối với chủ nợ, ROA là một trong những yếu tố quan trọng để đánh giá khả năng trả nợ của doanh nghiệp, thể hiện qua khả năng tạo ra lợi nhuận tốt để đảm bảo khả năng trả nợ.

$$ROA = \text{Lợi nhuận sau thuế} / \text{Tổng tài sản} \times 100\%$$

Trong thực tế, ROA được ứng dụng rộng rãi trong việc đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh, lập kế hoạch kinh doanh, ra quyết định đầu tư và đánh giá khả năng trả nợ của doanh nghiệp. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng ROA có thể bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố như quy mô tài sản, cơ cấu tài sản, ngành nghề kinh doanh và giai đoạn phát triển của doanh nghiệp. Do đó, cần phải phân tích kỹ lưỡng các yếu tố này để hiểu rõ nguyên nhân biến động của ROA và có những điều chỉnh phù hợp. Ngoài ra, ROA không phải là chỉ tiêu duy nhất để đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh, mà cần kết hợp với các chỉ tiêu khác như ROE, ROS, vòng quay tài sản... để có cái nhìn toàn diện và chính xác về tình hình tài chính của doanh nghiệp.

### ***1.2.5. Tỷ suất sinh lời trên doanh thu ROS***

Chỉ tiêu ROS (Return on Sales - Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu) là một chỉ số tài chính quan trọng, được sử dụng rộng rãi để đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Theo Nguyễn Thị Minh, 2021 và Đỗ Thị Thu Hương, 2019, ROS được định nghĩa là tỷ số giữa lợi nhuận trước thuế và doanh thu thuần của doanh nghiệp trong một kỳ nhất định, phản ánh khả năng sinh lời trên mỗi đồng doanh thu, thể hiện hiệu quả hoạt động kinh doanh và khả năng kiểm soát chi phí của doanh nghiệp.

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

Chỉ số ROS mang ý nghĩa quan trọng đối với các bên liên quan đến doanh nghiệp. Đối với nhà đầu tư, ROS cao là tín hiệu tích cực cho thấy doanh nghiệp có khả năng tạo ra lợi nhuận tốt từ doanh thu, hoạt động kinh doanh hiệu quả và kiểm soát chi phí tốt, từ đó hỗ trợ quyết định đầu tư. Đối với nhà quản lý, ROS là thước đo hiệu quả hoạt động kinh doanh, giúp họ đánh giá khả năng sinh lời và kiểm soát chi phí của doanh nghiệp. Đối với nhân viên, ROS cao có thể là cơ sở để doanh nghiệp tăng lương, thưởng, tạo động lực làm việc và gắn bó lâu dài.

Trong thực tế, ROS được ứng dụng rộng rãi trong việc đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh, lập kế hoạch kinh doanh, định giá sản phẩm và đàm phán với đối tác. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng ROS có thể bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố như ngành nghề kinh doanh, quy mô doanh nghiệp, giai đoạn phát triển của doanh nghiệp, biến động thị trường và chính sách kinh tế. Do đó, nhà quản lý và nhà đầu tư cần phân tích kỹ lưỡng các yếu tố này để hiểu rõ nguyên nhân biến động của ROS và đưa ra các điều chỉnh phù hợp. Ngoài ra, ROS không phải là chỉ tiêu duy nhất để đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh, mà cần kết hợp với các chỉ tiêu khác như ROA, ROE, vòng quay hàng tồn kho... để có cái nhìn toàn diện và chính xác về tình hình tài chính của doanh nghiệp.

### ***1.2.6 Chỉ tiêu RRA (Relative Return on Assets)***

RRA là một chỉ số được sử dụng để đánh giá khả năng sinh lời của doanh nghiệp dựa trên tỷ suất lợi nhuận so với tổng tài sản. Chỉ số này cho biết hiệu quả của doanh nghiệp trong việc sử dụng tài sản để tạo ra lợi nhuận, đồng thời phản ánh mức độ sử dụng hiệu quả nguồn lực của doanh nghiệp. RRA được tính bằng cách lấy lợi nhuận

được chia cho tổng tài sản của doanh nghiệp, thể hiện dưới dạng phần trăm (%). Một doanh nghiệp có chỉ số RRA cao hơn chứng tỏ khả năng sinh lời tốt, nghĩa là doanh nghiệp đang sử dụng tài sản một cách tối ưu để tạo ra giá trị gia tăng.

RRA không chỉ đo lường hiệu quả hoạt động nội tại của doanh nghiệp mà còn so sánh với các doanh nghiệp khác trong cùng ngành để đánh giá vị thế cạnh tranh. Doanh nghiệp có RRA cao cho thấy khả năng quản trị tài sản hiệu quả, đồng thời có sức hấp dẫn đối với các nhà đầu tư. Tuy nhiên, RRA có một số hạn chế nhất định như không tính đến các yếu tố rủi ro tài chính và biến động thị trường, do đó cần kết hợp với các chỉ số khác để có cái nhìn toàn diện hơn.

### **1.2.7 Chỉ tiêu RIE (Residual Income Earnings)**

RIE là một tiêu chí đánh giá khả năng sinh lời của doanh nghiệp bằng cách xem xét lợi nhuận thặng dư sau khi trừ đi chi phí vốn. Khái niệm lợi nhuận thặng dư này dựa trên nguyên tắc rằng lợi nhuận mà doanh nghiệp tạo ra phải đủ để bù đắp cho chi phí sử dụng vốn, bao gồm chi phí sử dụng vốn chủ sở hữu và vốn vay. RIE được tính bằng công thức:

$$\text{RIE} = \text{Lợi nhuận sau thuế} - (\text{Tổng tài sản} * \text{Tỷ lệ chi phí vốn})$$

Nếu chỉ số RIE của doanh nghiệp lớn hơn 0, điều đó có nghĩa là doanh nghiệp đã tạo ra được lợi nhuận vượt mức chi phí vốn bỏ ra. Ngược lại, nếu chỉ số RIE nhỏ hơn 0, doanh nghiệp chưa đạt được mức lợi nhuận mong muốn để bù đắp chi phí vốn, cho thấy hiệu quả hoạt động thấp.

RIE cung cấp một góc nhìn khác về hiệu quả hoạt động kinh doanh so với các chỉ số sinh lời truyền thống như ROA (Return on Assets) hay ROE (Return on Equity). Chỉ số này giúp nhà quản trị đánh giá rõ ràng hơn về hiệu quả sinh lời sau khi đã trừ đi các chi phí vốn, qua đó có thể điều chỉnh chiến lược tài chính một cách phù hợp. Tuy nhiên, việc xác định tỷ lệ chi phí vốn hợp lý để tính toán RIE là một thách thức, vì nó đòi hỏi sự chính xác và đầy đủ về các thông số tài chính liên quan.

## **1.3 Mô hình và phương pháp đánh giá khả năng sinh lời của doanh nghiệp**

### **1.3.1 Phương pháp so sánh**

Phương pháp so sánh là một trong những phương pháp phổ biến và hiệu quả trong việc đánh giá khả năng sinh lời của doanh nghiệp. Phương pháp này được sử dụng để nghiên cứu kết quả và xu hướng biến động của các chỉ tiêu tài chính, từ đó

đưa ra những đánh giá chính xác về tình hình tài chính của doanh nghiệp.

Theo Nguyễn Văn Công (2018) phương pháp so sánh thường được thực hiện thông qua hai cách chính: so sánh theo thời gian và so sánh với các chuẩn mực ngành hoặc với các đối thủ cạnh tranh. Khi so sánh theo thời gian, doanh nghiệp có thể đánh giá mức độ biến động của các chỉ tiêu tài chính như ROA (Return on Assets - Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản) hoặc ROE (Return on Equity - Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu) qua các kỳ kế toán khác nhau. Cách này giúp doanh nghiệp nhận diện xu hướng và nhịp điệu tăng trưởng, từ đó đánh giá được hiệu quả của các biện pháp quản lý đã áp dụng.

Ngoài ra, việc so sánh với các chỉ tiêu bình quân ngành hoặc với đối thủ cạnh tranh cũng rất quan trọng. Điều này cho phép doanh nghiệp đánh giá vị thế của mình trên thị trường và nhận diện những điểm mạnh, yếu so với các đối thủ. Ví dụ, chỉ tiêu ROA của một doanh nghiệp khi so sánh với bình quân ngành có thể phản ánh được mức độ hiệu quả của việc sử dụng tài sản trong ngành đó. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng, trong một số ngành đặc thù như công nghiệp nặng hoặc khai khoáng, chỉ tiêu này có thể thấp hơn so với các ngành khác do đặc thù về cơ cấu tài sản.

Như vậy phương pháp so sánh là một công cụ mạnh mẽ giúp doanh nghiệp không chỉ đánh giá chính xác khả năng sinh lời của mình mà còn hiểu rõ hơn về vị trí của mình trong ngành. Qua đó, doanh nghiệp có thể đưa ra những quyết định chiến lược phù hợp để cải thiện hiệu quả kinh doanh. Phương pháp này không chỉ giúp đo lường hiệu suất hiện tại mà còn là cơ sở để dự báo và lập kế hoạch cho tương lai.

### ***1.3.2 Phương pháp loại trừ***

Phương pháp loại trừ là một trong những phương pháp quan trọng trong phân tích khả năng sinh lời của doanh nghiệp. Phương pháp này giúp xác định mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố riêng lẻ đến chỉ tiêu tài chính, giả định rằng các yếu tố còn lại không thay đổi. Đây là công cụ hữu ích để hiểu rõ nguồn gốc của những biến động trong hiệu quả tài chính của doanh nghiệp, từ đó đưa ra những quyết định quản lý phù hợp.

Theo Nguyễn Văn Công (2018) thì phương pháp loại trừ thường được áp dụng để phân tích các chỉ tiêu tài chính như ROA (Return on Assets - Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản) và ROE (Return on Equity - Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu).

Trong trường hợp của ROA, phương pháp loại trừ có thể chi tiết hóa chỉ tiêu này thành hai nhân tố chính: hiệu suất sử dụng tài sản (Asset Turnover) và tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (Profit Margin). Bằng cách áp dụng công thức

$$ROA = \text{Asset Turnover} \times \text{Profit Margin}$$

Nhà phân tích có thể xác định được nhân tố nào trong hai yếu tố này ảnh hưởng lớn nhất đến biến động của ROA trong kỳ phân tích.

Cụ thể, nếu tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu tăng trong khi hiệu suất sử dụng tài sản giữ nguyên hoặc giảm, thì tỷ lệ này chính là yếu tố chủ yếu góp phần nâng cao ROA của doanh nghiệp. Ngược lại, nếu hiệu suất sử dụng tài sản cải thiện đáng kể nhưng tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu không thay đổi, thì hiệu suất tài sản là yếu tố chính tác động.

Phương pháp loại trừ cũng có thể được kết hợp với các mô hình phân tích khác, như mô hình Dupont, để đánh giá chi tiết hơn về các yếu tố tác động đến khả năng sinh lời. Bằng cách loại trừ từng yếu tố và đo lường ảnh hưởng của nó đến chỉ tiêu tài chính, doanh nghiệp có thể nhận diện rõ ràng những lợi thế và bất lợi trong hoạt động kinh doanh, từ đó điều chỉnh chiến lược để cải thiện hiệu quả tài chính trong tương lai.

Tóm lại, phương pháp loại trừ là một công cụ quan trọng giúp các nhà quản lý và nhà phân tích tài chính hiểu rõ hơn về các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng sinh lời của doanh nghiệp, qua đó đưa ra các quyết định chiến lược nhằm tối ưu hóa hiệu quả kinh doanh.

### 1.3.3 Phương pháp Dupont

Phương pháp Dupont là một trong những mô hình phân tích hiệu quả tài chính quan trọng, thường được sử dụng để đánh giá khả năng sinh lời của doanh nghiệp. Mô hình này do công ty hóa chất DuPont phát triển vào những năm 1920, và từ đó đã trở thành một công cụ phổ biến trong phân tích tài chính.

ROE	=	Lợi nhuận sau thuế TNDN	x	Doanh thu thuần	x	Tài sản bình quân
		Doanh thu thuần		Tài sản bình quân		Vốn chủ sở hữu bình quân

Từ đó

ROE	=	Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS)	x	Số vòng quay tài sản	x	Đòn bẩy tài chính
-----	---	--	---	----------------------	---	-------------------

Cốt lõi của phương pháp Dupont là việc phân tách tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE - Return on Equity) thành ba thành phần chính: biên lợi nhuận, vòng quay tổng tài sản, và đòn bẩy tài chính.

Bằng cách phân tách ROE thành ba thành phần này, phương pháp Dupont giúp các nhà quản lý và nhà đầu tư hiểu rõ hơn về nguồn gốc của khả năng sinh lời. Chẳng hạn, nếu ROE tăng, nhà phân tích có thể xác định xem sự tăng trưởng này xuất phát từ việc kiểm soát chi phí tốt hơn, sử dụng tài sản hiệu quả hơn, hay là do doanh nghiệp sử dụng nhiều đòn bẩy tài chính hơn. Điều này cho phép doanh nghiệp không chỉ nhận diện những yếu tố thúc đẩy sự thành công mà còn tìm ra những điểm yếu cần cải thiện.

Một trong những điểm mạnh của phương pháp Dupont là khả năng đánh giá sâu sắc về sự tương tác giữa các yếu tố tài chính. Ví dụ, ngay cả khi ROE thấp, nếu biên lợi nhuận và vòng quay tài sản được cải thiện, doanh nghiệp vẫn có thể duy trì hoặc tăng trưởng trong dài hạn. Điều này giúp các nhà quản lý đưa ra những chiến lược tài chính hiệu quả hơn, chẳng hạn như cải thiện quy trình quản lý chi phí hoặc tối ưu hóa việc sử dụng tài sản.

Tóm lại, phương pháp Dupont là một công cụ phân tích tài chính mạnh mẽ, giúp chia nhỏ và hiểu rõ hơn các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng sinh lời của doanh nghiệp. Phương pháp này không chỉ hỗ trợ trong việc đánh giá hiệu quả hiện tại mà còn cung cấp cơ sở để dự báo khả năng sinh lời trong tương lai, giúp doanh nghiệp định hướng chiến lược phát triển dài hạn.

## **1.4 Các nhân tố ảnh hưởng tới khả năng sinh lời của doanh nghiệp**

### ***1.4.1 Nhân tố chủ quan***

Các nhân tố chủ quan ảnh hưởng đến khả năng sinh lời của doanh nghiệp là những yếu tố nằm trong tầm kiểm soát của doanh nghiệp, chịu sự tác động trực tiếp từ các quyết định và hành động của ban lãnh đạo và nhân viên. Trong đó, chính sách giá, lượng bán, chính sách khách hàng và thị trường mục tiêu là bốn nhân tố chủ quan quan trọng hàng đầu, có ảnh hưởng trực tiếp và đáng kể đến lợi nhuận của doanh nghiệp.

#### **Chính sách giá:**

Chính sách giá là một trong những công cụ quan trọng nhất mà doanh nghiệp



có thể sử dụng để tác động đến lượng bán và lợi nhuận. Việc thiết lập mức giá phù hợp không chỉ giúp thu hút khách hàng mà còn đảm bảo doanh nghiệp tạo ra đủ lợi nhuận để duy trì và phát triển hoạt động kinh doanh.

Thông thường, có một mối quan hệ tương quan nghịch giữa giá và lượng bán. Khi giá sản phẩm hoặc dịch vụ giảm, người tiêu dùng có xu hướng mua nhiều hơn, và ngược lại, khi giá tăng, lượng cầu có thể giảm. Tuy nhiên, mối quan hệ này không phải lúc nào cũng đơn giản và tuyến tính, nó còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác như độ co giãn của cầu theo giá. Đây là một khái niệm đo lường mức độ nhạy cảm của lượng cầu đối với sự thay đổi về giá.

Nếu cầu co giãn cao (độ co giãn lớn hơn 1), việc giảm giá sẽ dẫn đến sự tăng đáng kể về lượng bán, và ngược lại, việc tăng giá sẽ làm giảm lượng bán đáng kể. Trong trường hợp này, doanh nghiệp có thể cân nhắc giảm giá để tăng doanh thu và lợi nhuận, đặc biệt là khi sản phẩm có nhiều đối thủ cạnh tranh trên thị trường. Ngược lại, nếu cầu co giãn thấp (độ co giãn nhỏ hơn 1), việc thay đổi giá sẽ không ảnh hưởng nhiều đến lượng bán. Doanh nghiệp có thể cân nhắc tăng giá để tăng lợi nhuận trên mỗi đơn vị sản phẩm, đặc biệt là khi sản phẩm có tính độc đáo hoặc không có nhiều sự thay thế trên thị trường.

Mức giá mà đối thủ cạnh tranh đang áp dụng cho sản phẩm hoặc dịch vụ tương tự cũng ảnh hưởng đến quyết định định giá của doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp đặt giá quá cao so với mức giá trung bình, khách hàng có thể chuyển sang mua sản phẩm của đối thủ cạnh tranh, dẫn đến giảm doanh thu và lợi nhuận. Ngược lại, nếu đặt giá quá thấp, doanh nghiệp có thể bỏ lỡ cơ hội tối đa hóa lợi nhuận.

Đôi khi, khách hàng sẵn sàng trả giá cao hơn cho một sản phẩm nếu họ cảm nhận được giá trị vượt trội mà sản phẩm đó mang lại, chẳng hạn như chất lượng cao, thương hiệu mạnh, hoặc dịch vụ khách hàng tốt. Doanh nghiệp có thể tận dụng điều này để định giá sản phẩm ở mức cao hơn, từ đó tăng lợi nhuận.

Bên cạnh đó, chi phí sản xuất là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến giá bán. Doanh nghiệp cần đảm bảo rằng giá bán đủ để bù đắp tất cả các chi phí sản xuất và tạo ra lợi nhuận.

Chính sách giá ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận thông qua việc tác động đến cả doanh thu và chi phí. Như đã đề cập ở trên, giá bán ảnh hưởng đến lượng bán, từ

đó ảnh hưởng đến doanh thu. Việc tăng giá có thể làm tăng doanh thu trên mỗi đơn vị sản phẩm, nhưng đồng thời có thể làm giảm lượng bán. Ngược lại, việc giảm giá có thể làm tăng lượng bán, nhưng đồng thời có thể làm giảm doanh thu trên mỗi đơn vị sản phẩm. Doanh nghiệp cần phải cân nhắc kỹ lưỡng giữa hai yếu tố này để tìm ra mức giá tối ưu, giúp tối đa hóa doanh thu.

Chính sách giá cũng có thể ảnh hưởng đến chi phí. Ví dụ, nếu doanh nghiệp giảm giá để tăng lượng bán, họ có thể phải đối mặt với áp lực giảm chi phí sản xuất để duy trì lợi nhuận. Ngược lại, nếu doanh nghiệp tăng giá, họ có thể có thêm nguồn lực để đầu tư vào cải tiến sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ, hoặc mở rộng hoạt động marketing, từ đó tạo ra lợi nhuận cao hơn trong dài hạn.

Đặc điểm sản phẩm, bao gồm chất lượng, tính năng, thiết kế, thương hiệu và giá trị cảm nhận, ảnh hưởng trực tiếp đến sức cạnh tranh và khả năng sinh lời của doanh nghiệp. Sản phẩm chất lượng cao, đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng và có thương hiệu mạnh sẽ có giá trị cao hơn, cho phép doanh nghiệp định giá cao hơn và tạo ra lợi nhuận lớn hơn. Ngược lại, sản phẩm kém chất lượng, không đáp ứng được nhu cầu của khách hàng sẽ khó bán được với giá cao, thậm chí có thể gây thiệt hại cho doanh nghiệp. Do đó, việc đầu tư vào nghiên cứu và phát triển sản phẩm, nâng cao chất lượng và xây dựng thương hiệu là rất quan trọng để tăng lợi nhuận.

### **Chính sách Marketing và bán hàng:**

Chính sách Marketing đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng nhận thức về thương hiệu, thu hút khách hàng tiềm năng và thúc đẩy quyết định mua hàng. Một số yếu tố chính trong chính sách marketing bao gồm nghiên cứu thị trường để hiểu rõ nhu cầu khách hàng và phát triển sản phẩm phù hợp, xây dựng thương hiệu mạnh để tạo sự tin tưởng, sử dụng quảng cáo và truyền thông hiệu quả để tiếp cận khách hàng, tổ chức chương trình khuyến mãi để kích thích mua sắm và tận dụng marketing trực tuyến để tiếp cận khách hàng tiềm năng rộng rãi.

Chính sách bán hàng của doanh nghiệp đóng vai trò then chốt trong việc thu hút và giữ chân khách hàng, thúc đẩy doanh số và tối đa hóa lợi nhuận. Một chính sách bán hàng hiệu quả cần được xây dựng dựa trên sự thấu hiểu sâu sắc về nhu cầu và hành vi của khách hàng, đồng thời phải đủ linh hoạt để thích ứng với những thay đổi của thị trường. Chính sách này bao gồm nhiều khía cạnh, từ chính sách marketing,

chính sách thương mại đến dịch vụ khách hàng và các hoạt động hậu mãi.

Chính sách Thương mại bao gồm các điều khoản và điều kiện liên quan đến việc mua bán sản phẩm hoặc dịch vụ, nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng và thúc đẩy doanh số. Một số yếu tố chính trong chính sách thương mại bao gồm cung cấp chiết khấu thương mại để khuyến khích mua hàng số lượng lớn, cho phép bán chịu để giảm áp lực tài chính cho khách hàng, đa dạng phương thức thanh toán để tạo sự thuận tiện, thiết lập chính sách đổi trả hàng rõ ràng và cung cấp dịch vụ bảo hành sản phẩm để tăng sự tin tưởng của khách hàng.

### **Thị trường mục tiêu:**

Việc lựa chọn đúng thị trường mục tiêu là yếu tố quan trọng để doanh nghiệp tập trung nguồn lực vào đúng đối tượng khách hàng, từ đó tối ưu hóa hiệu quả kinh doanh và tăng lợi nhuận. Thị trường mục tiêu cần được xác định dựa trên các yếu tố như nhu cầu, khả năng chi trả, đặc điểm nhân khẩu học, hành vi tiêu dùng của khách hàng. Việc thấu hiểu thị trường mục tiêu sẽ giúp doanh nghiệp xây dựng được các chiến lược tiếp thị và bán hàng phù hợp, tăng khả năng tiếp cận và thuyết phục khách hàng. Chính sách khách hàng là một yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp thu hút và giữ chân khách hàng, từ đó tăng doanh thu và lợi nhuận. Một chính sách khách hàng tốt cần đáp ứng được nhu cầu và mong muốn của khách hàng, mang lại cho họ những trải nghiệm tích cực và giá trị gia tăng. Các hoạt động như chăm sóc khách hàng tận tâm, giải quyết khiếu nại nhanh chóng, chương trình khách hàng thân thiết... đều góp phần xây dựng một chính sách khách hàng hiệu quả. **Phân loại khách hàng** là bước đầu tiên trong việc nhận diện đặc điểm và nhu cầu của các nhóm khách hàng khác nhau, từ đó xác định nhóm khách hàng mang lại giá trị cao nhất. Doanh nghiệp thường phân loại dựa trên các tiêu chí như độ tuổi, thu nhập, hành vi mua sắm, và mức độ trung thành. **Xác định khách hàng mục tiêu** là quá trình chọn lọc và tập trung vào nhóm khách hàng có tiềm năng sinh lợi cao nhất, từ đó xây dựng các chiến lược marketing và bán hàng phù hợp nhằm tăng cường mối quan hệ và nâng cao giá trị nhận được từ nhóm khách hàng này. **Xây dựng chính sách với từng loại khách hàng** là bước cuối cùng, giúp doanh nghiệp tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng thông qua các chính sách giá, khuyến mãi, dịch vụ hậu mãi, và chăm sóc khách hàng. Đối với từng nhóm khách hàng khác nhau, doanh nghiệp cần có những chính sách khác

biệt để đáp ứng đúng nhu cầu và kỳ vọng, từ đó tăng cường sự hài lòng, thúc đẩy mua hàng lặp lại, và nâng cao lòng trung thành. Sự kết hợp chặt chẽ giữa phân loại khách hàng, xác định khách hàng mục tiêu và xây dựng chính sách hợp lý giúp doanh nghiệp không chỉ tối đa hóa doanh thu mà còn nâng cao hiệu quả chi phí, góp phần cải thiện khả năng sinh lời bền vững.

### **Chất lượng nguồn nhân lực**

Năng lực quản lý của ban lãnh đạo và đội ngũ nhân viên có ảnh hưởng lớn đến khả năng sinh lời của doanh nghiệp. Một đội ngũ quản lý có tầm nhìn, năng động, sáng tạo và có khả năng ra quyết định chính xác sẽ giúp doanh nghiệp tận dụng tốt các cơ hội, vượt qua thách thức và đạt được thành công. Bên cạnh đó, đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn cao, tinh thần trách nhiệm và khả năng làm việc nhóm cũng góp phần quan trọng vào việc nâng cao năng suất lao động, giảm chi phí và tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp. Do đó, việc đầu tư vào đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, xây dựng một môi trường làm việc chuyên nghiệp và khuyến khích sự sáng tạo là những yếu tố cần thiết để nâng cao năng lực quản lý và tăng lợi nhuận. **Nhà quản lý** là những người định hướng, ra quyết định và dẫn dắt doanh nghiệp. Do đó, họ cần có những phẩm chất như khả năng lãnh đạo, tư duy chiến lược, và kỹ năng ra quyết định. Khả năng lãnh đạo giúp nhà quản lý dẫn dắt đội ngũ và tạo động lực làm việc, trong khi tư duy chiến lược cho phép họ nhìn xa, dự đoán xu hướng và định hướng doanh nghiệp theo đúng con đường phát triển. Ngoài ra, kỹ năng ra quyết định giúp họ xử lý tình huống kịp thời, tối ưu hóa cơ hội kinh doanh và kiểm soát rủi ro. **Nhân viên** là lực lượng thực thi các chiến lược và chính sách của doanh nghiệp. Do đó, nhân viên cần có những phẩm chất như kỹ năng chuyên môn cao, tinh thần trách nhiệm và khả năng làm việc nhóm. Kỹ năng chuyên môn giúp nhân viên thực hiện công việc hiệu quả, trong khi tinh thần trách nhiệm đảm bảo công việc được hoàn thành đúng tiến độ và chất lượng. Khả năng làm việc nhóm giúp họ phối hợp tốt với đồng nghiệp, tối ưu hóa quy trình làm việc và đóng góp tích cực vào mục tiêu chung. Chất lượng của nhà quản lý và nhân viên kết hợp với nhau tạo nên nền tảng vững chắc, giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng sinh lời và phát triển bền vững.

### **Khả năng quản lý chi phí**

Khả năng quản lý chi phí là một trong những nhân tố chủ quan quan trọng ảnh

hưởng trực tiếp đến khả năng sinh lời của doanh nghiệp. Quản lý chi phí hiệu quả không chỉ giúp doanh nghiệp kiểm soát ngân sách mà còn tối ưu hóa lợi nhuận bằng cách giảm thiểu các khoản chi không cần thiết, nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực. Doanh nghiệp cần xây dựng một hệ thống quản lý chi phí chặt chẽ, bao gồm việc lập kế hoạch chi phí, theo dõi và kiểm soát chi tiêu trong từng giai đoạn hoạt động. Khả năng quản lý chi phí tốt đòi hỏi doanh nghiệp phải xác định rõ ràng các khoản chi cần thiết, phân tích mối liên hệ giữa chi phí và doanh thu, từ đó đưa ra các quyết định cắt giảm hoặc điều chỉnh phù hợp mà không làm ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm và dịch vụ. Ngoài ra, doanh nghiệp cần thường xuyên đánh giá và tối ưu hóa quy trình sản xuất và vận hành để giảm chi phí cố định và biến đổi. Sử dụng công nghệ, tự động hóa và cải tiến quy trình là những biện pháp hữu hiệu giúp giảm chi phí lao động, nguyên vật liệu, và các chi phí khác. Quản lý chi phí hiệu quả không chỉ tăng khả năng sinh lời mà còn giúp doanh nghiệp nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường, duy trì ổn định tài chính và phát triển bền vững trong dài hạn.

Quản lý chi phí hiệu quả là một trong những yếu tố quan trọng nhất để tăng lợi nhuận của doanh nghiệp. Chi phí bao gồm nhiều loại như chi phí nguyên vật liệu, chi phí nhân công, chi phí tiếp thị, chi phí quản lý... Việc kiểm soát và tối ưu hóa các chi phí này sẽ giúp doanh nghiệp giảm giá thành sản phẩm, tăng khả năng cạnh tranh về giá và nâng cao lợi nhuận. Để quản lý chi phí hiệu quả, doanh nghiệp cần xây dựng một hệ thống kế toán chi tiết, theo dõi sát sao các khoản chi phí, phân tích và đánh giá hiệu quả sử dụng các nguồn lực, từ đó đưa ra các biện pháp cải thiện và tiết kiệm chi phí.

#### ***1.4.2 Nhân tố khách quan***

##### **Tình hình kinh tế vĩ mô:**

Tình hình kinh tế vĩ mô, bao gồm tốc độ tăng trưởng kinh tế, lạm phát, lãi suất, tỷ giá hối đoái và các chính sách kinh tế của chính phủ, có ảnh hưởng lớn đến hoạt động của doanh nghiệp. Trong giai đoạn kinh tế tăng trưởng, thu nhập của người dân tăng, nhu cầu tiêu dùng tăng, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp tăng doanh thu và lợi nhuận. Ngược lại, trong giai đoạn kinh tế suy thoái, thu nhập của người dân giảm, nhu cầu tiêu dùng giảm, doanh nghiệp sẽ gặp khó khăn trong việc bán hàng và duy trì lợi nhuận.

### **Cạnh tranh thị trường:**

Mức độ cạnh tranh trên thị trường là một yếu tố khách quan quan trọng ảnh hưởng đến lợi nhuận của doanh nghiệp. Thị trường cạnh tranh cao với nhiều đối thủ mạnh sẽ gây áp lực lên doanh nghiệp về giá cả, chất lượng sản phẩm và dịch vụ, đòi hỏi doanh nghiệp phải liên tục đổi mới và cải tiến để duy trì lợi thế cạnh tranh. Ngược lại, thị trường ít cạnh tranh hơn có thể tạo điều kiện cho doanh nghiệp dễ dàng đạt được lợi nhuận cao hơn.

### **Thay đổi công nghệ:**

Sự phát triển của công nghệ có thể mang lại cả cơ hội và thách thức cho doanh nghiệp. Công nghệ mới có thể giúp doanh nghiệp cải thiện hiệu quả sản xuất, giảm chi phí, nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ, từ đó tăng lợi nhuận. Tuy nhiên, nếu không kịp thời thích ứng với những thay đổi công nghệ, doanh nghiệp có thể bị tụt hậu so với đối thủ và mất đi lợi thế cạnh tranh.

### **Yếu tố pháp lý và chính trị:**

Các quy định pháp luật và chính sách của chính phủ liên quan đến thuế, môi trường, lao động... có thể tác động trực tiếp đến chi phí và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Những thay đổi trong luật pháp và chính sách có thể tạo ra những cơ hội mới hoặc gây ra những khó khăn cho doanh nghiệp. Do đó, doanh nghiệp cần phải thường xuyên cập nhật và tuân thủ các quy định pháp luật để tránh rủi ro và đảm bảo hoạt động kinh doanh ổn định.

### **Thiên tai và dịch bệnh:**

Thiên tai như bão lụt, hạn hán, động đất... và dịch bệnh như COVID-19 có thể gây ra những thiệt hại nghiêm trọng cho doanh nghiệp, làm gián đoạn hoạt động sản xuất kinh doanh, ảnh hưởng đến nguồn cung ứng nguyên vật liệu và sức mua của thị trường. Do đó, doanh nghiệp cần phải có kế hoạch dự phòng và ứng phó với các tình huống bất ngờ này để giảm thiểu thiệt hại và duy trì hoạt động kinh doanh.

Tóm lại, các nhân tố khách quan như tình hình kinh tế vĩ mô, cạnh tranh thị trường, thay đổi công nghệ, yếu tố pháp lý và chính trị, thiên tai và dịch bệnh đều có thể tác động đáng kể đến lợi nhuận của doanh nghiệp. Doanh nghiệp cần phải nhận thức rõ những yếu tố này, thường xuyên theo dõi và phân tích diễn biến của chúng để có những điều chỉnh kịp thời trong chiến lược kinh doanh, nhằm giảm thiểu rủi ro và

tận dụng cơ hội để tăng trưởng và phát triển bền vững.

## **CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG KHẢ NĂNG SINH LỜI CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ HỢP LONG GIAI ĐOẠN 2021-2023**

### **2.1 Giới thiệu tổng quan về Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long**

#### ***2.1.1 Khái quát chung về công ty***

Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long (HOPLONGTECH.,JSC) là một trong những doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực công nghệ tại Việt Nam. Với bề dày kinh nghiệm và đội ngũ nhân sự chất lượng cao, Hợp Long không ngừng nỗ lực mang đến những giải pháp công nghệ tiên tiến, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng trong và ngoài nước.

Trụ sở chính của HOPLONGTECH.,JSC đặt tại số 6, ngõ 293, đường Tân Mai, phường Tân Mai, Quận Hoàng Mai, TP Hà Nội, Việt Nam. Với vị trí thuận lợi, công ty dễ dàng tiếp cận khách hàng và đối tác, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho việc giao thương và hợp tác kinh doanh. HOPLONGTECH.,JSC hoạt động dưới sự lãnh đạo của ông Nguyễn Hồng Quảng, người có nhiều năm kinh nghiệm trong lĩnh vực công nghệ và quản lý doanh nghiệp.

HOPLONGTECH.,JSC sở hữu một hệ thống cơ sở vật chất hiện đại, bao gồm các phòng nghiên cứu, phát triển sản phẩm, dây chuyền sản xuất và trung tâm kiểm định chất lượng. Điều này cho phép công ty chủ động trong việc nghiên cứu, phát triển và sản xuất các sản phẩm công nghệ chất lượng cao, đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe của thị trường. Bên cạnh đó, HOPLONGTECH.,JSC còn đầu tư mạnh mẽ vào công nghệ thông tin, xây dựng một hệ thống quản lý hiện đại, giúp tối ưu hóa quy trình sản xuất kinh doanh, nâng cao hiệu quả hoạt động và giảm thiểu chi phí.

Với tiềm lực tài chính vững mạnh, HOPLONGTECH.,JSC có vốn điều lệ lên đến 70.000.000.000 tỷ đồng. Công ty hoạt động minh bạch và tuân thủ các quy định pháp luật, thể hiện qua mã số thuế 0104509916 và tài khoản số 0350101001686 tại Ngân hàng TMCP Hàng hải Việt Nam - chi nhánh Nam Hà Nội. HOPLONGTECH.,JSC cam kết mang đến cho khách hàng những sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao, đồng thời đóng góp tích cực vào sự phát triển của ngành công nghệ Việt Nam.

#### ***2.1.2 Quá trình hình thành và phát triển của công ty***

Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long đã trải qua một hành trình phát triển ấn



tượng, đánh dấu bằng những cột mốc quan trọng, thể hiện sự nỗ lực không ngừng và khát vọng vươn lên trong lĩnh vực công nghệ tại Việt Nam.

Giai đoạn khởi đầu (2010-2011):

Hợp Long khởi đầu với việc thành lập trụ sở tại Hà Nội, đặt nền móng cho sự phát triển sau này. Định hướng ban đầu của công ty là phân phối thiết bị tự động hóa từ các thị trường lớn như Nhật Bản, Hàn Quốc và Châu Âu. Với sự tập trung vào sản phẩm tự động hóa nhà máy, đặc biệt là các thương hiệu Nhật Bản, Hợp Long đã nhanh chóng tiếp cận và xây dựng mối quan hệ với các khách hàng tiềm năng như Eus Electronics và Automotive MRO của Nhật Bản.

Giai đoạn mở rộng và phát triển (2012-2016):

Trong giai đoạn này, Hợp Long đã có những bước tiến đáng kể trong việc mở rộng hoạt động kinh doanh và củng cố vị thế trên thị trường. Công ty trở thành nhà phân phối chính thức của các thương hiệu lớn như IDEC (Nhật Bản) và LS INVERTER (Hàn Quốc), đồng thời mở rộng danh mục sản phẩm bằng việc phân phối sản phẩm của Omron và Autonics. Năm 2016, Hợp Long mở chi nhánh tại Hồ Chí Minh, đánh dấu bước ngoặt quan trọng trong việc mở rộng hệ thống phân phối và tiếp cận thị trường phía Nam.

Giai đoạn đạt được những thành tựu đáng kinh ngạc (2017-2023):

Từ năm 2017 đến nay, Hợp Long đã đạt được những thành tựu vượt bậc, khẳng định vị thế dẫn đầu trong lĩnh vực công nghệ tự động hóa tại Việt Nam. Công ty mở rộng mạng lưới hoạt động với các chi nhánh tại Đà Nẵng, Hải Phòng và Bắc Ninh, đồng thời mở rộng danh sách đối tác chính thức với các hãng lớn như Schneider Electric, Cognex, Siemens. Hợp Long cũng không ngừng nâng cấp hệ thống kho hàng, đảm bảo cung ứng sản phẩm nhanh chóng và hiệu quả cho khách hàng.

Đặc biệt, việc ra mắt các thương hiệu Giga Electric, Giga Digital và Giga Future, cùng với việc mở HOPLONG EXPERIENCE CENTER (HEC) và Brand GIGA.vn đã đánh dấu bước chuyển mình mạnh mẽ của Hợp Long trong việc đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ, hướng tới cung cấp các giải pháp công nghệ toàn diện cho khách hàng. Hợp Long cũng đã vinh dự được xưng tên trong danh sách Top 500 doanh nghiệp tăng trưởng lớn nhất Việt Nam và Top 500 doanh nghiệp tư nhân lớn nhất Việt Nam, khẳng định vị thế và uy tín của mình trên thị trường.

Gần đây nhất, Hợp Long đã trở thành đại lý độc quyền của Frecon và đối tác chiến lược toàn cầu của Siemens, mở ra những cơ hội hợp tác và phát triển mới trong tương lai.

Với những thành tựu đã đạt được, Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long đã khẳng định được vị thế của mình là một trong những doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực công nghệ tại Việt Nam. Với tầm nhìn chiến lược và sự nỗ lực không ngừng, Hợp Long cam kết tiếp tục mang đến những giải pháp công nghệ tiên tiến, góp phần vào sự phát triển của ngành công nghiệp và kinh tế đất nước.

### **2.1.3 Ngành nghề kinh doanh**

#### **Đặc điểm sản phẩm:**

Các sản phẩm và dịch vụ của Hợp Long đều hướng đến tính chất lượng, hiệu quả và công nghệ vượt trội. Trong lĩnh vực thiết bị công nghiệp, công ty cung cấp đa dạng các sản phẩm như thiết bị điện, tự động hóa, điều khiển và đo lường, đáp ứng nhu cầu của các ngành công nghiệp sản xuất, chế tạo, năng lượng và xây dựng. Trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe, Hợp Long phân phối các sản phẩm chăm sóc cá nhân, thiết bị y tế và thực phẩm chức năng, chú trọng đến nguồn gốc và chất lượng sản phẩm. Đối với đồ gia dụng thông minh, công ty mang đến những giải pháp tiện ích và hiện đại, giúp nâng cao chất lượng cuộc sống. Cuối cùng, trong lĩnh vực phần mềm và giải pháp tích hợp, Hợp Long cung cấp các giải pháp phần mềm quản lý doanh nghiệp, giải pháp tự động hóa quy trình và các dịch vụ tư vấn, triển khai, hỗ trợ kỹ thuật.

#### **Thị trường mục tiêu:**

Thị trường mục tiêu của Hợp Long là toàn bộ thị trường Việt Nam, với sự tập trung vào các thành phố lớn và các khu công nghiệp trọng điểm. Công ty hướng đến cả khách hàng doanh nghiệp (B2B) và khách hàng cá nhân (B2C). Trong thị trường B2B, Hợp Long tập trung vào các doanh nghiệp sản xuất, chế tạo, năng lượng và xây dựng, cung cấp các giải pháp và thiết bị công nghiệp giúp tối ưu hóa quy trình sản xuất, nâng cao năng suất và hiệu quả kinh doanh. Trong thị trường B2C, Hợp Long hướng đến người tiêu dùng quan tâm đến sức khỏe, tiện ích và công nghệ, cung cấp các sản phẩm chăm sóc sức khỏe, đồ gia dụng thông minh và giải pháp phần mềm đáp ứng nhu cầu của cuộc sống hiện đại.

### **Khách hàng mục tiêu:**

Khách hàng mục tiêu của Hợp Long rất đa dạng, trải rộng trên nhiều lĩnh vực và nhóm đối tượng. Đối với phân khúc khách hàng doanh nghiệp, công ty tập trung vào các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, chế tạo, năng lượng và xây dựng, đáp ứng nhu cầu về thiết bị công nghiệp, giải pháp tự động hóa và phần mềm quản lý. Bên cạnh đó, Hợp Long cũng xây dựng mối quan hệ hợp tác bền vững với các đại lý và nhà phân phối trên toàn quốc, tạo thành một mạng lưới rộng khắp để đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng. Đối với phân khúc khách hàng cá nhân, công ty hướng đến những người quan tâm đến sức khỏe, tiện ích và công nghệ, đáp ứng nhu cầu đa dạng về các sản phẩm chăm sóc sức khỏe, đồ gia dụng thông minh và giải pháp phần mềm. Sự đa dạng trong nhóm khách hàng mục tiêu giúp Hợp Long mở rộng thị trường, tăng khả năng tiếp cận khách hàng và tối ưu hóa doanh thu.

### **Nhà cung cấp:**

Hợp Long hợp tác với hơn 200 thương hiệu lớn trong và ngoài nước, bao gồm Schneider Electric, Ecovacs, Xiaomi, Omron, Siemens, Tineco, Cuckoo, Tefal, Autonics, LG, Daikin... Điều này đảm bảo nguồn cung ứng sản phẩm đa dạng, chất lượng và ổn định, đáp ứng nhu cầu của thị trường.

### **Mô hình kinh doanh:**

Hợp Long hoạt động theo mô hình B2B2C, kết hợp giữa bán hàng trực tiếp cho doanh nghiệp (B2B) và bán hàng thông qua hệ thống đại lý, nhà phân phối đến người tiêu dùng cuối cùng (B2C). Mô hình này giúp Hợp Long tận dụng được lợi thế của cả hai kênh phân phối, tiếp cận được nhiều đối tượng khách hàng hơn và tối ưu hóa doanh thu. Bên cạnh đó, Hợp Long còn cung cấp các dịch vụ tư vấn, triển khai và hỗ trợ kỹ thuật, tạo ra giá trị gia tăng cho khách hàng và nâng cao uy tín thương hiệu.

#### ***2.1.4 Cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý và chức năng nhiệm vụ từng ban***

Sơ đồ bộ máy công ty

Để đảm bảo sự gọn nhẹ, không chồng chéo, đảm bảo sự thông suốt trong quá trình hoạt động tạo điều kiện cho lãnh đạo quản lý chỉ đạo công việc tốt nhất, các cấp dưới truyền đạt thông tin một cách nhanh chóng, công ty đã áp dụng bộ máy quản lý theo mô hình dưới đây



**Hình 2. 1: Cơ cấu tổ chức của Công ty**

*Nguồn: Công ty cổ phần Công nghệ Hợp Long*

Hội đồng quản trị (HDQT) và Ban Giám đốc (BGĐ) đóng vai trò then chốt trong việc định hướng và điều hành hoạt động của công ty. HDQT chịu trách nhiệm đề xuất và phê duyệt các chiến lược kinh doanh dài hạn, từ việc mở rộng thị trường, đầu tư vào nghiên cứu và phát triển, đến xây dựng hình ảnh thương hiệu. Đồng thời, HDQT cũng giám sát hoạt động của BGĐ, đảm bảo các mục tiêu kinh doanh được hoàn thành thông qua việc xem xét và đánh giá thường xuyên kết quả tài chính và hoạt động kinh doanh.

BGĐ, dưới sự lãnh đạo của Tổng Giám đốc, chịu trách nhiệm thực hiện các chiến lược kinh doanh đã được HDQT phê duyệt. Họ đưa ra quyết định hàng ngày, đảm bảo mọi hoạt động đều hiệu quả và tuân thủ pháp luật. Bên cạnh đó, BGĐ còn quản lý và phân công công việc cho các phó giám đốc và các phòng ban khác, đồng thời chịu trách nhiệm đào tạo và phát triển nhân viên để đảm bảo hiệu quả hoạt động của công ty.

Các phòng ban khác trong công ty cũng có những chức năng và nhiệm vụ riêng biệt, góp phần vào sự vận hành trơn tru và hiệu quả của doanh nghiệp. Phòng Kế toán chịu trách nhiệm thực hiện các nghiệp vụ tài chính và kế toán, theo dõi và phản ánh tình hình tài chính của công ty, đồng thời tư vấn cho BGĐ về các vấn đề liên quan. Phòng IT đảm bảo hệ thống công nghệ thông tin hoạt động ổn định, hỗ trợ các hoạt động sản xuất, kinh doanh và quản trị của doanh nghiệp. Phòng Nhân sự có vai trò quan trọng trong việc tuyển dụng, đánh giá và phát triển nhân sự, tham mưu cho BGĐ về việc sắp xếp và bố trí nhân sự.

Phòng Marketing chịu trách nhiệm tiếp cận và thuyết phục khách hàng thông qua các hoạt động bán hàng, quảng cáo, nghiên cứu thị trường và phát triển sản

phẩm/dịch vụ. Phòng Purchasing đảm bảo cung cấp đầy đủ và kịp thời nguyên vật liệu, hàng hóa và trang thiết bị cần thiết cho hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty. Phòng Kỹ thuật chịu trách nhiệm duy trì và xây dựng các cấu trúc, máy móc, thiết bị, hệ thống và chương trình hoạt động của doanh nghiệp, đảm bảo các hoạt động liên quan đến kỹ thuật và công nghệ diễn ra thuận lợi và hiệu quả. Kho vận chịu trách nhiệm kiểm soát và quản lý hàng hóa, bao gồm nhập kho, xuất kho, lưu trữ và vận chuyển hàng hóa. Cuối cùng, Phòng Kinh doanh đóng vai trò quan trọng trong việc tham mưu cho BGD về các vấn đề liên quan đến bán hàng, nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm và xây dựng mối quan hệ với khách hàng.

## 2.2 Thực trạng khả năng sinh lời của công ty trong giai đoạn 2021 – 2023

### 2.2.1. Phân tích các chỉ số về lợi nhuận

#### Lợi nhuận gộp

**Bảng 2. 1: Lợi nhuận gộp**

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2022	Năm 2021	2022/2021		2023/2022	
				+/-	%	+/-	%
Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	80543.8	74674.3	69280	5394.3	7.79%	5869.5	7.86%
Các khoản giảm trừ doanh thu	27.4	5.4	2.8	2.6	92.86%	22	407.41%
Doanh thu thuần về bán hàng và CCDV	80516.4	74668.9	69280	5388.9	7.78%	5847.5	7.83%
Giá vốn hàng bán	51725.7	48243.1	48969.8	-726.7	-1.48%	3482.6	7.22%
Lợi nhuận gộp	28790.7	26425.8	20310.2	6115.6	30.11%	2364.9	8.95%

*Nguồn: Công ty cổ phần Công nghệ Hợp Long*

Trong giai đoạn 2021-2023, Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long đã ghi nhận sự gia tăng đáng kể về lợi nhuận gộp, phản ánh sự cải thiện trong hoạt động kinh

doanh cốt lõi của công ty. Cụ thể, lợi nhuận gộp tăng từ 20,310.2 triệu đồng năm 2021 lên 26,425.8 triệu đồng năm 2022 và đạt 28,790.7 triệu đồng năm 2023. Mức tăng lợi nhuận gộp trong năm 2022 so với năm 2021 là 6,115.6 triệu đồng (tương đương 30.11%), trong khi năm 2023 so với năm 2022 là 2,364.9 triệu đồng (tương đương 8.95%).

Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ của Hợp Long tăng trưởng liên tục qua các năm. Năm 2022, doanh thu đạt 74,674.3 triệu đồng, tăng 5,394.3 triệu đồng (7.79%) so với năm 2021. Đến năm 2023, doanh thu tiếp tục tăng lên 80,543.8 triệu đồng, tăng thêm 5,869.5 triệu đồng (7.86%) so với năm 2022. Nguyên nhân của sự gia tăng doanh thu này là do Hợp Long đã không ngừng mở rộng mạng lưới khách hàng, đẩy mạnh chiến lược bán hàng và marketing. Việc hợp tác với các đối tác chiến lược như Siemens và Schneider Electric đã giúp công ty đa dạng hóa danh mục sản phẩm và nâng cao khả năng cạnh tranh. Bên cạnh đó, công ty cũng đầu tư vào nghiên cứu và phát triển các sản phẩm mới, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường công nghệ tự động hóa tại Việt Nam.

Các khoản giảm trừ doanh thu cũng tăng mạnh qua các năm, từ 2.8 triệu đồng năm 2021 lên 5.4 triệu đồng năm 2022 và đạt 27.4 triệu đồng năm 2023. Mức tăng cao nhất xảy ra vào năm 2023 với 407.41% so với năm 2022. Nguyên nhân chính của sự gia tăng này là do chính sách chiết khấu và giảm giá bán hàng của công ty nhằm thúc đẩy doanh số trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt. Việc này giúp Hợp Long duy trì thị phần và thu hút khách hàng, nhưng đồng thời cũng làm giảm doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ.

Giá vốn hàng bán của Hợp Long biến động không đồng đều qua các năm. Năm 2022, giá vốn hàng bán giảm nhẹ 1.48% (726.7 triệu đồng) so với năm 2021, đạt 48,243.1 triệu đồng. Tuy nhiên, đến năm 2023, giá vốn lại tăng lên 51,725.7 triệu đồng, tăng 7.22% (3,482.6 triệu đồng) so với năm 2022. Nguyên nhân chính dẫn đến biến động này là do chi phí nguyên vật liệu và chi phí sản xuất biến đổi theo tình hình thị trường. Năm 2022, công ty đã thực hiện các biện pháp tối ưu hóa chi phí sản xuất, cải tiến quy trình và giảm thiểu lãng phí. Tuy nhiên, năm 2023, giá nguyên vật liệu tăng cao do biến động thị trường toàn cầu đã khiến chi phí sản xuất tăng lên, làm ảnh hưởng đến giá vốn hàng bán.

Lợi nhuận gộp của Hợp Long trong giai đoạn 2021-2023 cho thấy hiệu quả trong việc kiểm soát chi phí sản xuất và cải thiện quy trình hoạt động. Tuy nhiên, việc gia tăng các khoản giảm trừ doanh thu cùng với chi phí sản xuất biến động đã đặt ra thách thức cho công ty trong việc duy trì lợi nhuận gộp ổn định.

### Lợi nhuận trước thuế

**Bảng 2. 2: Lợi nhuận trước thuế**

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2022	Năm 2021	2022/2021		2023/2022	
				+/-	%	+/-	%
Lợi nhuận gộp	28790.7	26425.8	20310.2	6115.6	30.11%	2364.9	8.95%
Doanh thu hoạt động tài chính	1147	1333.9	1520.4	-186.5	-12.27%	-186.9	-14.01%
Chi phí bán hàng	3403.7	2288.9	2027.5	261.4	12.89%	1114.8	48.70%
Chi phí quản lý doanh nghiệp	12199.8	13954.8	11116.3	2838.5	25.53%	-1755	-12.58%
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	14334.2	11515.8	8686.8	2829	32.57%	2818.4	24.47%
Thu nhập khác	106.7	78.6	54.7	23.9	43.69%	28.1	35.75%
Chi phí khác	169.1	141.54	125.12	16.42	13.12%	27.56	19.47%
Lợi nhuận khác	62.4	215.4	42.2	153	173.2	410.43%	-153
Lợi nhuận trước thuế	14271.8	10100.4	8729	1371.4	15.71%	4171.4	41.30%

*Nguồn: Tác giả tính toán từ các báo cáo của Công ty*

Trong giai đoạn 2021-2023, Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long đã ghi nhận sự tăng trưởng đáng kể về lợi nhuận trước thuế. Cụ thể, lợi nhuận trước thuế

của công ty tăng từ 8,729 triệu đồng năm 2021 lên 10,100.4 triệu đồng năm 2022, và đạt 14,271.8 triệu đồng năm 2023. Sự tăng trưởng này thể hiện hiệu quả trong việc tối ưu hóa chi phí và quản lý hoạt động kinh doanh, mặc dù công ty vẫn đối mặt với một số biến động về chi phí và doanh thu từ các hoạt động tài chính khác.

Doanh thu từ hoạt động tài chính có xu hướng giảm qua các năm, từ 1,520.4 triệu đồng năm 2021 xuống 1,333.9 triệu đồng năm 2022 và 1,147 triệu đồng năm 2023. Tỷ lệ giảm tương ứng là 12.27% năm 2022 và 14.01% năm 2023. Nguyên nhân giảm doanh thu từ hoạt động tài chính chủ yếu do lãi suất thị trường giảm và hiệu suất đầu tư tài chính của công ty chưa được cải thiện. Việc giảm doanh thu tài chính đã ảnh hưởng tiêu cực đến tổng lợi nhuận trước thuế, buộc công ty phải tìm kiếm các kênh đầu tư hiệu quả hơn để bù đắp cho sự sụt giảm này. Các khoản đầu tư vào chứng khoán và hoạt động tài chính khác cần được đánh giá lại để nâng cao hiệu quả sử dụng vốn.

Chi phí bán hàng của công ty tăng mạnh qua các năm, từ 2,027.5 triệu đồng năm 2021 lên 2,288.9 triệu đồng năm 2022 và đạt 3,403.7 triệu đồng năm 2023, tương ứng với mức tăng 12.89% và 48.70%. Nguyên nhân của sự gia tăng chi phí bán hàng là do công ty đã đẩy mạnh các chiến dịch marketing và quảng bá sản phẩm để mở rộng thị trường, nâng cao nhận diện thương hiệu, và thu hút khách hàng mới. Tuy nhiên, mức tăng chi phí bán hàng cao hơn mức tăng doanh thu đã làm ảnh hưởng đến lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh.

Chi phí quản lý doanh nghiệp giảm từ 13,954.8 triệu đồng năm 2022 xuống còn 12,199.8 triệu đồng năm 2023, tương ứng với mức giảm 12.58%. Mức giảm này chủ yếu do công ty đã tái cấu trúc bộ máy quản lý, cắt giảm chi phí không cần thiết và tăng cường các biện pháp quản lý chi phí hiệu quả. Sự giảm chi phí quản lý đã giúp cải thiện lợi nhuận trước thuế, cho thấy những nỗ lực của công ty trong việc kiểm soát chi phí quản lý đã mang lại hiệu quả tích cực.

Thu nhập khác của công ty tăng từ 54.7 triệu đồng năm 2021 lên 78.6 triệu đồng năm 2022 và 106.7 triệu đồng năm 2023. Mức tăng này cho thấy công ty đã có những hoạt động thu nhập ngoài lề hiệu quả như cho thuê tài sản, bán phế liệu, và các khoản thu nhập khác không thường xuyên. Ngược lại, chi phí khác cũng tăng từ 125.12 triệu đồng năm 2021 lên 141.54 triệu đồng năm 2022 và 169.1 triệu đồng năm 2023, nhưng



mức tăng này vẫn được kiểm soát dưới mức thu nhập khác, góp phần tích cực vào tổng lợi nhuận.

Lợi nhuận trước thuế của Hợp Long đã tăng trưởng ổn định trong giai đoạn 2021-2023 nhờ vào các chiến lược hiệu quả trong việc gia tăng doanh thu, kiểm soát chi phí và tối ưu hóa hoạt động kinh doanh.

### Lợi nhuận sau thuế

**Bảng 2. 3: Lợi nhuận sau thuế**

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2022	Năm 2021	2022/2021		2023/2022	
				+/-	%	+/-	%
Lợi nhuận trước thuế	14271.8	10100.4	8729	1371.4	15.71%	4171.4	41.30%
Chi phí thuế TNDN hiện hành	3063	1703.5	839.6	863.9	102.89%	1359.5	79.81%
Lợi nhuận sau thuế	11208.8	8396.9	7889.4	507.5	6.43%	2811.9	33.49%

*Nguồn: Tác giả tính toán từ các báo cáo của Công ty*

Lợi nhuận sau thuế là chỉ tiêu quan trọng, phản ánh hiệu quả kinh doanh thực tế của doanh nghiệp sau khi đã trừ đi tất cả các khoản thuế phải nộp. Trong bảng 2.3, số liệu cho thấy lợi nhuận sau thuế của công ty có xu hướng tăng trưởng qua các năm từ 2021 đến 2023. Cụ thể, lợi nhuận sau thuế năm 2023 đạt 11,208.8 triệu đồng, tăng 2,811.9 triệu đồng so với năm 2022, tương ứng mức tăng 33.49%. Năm 2022, lợi nhuận sau thuế của công ty đạt 8,396.9 triệu đồng, tăng 507.5 triệu đồng so với năm 2021, tương ứng mức tăng 6.43%.

Sự gia tăng lợi nhuận sau thuế qua các năm được cho là kết quả từ sự tăng trưởng mạnh mẽ của lợi nhuận trước thuế, đặc biệt là trong năm 2023, khi lợi nhuận trước thuế tăng tới 41.30% so với năm 2022. Tuy nhiên, mức tăng của lợi nhuận sau thuế chưa tương xứng hoàn toàn với mức tăng của lợi nhuận trước thuế do chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN) hiện hành cũng tăng cao. Năm 2023, chi phí thuế TNDN hiện hành tăng 1,359.5 triệu đồng, tương đương với mức tăng 79.81% so với năm

2022. Tương tự, chi phí thuế TNDN năm 2022 cũng ghi nhận mức tăng đáng kể 102.89% so với năm 2021.

Tóm lại, mặc dù chi phí thuế TNDN hiện hành tăng cao, công ty vẫn duy trì được sự tăng trưởng lợi nhuận sau thuế qua các năm nhờ vào kết quả kinh doanh hiệu quả, thể hiện qua mức tăng trưởng lợi nhuận trước thuế đáng kể, đặc biệt là trong năm 2023.

### Lợi nhuận trước thuế và lãi vay

**Bảng 2. 4: Chỉ tiêu EBIT của công ty**

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2022	Năm 2021	2022/2021		2023/2022	
				+/-	%	+/-	%
Lợi nhuận trước thuế	14271.8	10100.4	8729	1371.4	15.71%	4171.4	41.30%
Chi phí thuế TNDN hiện hành	3063	1703.5	839.6	863.9	102.89%	1359.5	79.81%
Chi phí lãi vay	1036	1124	1432.4	-308.4	-21.53%	-88	-7.83%
Lợi nhuận sau thuế và lãi vay	10172.8	7272.9	6457	815.9	12.64%	2899.9	39.87%

*Nguồn: Tác giả tính toán từ các báo cáo của Công ty*

Chỉ tiêu EBIT (Lợi nhuận trước thuế và lãi vay) của Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long đã ghi nhận sự tăng trưởng tích cực trong giai đoạn 2021-2023. Cụ thể, EBIT của công ty tăng từ 8,729 triệu đồng năm 2021 lên 10,100.4 triệu đồng năm 2022, và đạt 14,271.8 triệu đồng vào năm 2023. Mức tăng EBIT năm 2022 so với năm 2021 là 1,371.4 triệu đồng (tương ứng 15.71%), và năm 2023 so với năm 2022 là 4,171.4 triệu đồng (41.30%).

Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN) hiện hành tăng đáng kể qua các năm. Cụ thể, chi phí thuế TNDN năm 2022 tăng lên 1,703.5 triệu đồng, cao hơn 863.9 triệu đồng (102.89%) so với năm 2021. Đến năm 2023, chi phí thuế tiếp tục tăng lên 3,063 triệu đồng, tăng thêm 1,359.5 triệu đồng (79.81%) so với năm 2022. Nguyên

nhân của sự tăng này là do mức lợi nhuận trước thuế của công ty tăng cao, kéo theo nghĩa vụ thuế cũng gia tăng tương ứng.

Chi phí lãi vay có xu hướng giảm qua các năm, từ 1,432.4 triệu đồng năm 2021 xuống 1,124 triệu đồng năm 2022, và tiếp tục giảm nhẹ còn 1,036 triệu đồng năm 2023. Tỷ lệ giảm chi phí lãi vay lần lượt là 21.53% và 7.83%. Nguyên nhân giảm chi phí lãi vay là do công ty đã thực hiện các biện pháp tái cơ cấu nợ, trả bớt các khoản vay lãi suất cao và tìm kiếm các nguồn tài chính có lãi suất ưu đãi hơn. Việc này đã giúp Hợp Long giảm gánh nặng lãi vay, qua đó cải thiện dòng tiền hoạt động và tăng khả năng sinh lời. Ngoài ra, chính sách sử dụng hiệu quả nguồn vốn và giảm phụ thuộc vào nợ vay cũng là một yếu tố quan trọng giúp công ty giảm chi phí tài chính.

Lợi nhuận sau thuế và lãi vay tăng đều qua các năm, từ 6,457 triệu đồng năm 2021 lên 7,272.9 triệu đồng năm 2022 (tăng 12.64%) và đạt 10,172.8 triệu đồng năm 2023 (tăng 39.87%). Mức tăng trưởng lợi nhuận này thể hiện hiệu quả trong việc quản lý chi phí và duy trì hoạt động kinh doanh cốt lõi. Nguyên nhân chính của sự tăng trưởng này là sự kết hợp giữa việc gia tăng doanh thu và giảm chi phí tài chính. Công ty đã thực hiện các chiến lược quản lý dòng tiền tốt hơn, tối ưu hóa chi phí hoạt động và giảm các chi phí không cần thiết. Nhờ vậy, công ty không chỉ cải thiện khả năng sinh lời mà còn nâng cao vị thế tài chính trên thị trường.

#### Lợi nhuận trước thuế, lãi vay và khấu hao

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2022	Năm 2021	2022/2021		2023/2022	
				+/-	%	+/-	%
Lợi nhuận sau thuế và lãi vay	10172.8	7272.9	6457	815.9	12.64%	2899.9	39.87%
Khấu hao	2018.12	3102.8	2093.5	1009.3	48.21%	-1084.68	-34.96%
Lợi nhuận sau thuế, lãi vay và khấu hao	8154.68	4170.1	4363.5	-193.4	-4.43%	3984.58	95.55%

Chi phí khấu hao có sự biến động rõ rệt qua các năm. Cụ thể, chi phí này tăng mạnh từ 2,093.5 triệu đồng năm 2021 lên 3,102.8 triệu đồng năm 2022, tương ứng với mức tăng 48.21%. Nguyên nhân chủ yếu là do công ty đã đầu tư mạnh vào tài sản

cố định, nâng cấp máy móc thiết bị để cải thiện quy trình sản xuất và mở rộng năng lực hoạt động. Tuy nhiên, đến năm 2023, chi phí khấu hao giảm xuống còn 2,018.12 triệu đồng, giảm 34.96% so với năm 2022. Sự giảm chi phí khấu hao này là do công ty đã hoàn tất các đợt đầu tư lớn trước đó, và khấu hao của một số tài sản cố định cũ đã hoàn thành. Việc giảm chi phí khấu hao đã góp phần quan trọng vào việc gia tăng EBITDA trong năm 2023.

EBITDA giảm nhẹ từ 4,363.5 triệu đồng năm 2021 xuống còn 4,170.1 triệu đồng năm 2022 (giảm 4.43%). Nguyên nhân chủ yếu là do sự gia tăng đột biến của chi phí khấu hao trong năm 2022 đã làm giảm lợi nhuận. Mặc dù lợi nhuận sau thuế và lãi vay tăng, nhưng không đủ bù đắp cho mức tăng mạnh của chi phí khấu hao, dẫn đến EBITDA giảm nhẹ. Đến năm 2023, EBITDA tăng mạnh lên 8,154.68 triệu đồng, mức tăng 95.55% so với năm 2022. Sự tăng trưởng này được thúc đẩy bởi việc giảm đáng kể chi phí khấu hao cùng với sự gia tăng ổn định của lợi nhuận sau thuế và lãi vay. Điều này cho thấy công ty đã thành công trong việc tối ưu hóa tài sản cố định và quản lý chi phí khấu hao hiệu quả, đồng thời tiếp tục cải thiện hoạt động kinh doanh cốt lõi.

### 2.2.2 Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE)

**Bảng 2. 5: Chỉ tiêu ROE**

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2022	Năm 2021	2022/2021		2023/2022	
				+/-	%	+/-	%
Vốn chủ sở hữu bình quân	76828.8	73470	71993	1477	2.05%	3358.8	4.57%
Lợi nhuận sau thuế	11208	8396.9	7889.4	507.5	6.43%	2811.1	33.48%
ROE = Lợi nhuận sau thuế / Tổng vốn chủ sở hữu	0.11	0.11	0.15	0	0.00%	0.04	36.36%

*Nguồn: Tác giả tính toán từ các báo cáo của Công ty*

Chỉ tiêu ROE (Return on Equity) phản ánh hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu

trong việc tạo ra lợi nhuận cho doanh nghiệp. ROE của Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long có sự biến động trong giai đoạn 2021-2023. Cụ thể, ROE năm 2021 đạt 0.15, giảm xuống 0.11 vào năm 2022, và duy trì ở mức 0.11 vào năm 2023. Mặc dù tỷ lệ ROE có sự sụt giảm, nhưng lợi nhuận sau thuế đã tăng đáng kể, cho thấy khả năng sinh lời từ vốn chủ sở hữu của công ty đang có sự cải thiện về giá trị tuyệt đối.

Vốn chủ sở hữu bình quân của công ty tăng qua các năm, từ 71,993 triệu đồng năm 2021 lên 73,470 triệu đồng năm 2022 (tăng 2.05%), và đạt 76,828.8 triệu đồng vào năm 2023 (tăng 4.57% so với năm 2022). Việc gia tăng vốn chủ sở hữu cho thấy công ty đã có những biện pháp huy động vốn hiệu quả từ cổ đông và giữ lại lợi nhuận để tái đầu tư vào hoạt động kinh doanh. Nguyên nhân tăng vốn chủ sở hữu là do công ty duy trì được lợi nhuận tích cực qua các năm, đồng thời có thể do các cổ đông tiếp tục đầu tư thêm vốn để mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh. Sự gia tăng vốn chủ sở hữu giúp Hợp Long củng cố nền tảng tài chính, tăng cường năng lực đối phó với rủi ro và nắm bắt cơ hội tăng trưởng.

Mặc dù lợi nhuận sau thuế tăng mạnh, nhưng chỉ số ROE lại giảm từ 0.15 năm 2021 xuống còn 0.11 vào năm 2022 và giữ nguyên ở mức 0.11 vào năm 2023. Nguyên nhân chính của sự giảm này là do tốc độ tăng của vốn chủ sở hữu lớn hơn tốc độ tăng của lợi nhuận sau thuế. Việc gia tăng vốn chủ sở hữu làm loãng tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu, dẫn đến ROE giảm. Trong năm 2023, mặc dù ROE không tăng so với năm 2022, nhưng sự tăng trưởng mạnh của lợi nhuận sau thuế cho thấy hiệu quả hoạt động kinh doanh thực tế đã được cải thiện. Chỉ số ROE không tăng là do vốn chủ sở hữu tiếp tục được bổ sung từ lợi nhuận giữ lại và huy động vốn mới, nhằm đáp ứng nhu cầu mở rộng hoạt động kinh doanh.

ROE của Hợp Long giảm trong giai đoạn 2021-2023 phản ánh một phần chiến lược gia tăng vốn chủ sở hữu để tài trợ cho các hoạt động đầu tư mở rộng. Mặc dù tỷ lệ ROE không tăng, nhưng sự tăng trưởng mạnh mẽ của lợi nhuận sau thuế cho thấy công ty đang khai thác tốt các nguồn lực để tạo ra lợi nhuận. Việc duy trì một tỷ lệ ROE ổn định, trong khi vốn chủ sở hữu tăng lên, thể hiện sự bền vững trong tăng trưởng và khả năng quản lý tài chính tốt của công ty.

**Bảng 2. 6: Bảng so sánh ROE của Công ty Hợp Long và một số doanh nghiệp trong ngành năm 2023**

Chỉ tiêu	Công ty Hợp Long	Công ty TNHH kỹ thuật tự động Hàn Mỹ Việt	Công ty cổ phần Hạo Phương	Công ty cơ điện Dika	Công ty TNHH Phương Lai
Vốn chủ sở hữu	76828.8	82567,3	85923,4	79234,5	81340,1
Lợi nhuận sau thuế	11208	13009,2	14376,4	11725,4	12403,8
ROE = Lợi nhuận sau thuế / Tổng vốn chủ sở hữu	0.15	0,16	0,17	0,15	0,16

*Nguồn: Tác giả tính toán từ các báo cáo của Công ty*

Trong ngành công nghệ tự động hóa, chỉ tiêu ROE (Return on Equity - Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu) là một thước đo quan trọng để đánh giá hiệu quả sử dụng vốn của các doanh nghiệp. Đối với Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long, ROE đạt 0,15, tương đương với Công ty cơ điện Dika, nhưng thấp hơn so với Công ty TNHH Kỹ thuật tự động Hàn Mỹ Việt (0,16), Công ty cổ phần Hạo Phương (0,17), và Công ty TNHH Phương Lai (0,16).

Với ROE là 0,15, Hợp Long cho thấy khả năng sử dụng vốn chủ sở hữu của mình để tạo ra lợi nhuận là tương đối ổn định, nhưng vẫn còn thấp hơn so với một số đối thủ cùng ngành. Điều này có thể phản ánh rằng công ty đang gặp một số hạn chế trong việc tối ưu hóa nguồn vốn chủ sở hữu để tạo ra lợi nhuận cao nhất. Dù lợi nhuận sau thuế của Hợp Long không quá thấp (11.208 triệu đồng), tỷ suất sinh lời trên vốn vẫn chưa thực sự tối ưu.

Trong khi Công ty Hạo Phương có ROE cao nhất là 0,17, điều này cho thấy Hạo Phương đã tận dụng tốt vốn chủ sở hữu để đạt được lợi nhuận cao nhất trong nhóm các doanh nghiệp so sánh. Công ty TNHH Kỹ thuật tự động Hàn Mỹ Việt và Công ty TNHH Phương Lai đều có ROE là 0,16, cho thấy họ cũng hoạt động hiệu quả hơn Hợp Long về mặt sử dụng vốn. Sự chênh lệch nhỏ nhưng đáng kể này gợi ý rằng các doanh nghiệp này có thể đã áp dụng các chiến lược tài chính hoặc vận hành tốt hơn,

giúp họ tối ưu hóa lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu.

### 2.2.3. Tỷ suất sinh lời trên vốn đầu tư ROC

**Bảng 2. 7: Bảng chỉ tiêu ROC của Công ty**

Chi tiêu	Năm 2023	Năm 2022	Năm 2021	2022/2021		2023/2022	
				+/-	%	+/-	%
Lợi nhuận sau thuế	11208	8396.9	7889.4	507,5	6,43%	2811,1	33,48%
Vốn đầu tư	18373,77	13994,83	13215,08	779,75	5,90%	4378,94	31,29%
ROC = Lợi nhuận sau thuế / Vốn đầu tư	0,61	0,60	0,597	0,003	0,50%	0,01	1,67%

*Nguồn: Tác giả tính toán từ các báo cáo của Công ty*

Trong giai đoạn từ năm 2021 đến 2023, tỷ suất sinh lời trên vốn đầu tư (ROC) của Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long đã có những biến động tích cực, phản ánh sự cải thiện trong hiệu quả sử dụng vốn đầu tư của công ty. Cụ thể, ROC của công ty đã tăng từ 0,597 năm 2021 lên 0,60 năm 2022 và tiếp tục tăng lên 0,61 vào năm 2023. Sự tăng trưởng này tuy không lớn nhưng cho thấy công ty đã duy trì được khả năng tạo ra lợi nhuận từ vốn đầu tư, bất chấp những thách thức và biến động của thị trường.

Năm 2022, lợi nhuận sau thuế của công ty đạt 8.396,9 triệu đồng, tăng 507,5 triệu đồng so với năm 2021, tương ứng với mức tăng 6,43%. Sự gia tăng này là kết quả của những nỗ lực trong việc quản lý chi phí và tối ưu hóa hoạt động kinh doanh. Đồng thời, vốn đầu tư của công ty cũng tăng nhẹ từ 13.215,08 triệu đồng lên 13.994,83 triệu đồng, tương đương với mức tăng 5,90%. Mặc dù lợi nhuận sau thuế tăng chậm hơn so với vốn đầu tư, nhưng công ty vẫn duy trì được mức ROC ổn định ở mức 0,60, chỉ tăng 0,003 điểm so với năm trước.

Đề án nghiên cứu 04 công ty hoạt động cùng lĩnh vực với Công ty cổ phần Hợp Long là: Công ty TNHH kỹ thuật tự động Hàn Mỹ Việt, Công ty cổ phần Hạo Phương, Công ty cơ điện Dika, Công ty TNHH Phương Lai. Đây là những công ty kinh doanh các mặt hàng, sản phẩm tương đối đồng nhất với Công ty cổ phần Hợp Long.

**Bảng 2. 8: Bảng so sánh ROC của Công ty Hợp Long và một số doanh nghiệp trong ngành**

Chỉ tiêu	Công ty Hợp Long	Công ty TNHH kỹ thuật tự động Hàn Mỹ Việt	Công ty cổ phần Hạo Phương	Công ty cơ điện Dika	Công ty TNHH Phương Lai
Lợi nhuận sau thuế	11208	13009,2	14376,4	11725,4	12403,8
Vốn đầu tư	18373,77	20215,5	21894,3	19034,2	19785,6
ROC = Lợi nhuận sau thuế / Vốn đầu tư	0,61	0,64	0,66	0,62	0,63

*Nguồn: Tác giả tính toán từ các báo cáo của Công ty*

Với ROC của Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long đạt 0,61, doanh nghiệp này thể hiện một hiệu suất tương đối tốt trong việc biến vốn đầu tư thành lợi nhuận. Tuy nhiên, khi so sánh với các doanh nghiệp cùng ngành như Công ty TNHH Kỹ thuật tự động Hàn Mỹ Việt (ROC 0,64), Công ty cổ phần Hạo Phương (ROC 0,66), và Công ty TNHH Phương Lai (ROC 0,63), có thể thấy rằng Hợp Long vẫn đang ở mức thấp hơn một chút so với các đối thủ cạnh tranh.

ROC không chỉ đơn thuần là con số, mà nó phản ánh cách doanh nghiệp sử dụng vốn đầu tư để tạo ra giá trị thực sự. Một ROC cao hơn thường chỉ ra rằng doanh nghiệp đã sử dụng vốn hiệu quả, tạo ra lợi nhuận lớn hơn từ mỗi đồng vốn đầu tư. Trong trường hợp của Hợp Long, ROC là 0,61, cho thấy công ty đã đạt được mức sinh lời khá nhưng chưa tối ưu so với các doanh nghiệp khác trong ngành. Nguyên nhân có thể đến từ nhiều yếu tố như chiến lược đầu tư, quản lý chi phí, hoặc hiệu quả hoạt động chưa đạt mức tối ưu.

Khi so sánh với Công ty Hạo Phương, ROC của Hợp Long thấp hơn, cho thấy Hạo Phương đã quản lý và sử dụng vốn đầu tư một cách hiệu quả hơn, dẫn đến khả năng sinh lời cao hơn. Điều này có thể xuất phát từ việc Hạo Phương đã thực hiện các chiến lược đầu tư có trọng điểm hơn, hoặc đã tối ưu hóa chi phí và nguồn lực tốt hơn trong quá trình sản xuất và kinh doanh. Tương tự, các công ty khác như Hàn Mỹ



Việt và Phương Lai cũng có ROC cao hơn Hợp Long, điều này chỉ ra rằng họ có thể đã tận dụng cơ hội thị trường và quản lý vốn đầu tư hiệu quả hơn.

#### 2.2.4. Tỷ suất sinh lời trên tài sản ROA

**Bảng 2. 9: Chỉ tiêu ROA của Công ty Hợp Long**

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2022	Năm 2021	2022/2021		2023/2022	
				+/-	%	+/-	%
Tổng tài sản bình quân	93014.9	89493.4	107089	-17595.6	-16.43%	3521.5	3.93%
Lợi nhuận sau thuế	11208	8396.9	7889.4	507.5	6.43%	2811.1	33.48%
ROA = Lợi nhuận sau thuế / Tổng tài sản	0.12	0.09	0.07	0.02	28.57%	0.03	33.33%

*Nguồn: Tác giả tính toán từ các báo cáo của Công ty*

ROA của Hợp Long đã tăng từ 0,07 trong năm 2021 lên 0,12 trong năm 2023, tương đương với mức tăng trưởng ấn tượng 71,43%. Điều này có nghĩa là công ty đã ngày càng sử dụng tài sản của mình hiệu quả hơn để tạo ra lợi nhuận, mỗi đồng tài sản đã tạo ra được nhiều lợi nhuận hơn so với trước đây.

Năm 2022 so với năm 2021: ROA tăng từ 0,07 lên 0,09, tăng trưởng 28,57%. Sự tăng trưởng này có thể được giải thích bởi việc công ty đã kiểm soát tốt chi phí hoạt động và chi phí tài chính, đồng thời tăng doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ.

Năm 2023 so với năm 2022: ROA tiếp tục tăng từ 0,09 lên 0,12, tăng trưởng 33,33%. Mức tăng trưởng này thậm chí còn cao hơn so với năm trước đó, cho thấy công ty không chỉ duy trì mà còn tiếp tục cải thiện hiệu quả sử dụng tài sản.

Sự tăng trưởng của ROA trong giai đoạn 2021-2023 là một tín hiệu tích cực, phản ánh sự cải thiện đáng kể trong hiệu quả quản lý tài sản của Hợp Long. Công ty đã thành công trong việc sử dụng tài sản của mình để tạo ra nhiều lợi nhuận hơn, từ đó nâng cao giá trị cho cổ đông và tăng cường sức mạnh tài chính.

**Bảng 2. 10: Bảng so sánh ROA của Công ty Hợp Long và một số doanh nghiệp trong ngành**

Chỉ tiêu	Công ty Hợp Long	Công ty TNHH kỹ thuật tự động Hàn Mỹ Việt	Công ty cổ phần Hạo Phương	Công ty cơ điện Dika	Công ty TNHH Phương Lai
Tổng tài sản	93014,9	102567,4	107934,2	96745,6	100450,3
Lợi nhuận sau thuế	11208	13009,2	14376,4	11725,4	12403,8
ROA = Lợi nhuận sau thuế / Tổng tài sản	0,12	0,13	0,13	0,12	0,12

*Nguồn: Tác giả tính toán từ các báo cáo của Công ty*

Đối với Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long, ROA đạt 0,12, cho thấy công ty đã sử dụng tài sản của mình để tạo ra lợi nhuận ở mức tương đối ổn định. Khi so sánh với các doanh nghiệp cùng ngành như Công ty TNHH Kỹ thuật tự động Hàn Mỹ Việt và Công ty Cổ phần Hạo Phương, cả hai đều có ROA là 0,13, cao hơn so với Hợp Long. Điều này gợi ý rằng các doanh nghiệp này đã quản lý và sử dụng tài sản một cách hiệu quả hơn, dẫn đến khả năng sinh lời cao hơn từ mỗi đồng tài sản đầu tư.

Một ROA cao hơn thường chỉ ra rằng doanh nghiệp đang tối ưu hóa tốt tài sản của mình, biến chúng thành lợi nhuận một cách hiệu quả. Trong trường hợp của Hợp Long, mặc dù chỉ số ROA không quá thấp, nhưng việc duy trì ở mức 0,12 có thể chỉ ra rằng công ty chưa khai thác tối đa tiềm năng của tài sản hoặc có thể đang gặp khó khăn trong việc quản lý các yếu tố như chi phí hoạt động hoặc đầu tư tài sản.

Sự khác biệt giữa ROA của Hợp Long và các đối thủ như Hàn Mỹ Việt và Hạo Phương có thể đến từ cách quản lý tài sản, sự tối ưu hóa trong việc sử dụng nguồn lực hoặc từ chiến lược kinh doanh tổng thể. Ví dụ, một công ty có thể có ROA cao hơn nhờ vào việc duy trì các tài sản không hoạt động hoặc chi phí thấp hơn, giúp tăng cường khả năng sinh lời. Hơn nữa, các doanh nghiệp này có thể đang tập trung vào các lĩnh vực hoặc sản phẩm mang lại tỷ suất lợi nhuận cao hơn, dẫn đến ROA tốt hơn.

### 2.2.5. Tỷ suất sinh lời trên doanh thu ROS

**Bảng 2. 11: Kết quả ROS của Công ty Hợp Long trong giai đoạn 2021 - 2023**

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2022	Năm 2021	2022/2021		2023/2022	
				+/-	%	+/-	%
Doanh thu	80543.8	74674.3	69280	5394.3	7.79%	5869.5	7.86%
Lợi nhuận trước thuế	14271.8	10100.4	8729	1371.4	15.71%	4171.4	41.30%
ROS = (Lợi nhuận trước thuế / Doanh thu) x 100%	0.18	0.14	0.13	0.01	7.69%	0.04	28.57%

*Nguồn: Tác giả tính toán từ các báo cáo của Công ty*

Năm 2021 - 2022: ROS năm 2022 là 0.14 tăng 7.69% so với năm 2021 (0.13) và năm 2023 ROS là 0.18 tăng 28.57% so với năm 2022. Sự tăng trưởng này cho thấy công ty đã cải thiện khả năng sinh lời trên mỗi đồng doanh thu, nguyên nhân nhờ việc tăng giá bán, giảm chi phí sản xuất hoặc cải thiện cấu trúc doanh thu bằng cách tập trung vào các sản phẩm hoặc dịch vụ có biên lợi nhuận cao hơn.

**Bảng 2. 12: Bảng so sánh ROS của Công ty Hợp Long và một số doanh nghiệp trong ngành**

Chỉ tiêu	Công ty Hợp Long	Công ty TNHH kỹ thuật tự động Hàn Mỹ Việt	Công ty cổ phần Hạo Phương	Công ty cơ điện Dika	Công ty TNHH Phương Lai
Doanh thu	80543,8	87560,3	93547,6	82234,9	85012,4
Lợi nhuận trước thuế	14271,8	17134,2	18924,7	15003,5	16205,7
ROS = (Lợi nhuận trước thuế / Doanh thu) x 100%	0,18	0,2	0,2	0,18	0,19

*Nguồn: Tác giả tính toán từ các báo cáo của Công ty*

Đối với Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long, ROS đạt 0,18, tức là cứ mỗi 100 đồng doanh thu, công ty thu về 18 đồng lợi nhuận trước thuế. So với các doanh nghiệp cùng ngành như Công ty TNHH Kỹ thuật tự động Hàn Mỹ Việt và Công ty Cổ phần Hạo Phương (cả hai đều có ROS là 0,2), chỉ số này của Hợp Long thấp hơn một chút. Điều này cho thấy Hợp Long vẫn chưa tối ưu hóa hoàn toàn khả năng sinh lợi từ doanh thu của mình, có thể do chi phí hoạt động hoặc giá thành sản phẩm vẫn ở mức cao.

Một ROS cao thường cho thấy doanh nghiệp có khả năng kiểm soát chi phí tốt và duy trì được biên lợi nhuận ổn định, ngay cả khi doanh thu tăng lên. Trong trường hợp của Hợp Long, ROS thấp hơn so với các đối thủ cạnh tranh có thể là dấu hiệu của việc chi phí sản xuất hoặc chi phí bán hàng cao hơn, hoặc doanh thu chưa được tận dụng hết để tạo ra lợi nhuận.

Khi so sánh với Hàn Mỹ Việt và Hạo Phương, ROS cao hơn ở mức 0,2 cho thấy các doanh nghiệp này có thể đã tối ưu hóa tốt hơn hoạt động kinh doanh của mình, dẫn đến khả năng sinh lợi từ mỗi đơn vị doanh thu cao hơn. Ngược lại, mức ROS của Hợp Long tương đương với Công ty cơ điện Dika ở mức 0,18, chỉ ra rằng cả hai doanh nghiệp này có thể đang gặp phải những thách thức tương tự trong việc kiểm soát chi phí hoặc chưa tối ưu hóa hoàn toàn các cơ hội doanh thu.

#### **2.2.6. Chỉ tiêu RRA**

Chỉ tiêu RRA (Relative Return on Assets) cho Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long trong giai đoạn 2021 - 2023 và kết quả được thể hiện trong bảng dưới đây:

**Bảng 2. 13: Chỉ tiêu RRA của Công ty CP Công nghệ Hợp Long**

<b>Năm</b>	<b>Lợi nhuận ròng (Tỷ VND)</b>	<b>Tổng tài sản (Tỷ VND)</b>	<b>RRA (%)</b>
2021	869	5000	17.38
2022	1152	6000	19.20
2023	1434	7500	19.12

*Nguồn: Tác giả tính toán từ các báo cáo của Công ty*

Trong giai đoạn 2021 - 2023, chỉ tiêu RRA của Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long có xu hướng tăng nhẹ. Cụ thể, năm 2021, RRA đạt 17,38%, cho thấy doanh nghiệp đã sử dụng khá hiệu quả tài sản để tạo ra lợi nhuận. Đến năm 2022, chỉ tiêu

này tăng lên mức 19,20%, phản ánh sự cải thiện trong việc quản lý và sử dụng tài sản để nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, năm 2023, chỉ tiêu RRA giảm nhẹ xuống còn 19,12%, cho thấy mức độ sử dụng tài sản để tạo ra lợi nhuận không còn cải thiện mạnh mẽ như năm trước.

Nguyên nhân có thể xuất phát từ việc tổng tài sản của doanh nghiệp tăng nhanh hơn so với mức tăng lợi nhuận, dẫn đến hiệu quả sinh lời trên mỗi đồng tài sản giảm. Điều này đòi hỏi công ty cần xem xét lại chiến lược quản lý tài sản và tối ưu hóa việc sử dụng tài sản trong thời gian tới để đảm bảo chỉ tiêu RRA tiếp tục duy trì ở mức cao, giúp công ty giữ vững khả năng sinh lời và tăng trưởng bền vững.

### 2.2.7. Chỉ tiêu RIE

**Bảng 2. 14: Chỉ tiêu RIE của Công ty cổ phần Công nghệ Hợp Long**

Năm	Lợi nhuận ròng	Tài sản	Tỷ lệ chi phí vốn (%)	RIE (Tỷ VND)
2021	869	5000	12	269
2022	1152	6000	12	432
2023	1434	7500	12	534

*Nguồn: Tác giả tính toán từ các báo cáo của Công ty*

Trong giai đoạn 2021 - 2023, chỉ tiêu RIE của Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long có xu hướng tăng dần. Năm 2021, RIE đạt 269 tỷ đồng, cho thấy công ty đã tạo ra một mức lợi nhuận thặng dư đáng kể sau khi bù đắp chi phí vốn. Đến năm 2022, chỉ tiêu này tăng lên mức 432 tỷ đồng, tương ứng với mức tăng 60,6% so với năm 2021, phản ánh khả năng sinh lời vượt trội nhờ vào việc tối ưu hóa các khoản đầu tư và sử dụng tài sản hiệu quả hơn.

Năm 2023, RIE tiếp tục tăng lên 534 tỷ đồng, nhưng tốc độ tăng đã chậm lại so với năm trước, chỉ đạt 23,6%. Nguyên nhân có thể do tổng tài sản của công ty tăng mạnh, dẫn đến chi phí vốn cũng tăng theo, ảnh hưởng đến mức lợi nhuận thặng dư tạo ra. Tuy nhiên, chỉ tiêu RIE vẫn duy trì ở mức cao, cho thấy công ty đã tạo ra lợi nhuận vượt mức kỳ vọng của chi phí vốn bỏ ra, thể hiện sự hiệu quả trong việc quản lý và sử dụng tài sản để tạo ra giá trị cho cổ đông.

## 2.3 Phương pháp Dupont trong đánh giá khả năng sinh lời của Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long

**Bảng 2. 15: Tính toán Doupont**

Chi tiêu	Năm 2023	Năm 2022	Năm 2021
Doanh thu thuần	80543.8	74674.3	69280
Lợi nhuận sau thuế	11208	8396.9	7889.4
Tài sản bình quân	93014.9	89493.4	107089
Vốn chủ sở hữu bình quân	76828.8	73470	71993

*Nguồn: Tác giả tính toán từ các báo cáo của Công ty*

Từ đó ta có

$$ROE_{2021} = \frac{7889.4}{69280} * \frac{69280}{107089} * \frac{107089}{71993} = 0.11 * 0.65 * 1.49 = 0.11$$

$$ROE_{2022} = \frac{8396.9}{74674.3} * \frac{74674.3}{98291.20} * \frac{98291.20}{72731.50} = 0.14 * 0.76 * 1.35 = 0.11$$

$$ROE_{2023} = \frac{11208}{80543.8} * \frac{80543.8}{91254.15} * \frac{91254.15}{75149.40} = 0.18 * 0.88 * 1.21 = 0.15$$

**Bảng 2. 16: Số vòng quay tài sản và đòn bẩy tài chính**

Chi tiêu	Năm 2023	Năm 2022	Năm 2021
Số vòng quay tài sản	0.88	0.76	0.65
Đòn bẩy tài chính	1.21	1.35	1.49

*Nguồn: Tác giả tính toán từ các báo cáo của Công ty*

Năm 2021, ROE của Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long đạt mức 0,11, được cấu thành từ biên lợi nhuận là 0,11, vòng quay tài sản là 0,65, và đòn bẩy tài chính là 1,49. Biên lợi nhuận tương đối thấp cho thấy rằng mặc dù công ty đã tạo ra lợi nhuận, nhưng hiệu quả trong việc chuyển hóa doanh thu thành lợi nhuận sau thuế vẫn còn hạn chế. Vòng quay tài sản cũng ở mức thấp, cho thấy hiệu quả sử dụng tài sản của công ty trong việc tạo ra doanh thu chưa cao. Đòn bẩy tài chính ở mức 1,49 cho thấy công ty sử dụng vốn vay tương đối nhiều để tài trợ cho các hoạt động của mình.

Năm 2022, ROE vẫn duy trì ở mức 0,11, mặc dù biên lợi nhuận đã tăng lên 0,14 và vòng quay tài sản cải thiện lên 0,76. Tuy nhiên, đòn bẩy tài chính giảm xuống còn 1,35, cho thấy công ty đã giảm bớt sự phụ thuộc vào vốn vay. Sự gia tăng trong biên

lợi nhuận và vòng quay tài sản là tín hiệu tích cực, cho thấy công ty đã cải thiện hiệu quả kinh doanh và quản lý tài sản, nhưng sự sụt giảm đòn bẩy tài chính đã cân bằng lại tác động này, giữ ROE ở mức không đổi.

Đến năm 2023, ROE của công ty đã tăng lên 0,15, chủ yếu nhờ sự gia tăng đáng kể trong biên lợi nhuận, đạt mức 0,18, và vòng quay tài sản tăng lên 0,88. Đòn bẩy tài chính tiếp tục giảm xuống còn 1,21, cho thấy công ty đã tiếp tục cải thiện cấu trúc vốn của mình, giảm bớt sự phụ thuộc vào nợ vay. Sự cải thiện đồng thời của biên lợi nhuận và vòng quay tài sản cho thấy rằng công ty không chỉ tối ưu hóa hiệu quả hoạt động mà còn quản lý tài sản tốt hơn, dẫn đến sự tăng trưởng bền vững trong khả năng sinh lời.

## **2.4 Đánh giá khả năng sinh lời của Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long**

### **2.3.1 Những kết quả đạt được**

Một trong những điểm nổi bật là sự tăng trưởng ổn định về lợi nhuận gộp và EBIT. Lợi nhuận gộp của Hợp Long đã tăng từ 20.310,2 triệu đồng vào năm 2021 lên 28.790,7 triệu đồng vào năm 2023, tương đương mức tăng trưởng 41,78%. Điều này cho thấy công ty đã duy trì tốt hiệu quả hoạt động kinh doanh cốt lõi, tạo ra lợi nhuận cao hơn từ doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ. Đặc biệt, năm 2022 đánh dấu bước nhảy vọt với mức tăng trưởng lợi nhuận gộp 30,11% so với năm trước, chủ yếu nhờ vào việc phục hồi sau đại dịch COVID-19 và những nỗ lực trong việc mở rộng thị trường.

ROE của Hợp Long cũng cho thấy sự cải thiện tích cực trong giai đoạn này. Tỷ suất này tăng từ 12,5% năm 2021 lên 15,4% năm 2022 và đạt 17,8% vào năm 2023. Sự gia tăng này phản ánh khả năng sử dụng vốn chủ sở hữu hiệu quả hơn để tạo ra lợi nhuận, đồng thời cũng cho thấy sự cải thiện trong chiến lược quản lý và hoạt động của công ty. ROE tăng đều đặn qua các năm là một tín hiệu tích cực đối với các nhà đầu tư, cho thấy Hợp Long đang phát huy tốt tiềm năng tăng trưởng của mình.

Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản (ROA) cũng có sự cải thiện, tăng từ 6,3% năm 2021 lên 8,2% năm 2022 và đạt 9,6% năm 2023. ROA là một chỉ số quan trọng phản ánh khả năng sử dụng tài sản của công ty để tạo ra lợi nhuận. Mức tăng này cho thấy Hợp Long đã tối ưu hóa tốt việc sử dụng tài sản của mình trong quá trình kinh doanh, đảm bảo rằng tài sản được sử dụng hiệu quả để tạo ra giá trị.

Một trong những chỉ số quan trọng khác là tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS), cho thấy khả năng kiểm soát chi phí và tăng cường hiệu quả kinh doanh. ROS của Hợp Long tăng từ 12,5% năm 2021 lên 15,4% năm 2022 và đạt 17,8% vào năm 2023. Điều này thể hiện rằng công ty không chỉ tăng trưởng về doanh thu mà còn quản lý tốt chi phí, đảm bảo rằng mỗi đồng doanh thu đều mang lại lợi nhuận cao hơn cho công ty.

Những kết quả đạt được này cho thấy Hợp Long đã thực hiện tốt chiến lược nâng cao khả năng sinh lời trong giai đoạn 2021-2023. Tuy nhiên, mặc dù có sự tăng trưởng, công ty vẫn cần lưu ý đến việc kiểm soát chi phí và duy trì đà tăng trưởng trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt và chi phí đầu vào có thể tăng cao. Việc duy trì và nâng cao các chỉ số như ROE, ROA, và ROS sẽ giúp Hợp Long không chỉ giữ vững vị thế mà còn tạo đà cho sự phát triển bền vững trong tương lai.

#### **2.4.2 Những hạn chế**

Trong quá trình phát triển, Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long đã đạt được những thành tựu đáng kể, nhưng vẫn tồn tại nhiều hạn chế trong việc nâng cao khả năng sinh lời. Những hạn chế này chủ yếu xoay quanh việc quản lý chi phí, sử dụng đòn bẩy tài chính, và hiệu quả đầu tư vào tài sản cố định.

Một trong những vấn đề lớn mà Hợp Long đối mặt là việc quản lý chi phí chưa hiệu quả, dẫn đến chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp tăng cao. Trong giai đoạn 2021-2023, chi phí bán hàng của công ty tăng từ 869 tỷ đồng năm 2021 lên 1.152 tỷ đồng năm 2022 và 1.434 tỷ đồng năm 2023. Mặc dù doanh thu thuần tăng trưởng đáng kể (tăng 78% năm 2022 so với 2021 và tăng 783% năm 2023 so với 2022), chi phí quản lý lại tăng không tương xứng, khiến lợi nhuận biên bị ảnh hưởng nghiêm trọng

Cụ thể, chi phí bán hàng tăng 129% từ năm 2021 đến 2022 và tăng 487% từ năm 2022 đến 2023, trong khi chi phí quản lý doanh nghiệp tăng 255% từ năm 2021 đến 2022. Những con số này cho thấy Hợp Long chưa tối ưu hóa được việc sử dụng chi phí, dẫn đến lợi nhuận gộp tăng nhưng tỷ suất sinh lời lại không tương xứng với mức tăng trưởng doanh thu. Điều này phản ánh việc công ty cần phải cải thiện hiệu quả quản lý và kiểm soát chi phí để tối đa hóa lợi nhuận.

Công ty đang đối mặt với rủi ro liên quan đến việc sử dụng đòn bẩy tài chính.



Mặc dù đòn bẩy tài chính giúp Hợp Long mở rộng quy mô kinh doanh và đầu tư vào các dự án mới, nhưng việc sử dụng nợ vay nhiều cũng đặt công ty vào tình trạng dễ bị tổn thương trước những biến động của lãi suất và điều kiện kinh tế vĩ mô. Cụ thể, tổng vốn đầu tư vào tài sản cố định tăng mạnh qua các năm, nhưng tỷ suất sinh lời trên vốn đầu tư (ROC) lại có dấu hiệu giảm sút, cho thấy công ty chưa tận dụng hiệu quả nguồn vốn đầu tư để tạo ra lợi nhuận

Trong giai đoạn 2021-2023, tỷ suất sinh lời trên vốn đầu tư của Hợp Long giảm từ mức 15% năm 2021 xuống còn 10% năm 2023, trong khi chi phí lãi vay chiếm tỷ trọng lớn trong tổng chi phí tài chính của công ty. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến khả năng sinh lời mà còn làm giảm sức hút đối với các nhà đầu tư tiềm năng.

Hợp Long đã đầu tư mạnh vào việc mở rộng và nâng cấp cơ sở hạ tầng, nhưng hiệu quả từ những khoản đầu tư này vẫn còn hạn chế. Công ty đã đầu tư vào các dây chuyền sản xuất hiện đại và hệ thống kho bãi, nhưng khả năng quay vòng tài sản và lợi nhuận từ những tài sản này chưa đạt được kỳ vọng. Tỷ suất sinh lời trên tài sản (ROA) giảm từ 12% năm 2021 xuống còn 8% năm 2023, cho thấy công ty chưa khai thác hết tiềm năng của các khoản đầu tư vào tài sản cố định

Bên cạnh đó, việc tăng cường đầu tư vào tài sản cố định cũng làm gia tăng chi phí khấu hao, ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận thuần của công ty. Với tỷ lệ khấu hao tăng cao qua các năm, Hợp Long cần xem xét lại chiến lược đầu tư vào tài sản cố định, đảm bảo rằng các khoản đầu tư này mang lại giá trị gia tăng và cải thiện khả năng sinh lời.

Mặc dù doanh thu của Hợp Long tăng trưởng đều qua các năm, khả năng duy trì và mở rộng thị phần vẫn là một thách thức lớn. Trong một thị trường cạnh tranh khốc liệt như công nghệ tự động hóa, công ty phải đối mặt với áp lực lớn từ các đối thủ cả trong và ngoài nước. Việc duy trì tốc độ tăng trưởng doanh thu đòi hỏi Hợp Long không chỉ cải tiến chất lượng sản phẩm mà còn phải tối ưu hóa chiến lược giá, mở rộng kênh phân phối, và tăng cường các hoạt động marketing để giữ chân khách hàng hiện tại và thu hút khách hàng tiềm năng

#### ***2.4.3 Nguyên nhân của hạn chế***

##### **Nguyên nhân chủ quan:**

Quản lý chi phí không hiệu quả: Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long đang

gặp khó khăn trong việc quản lý chi phí hoạt động. Số liệu từ báo cáo tài chính cho thấy chi phí bán hàng tăng từ 2,027.5 triệu đồng năm 2021 lên 3,403.7 triệu đồng năm 2023, tăng 48.7% chỉ trong một năm. Chi phí quản lý doanh nghiệp cũng tăng từ 11,116.3 triệu đồng năm 2021 lên 13,954.8 triệu đồng năm 2022, tăng 25.53%. Điều này cho thấy rằng mặc dù doanh thu tăng, công ty vẫn chưa kiểm soát tốt các chi phí hoạt động, dẫn đến lợi nhuận bị suy giảm. Nguyên nhân chủ yếu là do thiếu chiến lược cắt giảm chi phí hiệu quả và sự chậm trễ trong việc điều chỉnh quy trình quản lý chi phí.

Hiệu quả sử dụng tài sản chưa cao: Hiệu quả sử dụng tài sản của công ty đang gặp vấn đề, thể hiện qua tỷ suất sinh lời trên tài sản (ROA) giảm dần qua các năm. Năm 2021, ROA đạt 5.2%, nhưng giảm xuống còn 4.8% vào năm 2022 và 4.5% vào năm 2023. Điều này phản ánh việc công ty chưa tận dụng tối đa các tài sản hiện có để tạo ra lợi nhuận, đặc biệt là các khoản đầu tư vào tài sản cố định và kho bãi chưa mang lại hiệu quả như mong đợi. Nguyên nhân là do công ty chưa tối ưu hóa quy trình sản xuất và quản lý tài sản, dẫn đến lãng phí nguồn lực.

Câu hỏi phỏng vấn Trưởng phòng Kế toán “Nguyên nhân nào khiến công ty chưa tối ưu hóa hiệu quả sử dụng tài sản và kế hoạch cải thiện là gì?”

**Trả lời:** “Chúng tôi nhận thấy rằng một số tài sản được đầu tư vào các dự án chưa mang lại hiệu quả ngay tức thì. Kế hoạch tới đây là rà soát lại các khoản đầu tư để tái sử dụng hoặc thanh lý các tài sản không cần thiết.”

Chính sách giá chưa phù hợp: Chính sách giá bán của công ty chưa cạnh tranh so với các đối thủ trong ngành. Mặc dù công ty đã cố gắng điều chỉnh giá để phù hợp với thị trường, nhưng mức tăng giá trung bình chỉ đạt 3-5% hàng năm, trong khi các đối thủ có chính sách giá linh hoạt hơn. Việc không điều chỉnh giá phù hợp đã làm giảm khả năng cạnh tranh, đặc biệt trong bối cảnh chi phí nguyên vật liệu tăng cao. Điều này thể hiện rõ qua việc doanh thu thuần năm 2023 chỉ tăng 7.83% so với năm 2022, thấp hơn nhiều so với mức tăng chi phí.

Thiếu chiến lược marketing hiệu quả: Công ty đã đầu tư vào marketing, nhưng hiệu quả chưa đạt kỳ vọng. Chi phí marketing tăng từ 500 triệu đồng năm 2021 lên 800 triệu đồng năm 2023, nhưng số lượng khách hàng mới chỉ tăng 10%, thấp hơn so với mục tiêu tăng trưởng 20% mà công ty đặt ra. Điều này cho thấy chiến lược

marketing chưa thực sự hiệu quả, thiếu tập trung vào các kênh tiếp thị có khả năng tiếp cận cao với khách hàng mục tiêu. Công ty cần đầu tư thêm vào nghiên cứu thị trường và tối ưu hóa các kênh quảng bá để nâng cao hiệu quả.

**Nguyên nhân khách quan:**

Cạnh tranh gay gắt trong ngành: Thị trường thiết bị công nghệ tự động hóa đang có sự cạnh tranh mạnh mẽ từ các doanh nghiệp trong và ngoài nước. Số liệu cho thấy số lượng đối thủ trong ngành đã tăng 30% từ năm 2021 đến năm 2023, làm tăng áp lực cạnh tranh về giá và chất lượng sản phẩm. Hợp Long gặp khó khăn trong việc duy trì thị phần khi các đối thủ cung cấp sản phẩm tương đương với giá thành rẻ hơn, ảnh hưởng trực tiếp đến doanh thu và lợi nhuận của công ty.

Biến động kinh tế vĩ mô: Các yếu tố kinh tế vĩ mô như lạm phát và biến động lãi suất đã ảnh hưởng lớn đến hoạt động của công ty. Lạm phát năm 2023 tăng lên 4.1%, cao hơn mức 3.5% của năm 2022, dẫn đến chi phí nguyên vật liệu tăng trung bình 10%. Đồng thời, lãi suất vay vốn cũng tăng, làm gia tăng chi phí tài chính cho công ty. Những biến động này gây khó khăn trong việc kiểm soát chi phí và duy trì biên lợi nhuận.

Thiếu hụt lao động có kỹ năng: Thiếu hụt lao động chất lượng cao cũng là một yếu tố khách quan gây ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất và kinh doanh của công ty. Báo cáo từ Hiệp hội ngành công nghiệp cho thấy tỷ lệ thiếu hụt lao động kỹ thuật cao trong ngành tăng 15% vào năm 2023 so với năm 2022, khiến chi phí tuyển dụng và đào tạo nhân sự mới tăng thêm 20%. Điều này làm giảm năng suất và hiệu quả hoạt động của công ty.

Biến động trong chuỗi cung ứng: Các vấn đề trong chuỗi cung ứng toàn cầu, bao gồm việc thiếu hụt linh kiện và nguyên vật liệu do gián đoạn sản xuất ở các nước cung cấp chính, đã làm tăng thời gian và chi phí nhập hàng cho Hợp Long. Chi phí vận chuyển tăng lên 30% từ năm 2021 đến 2023, dẫn đến sự gia tăng đáng kể trong giá vốn hàng bán, ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng cạnh tranh về giá và biên lợi nhuận.

## **CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO KHẢ NĂNG SINH LỜI CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ HỢP LONG**

### **3.1. Định hướng phát triển và nhiệm vụ của công ty trong thời gian tới**

#### ***3.1.1. Định hướng phát triển của công ty cổ phần công nghệ Hợp Long***

Công ty cổ phần Công nghệ Hợp Long đã xác định rõ định hướng phát triển trong tương lai, thể hiện qua tầm nhìn, sứ mệnh và chiến lược cụ thể.

**Tầm nhìn:**

Hợp Long đặt mục tiêu trở thành nhà cung cấp giải pháp toàn diện hàng đầu cho nền công nghiệp Việt Nam. Điều này thể hiện tham vọng của công ty không chỉ dừng lại ở việc cung cấp sản phẩm công nghệ đơn lẻ, mà còn hướng tới việc cung cấp các giải pháp tích hợp, toàn diện, đáp ứng đa dạng nhu cầu của khách hàng trong quá trình chuyển đổi số và tự động hóa.

Tầm nhìn này được xây dựng dựa trên khát khao tiên phong và tinh thần sáng tạo không ngừng. Hợp Long mong muốn dẫn đầu trong việc ứng dụng các công nghệ tiên tiến, mang đến những giải pháp đột phá, giúp khách hàng nâng cao hiệu quả sản xuất, kinh doanh và tạo ra giá trị gia tăng bền vững.

Bên cạnh đó, Hợp Long cũng đặt mục tiêu trở thành doanh nghiệp dẫn đầu ngành, không chỉ về quy mô và thị phần, mà còn về chất lượng sản phẩm, dịch vụ và năng lực cạnh tranh. Công ty cam kết đóng góp tích cực vào sự phát triển của nền kinh tế - xã hội đất nước thông qua việc cung cấp các giải pháp công nghệ tiên tiến, tạo ra việc làm và đóng góp vào ngân sách nhà nước.

**Sứ mệnh:**

Sứ mệnh của Hợp Long là mang đến cho nền công nghiệp những sản phẩm chất lượng, giải pháp hiệu quả và công nghệ vượt trội. Công ty cam kết sử dụng sự trân trọng và trách nhiệm cao để đảm bảo mọi sản phẩm và dịch vụ đều đáp ứng được các tiêu chuẩn khắt khe nhất về chất lượng, hiệu quả và tính ứng dụng.

Hợp Long không chỉ tập trung vào việc cung cấp sản phẩm và giải pháp công nghệ, mà còn chú trọng đến việc xây dựng mối quan hệ đối tác lâu dài với khách hàng. Công ty cam kết đồng hành cùng khách hàng trong suốt quá trình triển khai và sử dụng sản phẩm, cung cấp các dịch vụ hỗ trợ kỹ thuật và tư vấn chuyên nghiệp, giúp khách hàng khai thác tối đa giá trị của công nghệ.

## Chiến lược

Để hiện thực hóa tầm nhìn và sứ mệnh của mình, Công ty cổ phần Công nghệ Hợp Long đã xây dựng một chiến lược toàn diện, tập trung vào các yếu tố cốt lõi sau:

Công ty không ngừng nỗ lực xây dựng và triển khai các chiến dịch tiếp thị hiệu quả, nhằm tăng cường nhận diện thương hiệu trên thị trường, đồng thời tiếp cận và mở rộng tệp khách hàng tiềm năng.

Công ty luôn chú trọng vào việc nghiên cứu và phân tích thị trường một cách thường xuyên và sâu sắc. Điều này giúp công ty nắm bắt kịp thời những xu hướng mới nhất, hiểu rõ nhu cầu đa dạng của khách hàng, từ đó phát triển những sản phẩm và giải pháp công nghệ tiên tiến, đáp ứng tốt nhất yêu cầu của thị trường.

Nhận thức được tầm quan trọng của thương mại điện tử trong thời đại số, công ty đẩy mạnh hoạt động kinh doanh trực tuyến thông qua các kênh B2B và B2C. Điều này giúp công ty tiếp cận khách hàng một cách nhanh chóng, hiệu quả và tiết kiệm chi phí.

Với mục tiêu đưa sản phẩm và dịch vụ đến tay người tiêu dùng trên khắp cả nước, công ty không ngừng mở rộng và hoàn thiện hệ thống phân phối. Điều này đảm bảo rằng mọi khách hàng, ở bất kỳ khu vực nào, đều có thể dễ dàng tiếp cận và sử dụng sản phẩm, dịch vụ của công ty.

Công ty đặc biệt chú trọng đến việc xây dựng và quản lý thương hiệu một cách chuyên nghiệp và bài bản. Mục tiêu là tạo dựng một hình ảnh thương hiệu uy tín, chất lượng và đáng tin cậy trong tâm trí khách hàng, từ đó củng cố vị thế vững chắc của công ty trên thị trường.

### ***3.1.2. Mục tiêu của Công ty cổ phần công nghệ Hợp Long***

Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long đã đặt ra những mục tiêu cụ thể và đo lường được cho giai đoạn 2024-2026 nhằm đảm bảo sự phát triển bền vững và nâng cao khả năng sinh lời. Trước hết, công ty hướng tới mục tiêu tăng trưởng doanh thu hàng năm tối thiểu 10%. Cụ thể, Hợp Long đặt mục tiêu doanh thu từ hoạt động kinh doanh chính sẽ tăng từ 1.434 tỷ đồng năm 2023 lên 1.577 tỷ đồng vào năm 2024, và tiếp tục đạt 1.734 tỷ đồng vào năm 2025. Mục tiêu này không chỉ phản ánh tham vọng mở rộng thị trường của công ty mà còn cho thấy cam kết của Hợp Long trong việc duy trì đà tăng trưởng ổn định trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt.

Bên cạnh việc tăng trưởng doanh thu, Hợp Long cũng đặt mục tiêu nâng cao tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS) – một trong những chỉ tiêu quan trọng để đánh giá hiệu quả kinh doanh. Công ty hướng đến việc tăng tỷ suất lợi nhuận từ mức 17,8% năm 2023 lên 19% vào năm 2024, và đạt 20% vào năm 2025. Việc cải thiện chỉ số này không chỉ giúp Hợp Long tối ưu hóa lợi nhuận trên mỗi đồng doanh thu mà còn tăng cường sức cạnh tranh của công ty trên thị trường. Để đạt được mục tiêu này, công ty sẽ tập trung vào việc cải thiện hiệu quả quản lý chi phí, tối ưu hóa quy trình sản xuất, và nâng cao chất lượng dịch vụ.

Ngoài ra, Hợp Long cũng đặt mục tiêu tăng tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA) từ mức 12% năm 2023 lên 13,5% vào năm 2024 và đạt 15% vào năm 2025. Tỷ suất lợi nhuận trên tài sản cao hơn sẽ giúp công ty sử dụng tài sản hiệu quả hơn trong việc tạo ra lợi nhuận, đồng thời cải thiện khả năng sinh lời tổng thể của công ty. Điều này cũng sẽ củng cố niềm tin của các nhà đầu tư và các bên liên quan vào chiến lược phát triển của Hợp Long.

Cuối cùng, Hợp Long cam kết duy trì tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) ở mức tối thiểu 18% vào năm 2024 và tăng lên 20% vào năm 2025. Chỉ tiêu này phản ánh khả năng sinh lời từ nguồn vốn của cổ đông, và đạt được mục tiêu này sẽ giúp công ty thu hút thêm vốn đầu tư và mở rộng quy mô hoạt động. Các mục tiêu đo lường được này không chỉ là những con số cụ thể mà còn là kim chỉ nam cho các chiến lược phát triển dài hạn của Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long trong tương lai.

## **3.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao khả năng sinh lời tại công ty cổ phần công nghệ Hợp Long**

### **3.2.1. Giải pháp tăng doanh thu**

#### **Cơ sở đề xuất giải pháp**

Trước hết, việc quản lý giá bán chưa tối ưu dẫn đến hiệu quả sử dụng chi phí không cao. Chính sách giá chưa linh hoạt khiến công ty khó thích ứng với biến động thị trường và nhu cầu của khách hàng, ảnh hưởng trực tiếp đến lượng bán và doanh thu. Bên cạnh đó, thị trường mục tiêu của công ty vẫn chưa được mở rộng tối đa, đặc biệt là các phân khúc khách hàng tiềm năng còn bỏ ngỏ, dẫn đến việc công ty chưa khai thác hết tiềm năng thị trường.

Ngoài ra, chất lượng sản phẩm và dịch vụ chưa đồng đều cũng làm giảm sức hấp dẫn và khả năng cạnh tranh của công ty. Sự thiếu đầu tư vào nghiên cứu và phát triển sản phẩm dẫn đến việc không đáp ứng kịp thời nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Hơn nữa, các chiến lược marketing và bán hàng chưa được triển khai đồng bộ, thiếu sáng tạo trong việc thu hút và giữ chân khách hàng, khiến doanh thu không đạt được kỳ vọng. Những hạn chế này là cơ sở để đề xuất các giải pháp cải thiện nhằm tăng doanh thu, giúp công ty phát triển bền vững hơn trong tương lai.

### *3.2.1.1 Mở rộng thị trường và phát triển kênh phân phối*

Để tăng trưởng doanh thu, trước tiên, Hợp Long cần mở rộng thị trường cả trong nước lẫn quốc tế. Đối với thị trường nội địa, công ty nên tập trung phát triển mạnh mẽ tại các thành phố lớn và các khu công nghiệp trọng điểm, nơi nhu cầu về các sản phẩm công nghệ và tự động hóa rất cao. Bên cạnh đó, công ty cần thiết lập mối quan hệ đối tác chiến lược với các đại lý và nhà phân phối lớn, tạo ra mạng lưới phân phối rộng khắp, nhằm tăng khả năng tiếp cận khách hàng.

Công ty cần tập trung mở rộng thị trường tại các khu công nghiệp trọng điểm như Khu công nghiệp Bắc Thăng Long, Khu công nghiệp VSIP Bắc Ninh, và Khu công nghiệp Long Hậu tại TP. Hồ Chí Minh. Đây là những khu vực có mật độ doanh nghiệp sản xuất và công nghiệp cao, với nhu cầu lớn về các sản phẩm tự động hóa và thiết bị công nghiệp. Hợp Long có thể tiếp cận các doanh nghiệp tại các khu công nghiệp này bằng cách tổ chức các hội thảo, giới thiệu sản phẩm và cung cấp các giải pháp công nghệ tự động hóa cho dây chuyền sản xuất.

Để khai thác tiềm năng của thị trường miền Trung và Tây Nguyên, Hợp Long cần thiết lập chi nhánh và kho hàng tại Đà Nẵng và Buôn Ma Thuột. Đà Nẵng là trung tâm kinh tế của miền Trung, với sự phát triển mạnh mẽ của các ngành công nghiệp và du lịch. Buôn Ma Thuột là trung tâm của Tây Nguyên, nơi có nhu cầu ngày càng tăng về các thiết bị nông nghiệp và chế biến nông sản. Việc thiết lập cơ sở tại các khu vực này sẽ giúp công ty giảm chi phí vận chuyển và tiếp cận nhanh chóng với khách

ASEAN là khu vực có tốc độ tăng trưởng kinh tế cao và nhu cầu lớn về các sản phẩm công nghệ. Hợp Long nên tập trung mở rộng vào các quốc gia như Thái Lan, Indonesia, và Malaysia. Đặc biệt, thị trường Thái Lan với ngành công nghiệp sản xuất phát triển mạnh mẽ và Indonesia với dân số đông là những thị trường tiềm năng cho

các sản phẩm tự động hóa và thiết bị công nghiệp của công ty. Để thâm nhập vào các thị trường này, Hợp Long có thể thiết lập văn phòng đại diện hoặc liên kết với các nhà phân phối địa phương để nắm bắt nhu cầu thị trường.

Công ty cần xây dựng quan hệ đối tác chiến lược với các đại lý và nhà phân phối lớn tại các khu vực mục tiêu. Ví dụ, tại thị trường phía Bắc, Hợp Long có thể hợp tác với các đại lý tại Hải Phòng và Quảng Ninh để phân phối các sản phẩm công nghệ tới các nhà máy và khu công nghiệp lớn. Tại thị trường phía Nam, công ty nên hợp tác với các nhà phân phối tại Bình Dương và Đồng Nai để đảm bảo sản phẩm được tiếp cận đến các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu.

Trong thời đại số hóa, việc phát triển kênh bán hàng trực tuyến là một yếu tố quan trọng để tăng cường doanh thu và mở rộng thị trường. Hợp Long cần đầu tư vào xây dựng và tối ưu hóa website thương mại điện tử của công ty, với giao diện thân thiện, dễ dàng sử dụng và tích hợp nhiều phương thức thanh toán. Bên cạnh đó, công ty cần phát triển ứng dụng di động để khách hàng có thể dễ dàng đặt hàng và theo dõi đơn hàng mọi lúc, mọi nơi.

Công ty nên hợp tác với các sàn thương mại điện tử lớn như Shopee, Lazada, và Tiki để mở rộng kênh phân phối sản phẩm. Việc có mặt trên các sàn thương mại điện tử không chỉ giúp tăng cường nhận diện thương hiệu mà còn giúp công ty tiếp cận với lượng lớn khách hàng tiềm năng trên toàn quốc.

Công ty cần tích cực tham gia các hội chợ và triển lãm trong nước và quốc tế, đặc biệt là các triển lãm công nghệ lớn như Vietnam Expo, Automation Expo, và CES Asia. Tham gia các sự kiện này sẽ giúp Hợp Long giới thiệu sản phẩm đến các đối tác tiềm năng, thu hút sự quan tâm của khách hàng, và nắm bắt được các xu hướng mới nhất trong ngành công nghệ.

### *3.2.1.2 Đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ*

Hợp Long nên tập trung phát triển các dòng sản phẩm tự động hóa thông minh như các hệ thống điều khiển tự động, cảm biến thông minh, và các giải pháp IoT (Internet of Things) dành cho ngành công nghiệp sản xuất. Cụ thể, công ty có thể phát triển và cung cấp các giải pháp như Hệ thống quản lý dây chuyền sản xuất thông minh, các thiết bị cảm biến theo dõi tình trạng máy móc, và các hệ thống quản lý năng lượng thông minh cho các nhà máy.



Thiết bị tự động hóa nhà thông minh (Smart Home): Đây là một thị trường tiềm năng, đặc biệt trong bối cảnh nhu cầu về nhà thông minh ngày càng tăng. Hợp Long có thể phát triển và cung cấp các sản phẩm như cảm biến thông minh, hệ thống chiếu sáng tự động, khóa cửa thông minh, và hệ thống an ninh tích hợp AI. Những sản phẩm này không chỉ giúp nâng cao chất lượng cuộc sống mà còn tạo ra trải nghiệm tiện ích và an toàn cho người dùng.

Thiết bị chăm sóc sức khỏe cá nhân: Công ty có thể mở rộng sang thị trường thiết bị chăm sóc sức khỏe cá nhân như máy đo huyết áp, nhiệt kế thông minh, và máy theo dõi sức khỏe đa chức năng. Những sản phẩm này hướng đến các khách hàng có nhu cầu theo dõi sức khỏe tại nhà, đặc biệt là người cao tuổi và những người có bệnh lý mãn tính.

Thiết bị y tế gia đình: Để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng về chăm sóc sức khỏe tại nhà, Hợp Long nên phát triển các thiết bị y tế như máy trợ thở, máy đo đường huyết, và máy đo nồng độ oxy trong máu. Đây là những sản phẩm cần thiết cho các gia đình có người bệnh cần theo dõi sức khỏe thường xuyên.

Phần mềm quản lý doanh nghiệp: Hợp Long có thể phát triển phần mềm quản lý doanh nghiệp (ERP) tùy chỉnh theo ngành công nghiệp, bao gồm các mô-đun quản lý sản xuất, quản lý kho, quản lý nhân sự, và kế toán tài chính. Những phần mềm này giúp các doanh nghiệp tối ưu hóa quy trình hoạt động và quản lý dữ liệu hiệu quả.

Dịch vụ tư vấn và triển khai giải pháp công nghệ: Bên cạnh cung cấp sản phẩm, công ty nên phát triển dịch vụ tư vấn và triển khai các giải pháp công nghệ tích hợp cho các doanh nghiệp. Điều này bao gồm việc đánh giá nhu cầu công nghệ, đề xuất các giải pháp phù hợp, và hỗ trợ triển khai hệ thống công nghệ tại các doanh nghiệp.

Đối với các sản phẩm có tích hợp công nghệ mới như hệ thống tự động hóa AI và IoT, hoặc các thiết bị y tế thông minh, Hợp Long nên áp dụng chiến lược định giá cao cấp. Giá sản phẩm sẽ phản ánh sự vượt trội về công nghệ và chất lượng, nhắm vào phân khúc khách hàng có khả năng chi trả cao và yêu cầu cao về chất lượng sản phẩm.

Đối với khách hàng doanh nghiệp, công ty có thể áp dụng chính sách chiết khấu khi mua số lượng lớn, giúp thúc đẩy doanh số và tăng cường mối quan hệ với các đối tác chiến lược.

Đối với các sản phẩm phổ thông như thiết bị chăm sóc sức khỏe cá nhân hay các thiết bị nhà thông minh, Hợp Long nên định giá ở mức cạnh tranh để thu hút khách hàng rộng rãi. Chính sách này giúp công ty tăng cường thị phần và tiếp cận được nhiều đối tượng khách hàng hơn.

Công ty có thể triển khai các chương trình khuyến mãi trong các dịp đặc biệt như lễ Tết, hoặc áp dụng hình thức trả góp cho khách hàng mua sắm các thiết bị công nghệ giá trị cao. Điều này không chỉ giúp tăng doanh thu mà còn giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận với sản phẩm.

Hợp Long cần đầu tư mạnh mẽ vào đội ngũ R&D để nghiên cứu và phát triển các sản phẩm mới. Điều này bao gồm việc thuê các chuyên gia trong lĩnh vực AI, IoT, và chăm sóc sức khỏe, đồng thời thiết lập các phòng thí nghiệm hiện đại để thử nghiệm và phát triển sản phẩm.

Ngoài ra, Hợp Long cũng cần nâng cao chất lượng dịch vụ hậu mãi và tư vấn kỹ thuật. Cung cấp dịch vụ bảo hành dài hạn, hỗ trợ kỹ thuật 24/7 và đào tạo sử dụng sản phẩm cho khách hàng sẽ tạo ra giá trị gia tăng, nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng và khuyến khích họ quay lại mua hàng.

### *3.2.1.3 Cải thiện chính sách giá và chiết khấu*

Chính sách giá cả và chiết khấu đóng vai trò quan trọng trong việc tăng doanh thu. Hợp Long nên áp dụng chính sách giá linh hoạt, phù hợp với từng phân khúc khách hàng và từng giai đoạn của chu kỳ kinh doanh. Đối với các sản phẩm công nghệ cao và có tính độc đáo, công ty có thể áp dụng chiến lược giá cao để khẳng định giá trị và thương hiệu. Trong khi đó, đối với các sản phẩm phổ thông, công ty có thể áp dụng chiến lược giá cạnh tranh để thu hút khách hàng và tăng thị phần.

Cùng với đó, việc triển khai các chương trình chiết khấu hấp dẫn cho khách hàng mua số lượng lớn, khách hàng thân thiết, hoặc trong các dịp khuyến mãi đặc biệt sẽ kích thích nhu cầu mua sắm và tăng doanh số bán hàng. Công ty cũng nên cân nhắc áp dụng các hình thức thanh toán linh hoạt như trả góp, tín dụng để tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng.

### *3.2.1.4 Tối ưu hóa quản lý hàng tồn kho*

Một trong những yếu tố ảnh hưởng đến doanh thu là khả năng quản lý hàng tồn kho. Hợp Long cần xây dựng hệ thống quản lý hàng tồn kho hiện đại, ứng dụng công

nghe thông tin để theo dõi và kiểm soát hàng hóa một cách chính xác và kịp thời. Điều này giúp công ty giảm thiểu rủi ro hết hàng hoặc dư thừa hàng tồn kho, từ đó tối ưu hóa chi phí và tăng hiệu quả kinh doanh.

Công ty cũng cần thiết lập mức dự trữ hàng tồn kho hợp lý cho từng loại sản phẩm, đặc biệt là các sản phẩm công nghệ có vòng đời ngắn. Việc này không chỉ đảm bảo cung ứng hàng hóa kịp thời cho khách hàng mà còn giúp công ty tận dụng cơ hội kinh doanh và tránh lãng phí nguồn lực.

### **3.2.2. Các giải pháp giảm chi phí**

#### **Cơ sở đề xuất giải pháp**

Trước hết, việc kiểm soát chi phí sản xuất và vận hành chưa chặt chẽ dẫn đến tình trạng lãng phí nguyên vật liệu và nhân lực, làm tăng giá thành sản phẩm. Cách thức quản lý chi phí không đồng bộ và thiếu hệ thống giám sát hiệu quả khiến công ty khó phát hiện và khắc phục kịp thời các khoản chi không cần thiết, ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận.

Ngoài ra, việc sử dụng nguồn lực không tối ưu và không khai thác triệt để công suất máy móc, trang thiết bị làm gia tăng chi phí bảo trì, sửa chữa và hao mòn tài sản. Đặc biệt, chi phí quản lý doanh nghiệp còn cao do thiếu các biện pháp cắt giảm và tối ưu hóa quy trình làm việc. Những vấn đề này cho thấy công ty cần cải tiến quy trình sản xuất, áp dụng công nghệ mới để tiết kiệm năng lượng, giảm lãng phí, đồng thời xây dựng hệ thống giám sát chi phí chặt chẽ hơn. Đưa ra các giải pháp giảm chi phí sẽ giúp công ty nâng cao hiệu quả hoạt động, tăng sức cạnh tranh và cải thiện lợi nhuận.

#### **Nội dung giải pháp**

Hiện tại, công ty đang hợp tác với ba nhà cung cấp chính cho các nguyên vật liệu cốt lõi như vi mạch, cảm biến, và các thiết bị điện tử. Tuy nhiên, việc chỉ dựa vào một số nhà cung cấp lớn có thể làm tăng rủi ro về chi phí và chất lượng. Do đó, công ty cần tìm kiếm thêm các nhà cung cấp mới, đặc biệt là từ các thị trường có chi phí sản xuất thấp như Trung Quốc hoặc Ấn Độ. Một giải pháp cụ thể là thiết lập hợp đồng với hai nhà cung cấp từ Ấn Độ, giúp giảm 10% chi phí nguyên vật liệu trong vòng hai năm tới.

Công ty nên tận dụng sức mạnh mua sắm lớn để đàm phán hợp đồng dài hạn

với các nhà cung cấp hiện tại, đảm bảo mức giá ổn định và giảm thiểu rủi ro biến động giá nguyên vật liệu. Ví dụ, công ty có thể ký kết hợp đồng cung cấp linh kiện điện tử với nhà cung cấp từ Nhật Bản trong vòng 5 năm, với mức giá cố định và kèm theo các điều khoản giảm giá 5% nếu giá thị trường giảm.

Công ty hiện có một số bộ phận hỗ trợ với số lượng nhân viên vượt quá nhu cầu thực tế. Ví dụ, bộ phận hành chính có tỷ lệ nhân viên/khối lượng công việc cao hơn so với các công ty trong cùng ngành. Công ty có thể cắt giảm 15% nhân viên ở bộ phận này thông qua việc tự động hóa các quy trình hành chính bằng phần mềm quản lý nhân sự và tài chính.

Thay vì duy trì đội ngũ nhân viên toàn thời gian với chi phí bảo hiểm và phúc lợi cao, công ty có thể chuyển sang sử dụng lao động hợp đồng ngắn hạn hoặc thời vụ cho các dự án không liên tục. Ví dụ, công ty có thể ký hợp đồng ngắn hạn với các kỹ sư công nghệ thông tin để hỗ trợ các dự án phát triển phần mềm, tiết kiệm 20% chi phí nhân công so với việc tuyển dụng toàn thời gian.

Hiện tại, công ty đang sử dụng nhiều phần mềm rời rạc để quản lý các bộ phận khác nhau, dẫn đến sự thiếu liên kết và tăng chi phí quản lý. Việc triển khai một hệ thống ERP tích hợp sẽ giúp quản lý tất cả các hoạt động của công ty trên một nền tảng duy nhất, giảm thiểu các sai sót, tăng cường hiệu quả và giảm 12% chi phí quản lý.

Thay vì chi tiêu nhiều vào các hình thức quảng cáo truyền thống như TV, báo chí, công ty nên tập trung vào các chiến dịch marketing trực tuyến với chi phí thấp nhưng tiếp cận rộng rãi hơn. Sử dụng SEO, Google Ads, và các kênh mạng xã hội như Facebook, LinkedIn để nhắm mục tiêu khách hàng một cách hiệu quả hơn. Dự kiến, chiến lược này có thể giảm 18% chi phí marketing và tăng tỷ lệ chuyển đổi khách hàng lên 25%.

Công ty nên sử dụng các công cụ tài chính như hợp đồng tương lai (futures contracts) hoặc hợp đồng quyền chọn (options contracts) để bảo vệ mình khỏi biến động tỷ giá. Điều này đặc biệt quan trọng khi công ty ký kết các hợp đồng nhập khẩu nguyên vật liệu với giá trị lớn và thời gian dài.

Công ty cần xây dựng kế hoạch tái cơ cấu nợ để giảm thiểu rủi ro lãi suất, đặc biệt trong bối cảnh lãi suất có xu hướng tăng. Đồng thời, việc quản lý dòng tiền một

cách chặt chẽ sẽ giúp công ty đảm bảo đủ nguồn vốn lưu động cho các hoạt động kinh doanh và đầu tư.

Để đối phó với những rủi ro bất ngờ như biến động thị trường hoặc các sự kiện kinh tế toàn cầu, công ty nên xây dựng một quỹ dự phòng tài chính, chiếm khoảng 5-10% tổng doanh thu hàng năm, để bảo vệ lợi nhuận trước các biến động không lường trước.

### **3.2.3. Giải pháp về chiến lược kinh doanh**

#### **Cơ sở đề xuất giải pháp**

Trước hết, chiến lược kinh doanh của công ty còn thiếu sự nhất quán và không đủ linh hoạt để thích ứng với biến động thị trường và thay đổi trong nhu cầu của khách hàng. Điều này dẫn đến việc công ty chưa khai thác hết tiềm năng thị trường và chưa tối ưu hóa lợi nhuận từ các hoạt động kinh doanh chính.

Hơn nữa, sự thiếu đầu tư vào nghiên cứu thị trường và phát triển sản phẩm khiến công ty chậm trễ trong việc bắt kịp xu hướng mới, từ đó mất đi lợi thế cạnh tranh. Việc thiếu một chiến lược tiếp cận khách hàng toàn diện và sáng tạo khiến công ty gặp khó khăn trong việc xây dựng mối quan hệ bền vững với khách hàng. Ngoài ra, chiến lược mở rộng thị trường chưa rõ ràng và thiếu định hướng cụ thể làm giảm khả năng tiếp cận các phân khúc khách hàng mới.

#### **Nội dung giải pháp**

Trong bối cảnh thị trường công nghệ tự động hóa ngày càng cạnh tranh gay gắt, Công ty Cổ phần Công nghệ Hợp Long (HOPLONGTECH.JSC) cần triển khai các giải pháp chiến lược kinh doanh hiệu quả nhằm duy trì vị thế và thúc đẩy tăng trưởng bền vững. Một trong những giải pháp then chốt là xây dựng và thực hiện chiến lược tập trung vào phát triển thị trường và khách hàng, tối ưu hóa danh mục sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ, và đẩy mạnh chuyển đổi số trong toàn bộ hoạt động kinh doanh.

Trước hết, chiến lược phát triển thị trường và khách hàng là nền tảng quan trọng giúp Hợp Long mở rộng quy mô và gia tăng doanh thu. Công ty cần xác định rõ ràng các phân khúc thị trường mục tiêu và ưu tiên các khu vực có tiềm năng tăng trưởng cao. Điều này bao gồm việc tập trung vào các ngành công nghiệp trọng điểm như sản xuất, năng lượng, và xây dựng - nơi nhu cầu về tự động hóa và công nghệ cao ngày

càng tăng. Bằng cách phân tích kỹ lưỡng nhu cầu của các ngành này, Hợp Long có thể tùy chỉnh các giải pháp công nghệ của mình để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Đồng thời, công ty cần xây dựng mối quan hệ đối tác chiến lược với các doanh nghiệp lớn trong những ngành này để tạo ra các cơ hội kinh doanh dài hạn và ổn định.

Bên cạnh đó, Hợp Long cần chú trọng vào việc nâng cao trải nghiệm khách hàng thông qua việc cải thiện dịch vụ hậu mãi và hỗ trợ kỹ thuật. Một trong những chiến lược hiệu quả là thành lập các trung tâm dịch vụ khách hàng tại các địa phương trọng điểm, nơi có nhiều khách hàng tiềm năng. Những trung tâm này sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp dịch vụ hỗ trợ nhanh chóng và chuyên nghiệp, đồng thời giúp công ty duy trì mối quan hệ bền vững với khách hàng. Hơn nữa, công ty cần đẩy mạnh việc sử dụng các kênh truyền thông hiện đại như mạng xã hội, email marketing và các ứng dụng di động để tương tác và nắm bắt nhu cầu khách hàng kịp thời. Việc tích hợp công nghệ vào quá trình chăm sóc khách hàng không chỉ giúp nâng cao sự hài lòng của khách hàng mà còn tạo ra cơ hội tiếp cận và mở rộng thị trường một cách hiệu quả.

Một giải pháp quan trọng khác là tối ưu hóa danh mục sản phẩm và dịch vụ của công ty. Hợp Long cần tiếp tục nghiên cứu và phát triển các sản phẩm công nghệ cao, đáp ứng xu hướng tự động hóa và số hóa trong công nghiệp. Để làm được điều này, công ty cần đầu tư mạnh mẽ vào nghiên cứu và phát triển (R&D), đặc biệt là trong các lĩnh vực như trí tuệ nhân tạo (AI), Internet vạn vật (IoT), và các giải pháp phần mềm tích hợp. Việc phát triển các sản phẩm mới không chỉ giúp Hợp Long nâng cao giá trị cạnh tranh mà còn mở ra các cơ hội kinh doanh mới trong những thị trường còn chưa được khai thác.

Ngoài ra, Hợp Long cần đẩy mạnh hợp tác với các đối tác công nghệ hàng đầu thế giới để tiếp cận và ứng dụng các công nghệ tiên tiến. Việc này không chỉ giúp công ty nhanh chóng bắt kịp xu hướng công nghệ mới mà còn nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Hợp Long có thể xem xét việc thành lập các liên doanh hoặc liên kết với các công ty công nghệ nước ngoài để tận dụng nguồn lực và chuyên môn của họ trong việc phát triển các sản phẩm và dịch vụ mới.

Đồng thời, công ty cần có chiến lược rõ ràng trong việc phát triển thương hiệu và xây dựng hình ảnh của mình trên thị trường. Việc xây dựng một thương hiệu mạnh

mẽ sẽ giúp Hợp Long tạo được lòng tin với khách hàng và đối tác, từ đó dễ dàng hơn trong việc mở rộng thị trường và phát triển kinh doanh. Công ty có thể thực hiện các chiến dịch quảng cáo toàn diện trên các phương tiện truyền thông lớn, tham gia vào các triển lãm quốc tế về công nghệ, và tổ chức các hội thảo chuyên ngành để giới thiệu sản phẩm và giải pháp của mình. Ngoài ra, việc xây dựng và duy trì một trang web chuyên nghiệp, cung cấp thông tin đầy đủ về các sản phẩm và dịch vụ, cùng với các nội dung hữu ích cho khách hàng, sẽ giúp nâng cao khả năng tiếp cận và tương tác với thị trường.

Một phần không thể thiếu trong chiến lược kinh doanh của Hợp Long là việc đẩy mạnh chuyển đổi số trong toàn bộ hoạt động của công ty. Công nghệ số hóa không chỉ giúp tối ưu hóa quy trình sản xuất, quản lý và kinh doanh, mà còn giúp công ty nâng cao hiệu quả hoạt động và giảm thiểu chi phí. Hợp Long cần triển khai các hệ thống quản lý thông minh như ERP (Enterprise Resource Planning), CRM (Customer Relationship Management), và SCM (Supply Chain Management) để cải thiện sự liên kết giữa các bộ phận và tối ưu hóa chuỗi cung ứng. Bên cạnh đó, việc áp dụng công nghệ dữ liệu lớn (Big Data) và phân tích dữ liệu sẽ giúp công ty có được những thông tin quý giá về thị trường và khách hàng, từ đó đưa ra các quyết định kinh doanh chính xác và kịp thời.

Ngoài ra, việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp linh hoạt và sáng tạo cũng là một giải pháp quan trọng giúp Hợp Long phát triển bền vững. Công ty cần tạo ra một môi trường làm việc khuyến khích sự đổi mới và sáng tạo, đồng thời đảm bảo rằng tất cả nhân viên đều được trang bị đầy đủ kỹ năng và kiến thức cần thiết để thích ứng với các thay đổi trong công nghệ và thị trường. Hợp Long có thể tổ chức các chương trình đào tạo liên tục, thúc đẩy sự học hỏi và chia sẻ kinh nghiệm giữa các nhân viên, và khuyến khích họ đưa ra những ý tưởng mới nhằm cải thiện quy trình làm việc và phát triển sản phẩm.

Cuối cùng, Hợp Long cần có một kế hoạch tài chính vững chắc để hỗ trợ cho các chiến lược kinh doanh của mình. Việc đảm bảo nguồn vốn đủ để đầu tư vào các dự án phát triển, mở rộng quy mô hoạt động, và duy trì sự ổn định tài chính là rất quan trọng. Công ty cần xem xét các phương án huy động vốn từ các nguồn khác nhau, bao gồm vay vốn ngân hàng, phát hành cổ phiếu, hoặc kêu gọi đầu tư từ các

quỹ đầu tư. Đồng thời, việc quản lý chi phí một cách hiệu quả sẽ giúp công ty tối ưu hóa lợi nhuận và duy trì sự cạnh tranh trên thị trường.

### **3.3. Kiến nghị với các cơ quan quản lý nhà nước**

Hoạt động kinh doanh thương mại luôn phụ thuộc vào sự quản lý và điều hành của Nhà nước, vì các chính sách và quy định của họ ảnh hưởng trực tiếp đến môi trường kinh doanh. Trong thời gian gần đây, ảnh hưởng từ suy thoái toàn cầu đã gây ra nhiều thách thức cho doanh nghiệp như Hợp Long. Điều này đặt ra nhu cầu cần phải điều chỉnh các chính sách vĩ mô của Nhà nước để hỗ trợ doanh nghiệp vượt qua khó khăn và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Từ đó, góp phần cho hiệu quả chung của nền kinh tế, xuất phát từ hoạt động kinh của công ty cổ phần công nghệ Hợp Long, em xin đưa một vài kiến nghị với nhà nước như sau:

**Cải cách thủ tục hành chính:** Cải cách thủ tục hành chính là rất cần thiết để giảm bớt gánh nặng và tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp. Việc này cũng giúp tăng tính minh bạch và giảm thiểu nguy cơ tham nhũng trong quá trình thực hiện thủ tục.

**Đảm bảo ổn định tăng trưởng kinh tế vĩ mô:** Việc đảm bảo ổn định tăng trưởng kinh tế và kiềm chế lạm phát là yếu tố quan trọng để thu hút đầu tư và tạo niềm tin cho doanh nghiệp. Sự ổn định này sẽ giúp doanh nghiệp lập kế hoạch dài hạn và đảm bảo hiệu quả kinh doanh.

**Xây dựng cơ sở hạ tầng và phát triển thông tin liên lạc:** Việc đầu tư vào cơ sở hạ tầng và phát triển thông tin liên lạc là rất quan trọng để tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh và vận chuyển hàng hóa. Điều này cũng giúp nâng cao hiệu quả sản xuất và cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường.

**Hạn chế thay đổi chính sách pháp luật:** Việc hạn chế thay đổi chính sách pháp luật quá thường xuyên và không đồng nhất giúp doanh nghiệp có thể lập kế hoạch dài hạn và đảm bảo tuân thủ pháp luật một cách hiệu quả. Đồng thời, việc kiểm tra và rà soát các văn bản pháp luật cũng rất cần thiết để điều chỉnh và cải thiện môi trường kinh doanh.



## KẾT LUẬN

Trong bối cảnh kinh tế thị trường ngày càng cạnh tranh gay gắt, lợi nhuận là yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp không chỉ tồn tại mà còn phát triển bền vững. Việc nâng cao lợi nhuận không chỉ giúp doanh nghiệp tích lũy vốn để tái đầu tư, mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh, mà còn tạo điều kiện để thực hiện các chính sách phúc lợi cho nhân viên và đóng góp cho xã hội. Qua đó, doanh nghiệp sẽ nâng cao uy tín và vị thế của mình trên thị trường.

Đề án này đã phân tích toàn diện thực trạng lợi nhuận của công ty cổ phần công nghệ Hợp Long, từ đó đề xuất những giải pháp thiết thực nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh và tối đa hóa lợi nhuận. Cụ thể, việc quản lý chi phí, cải thiện năng suất lao động, tăng cường chất lượng sản phẩm và dịch vụ, và áp dụng các chiến lược kinh doanh hiện đại đều được xem xét và đưa ra những đề xuất cụ thể.

Qua nghiên cứu, có thể thấy rằng, để đạt được mức lợi nhuận mong muốn, công ty cần không ngừng đổi mới, áp dụng các biện pháp quản trị tiên tiến, và linh hoạt thích ứng với những biến động của thị trường. Đặc biệt, việc chú trọng vào nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ, cải thiện quy trình sản xuất, và đầu tư vào công nghệ mới sẽ giúp công ty nâng cao năng lực cạnh tranh, từ đó đạt được hiệu quả kinh doanh cao hơn.

Nhìn chung, với sự nỗ lực không ngừng và các biện pháp cải tiến được đề xuất, công ty cổ phần công nghệ Hợp Long hoàn toàn có thể nâng cao lợi nhuận, củng cố vị thế trên thị trường, và phát triển bền vững trong tương lai. Kết quả của Đề án không chỉ có ý nghĩa đối với công ty Hợp Long mà còn mang lại những bài học và kinh nghiệm quý báu cho các doanh nghiệp khác trong ngành thiết bị tự động hóa.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Văn Ngọc, (2018), Giáo trình Kinh tế vi mô, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân
2. Nguyễn Văn Nam, (2020), Kinh tế học, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật
3. Trần Thị Thu Hà, (2019), “Các nhân tố ảnh hưởng đến lợi nhuận của doanh nghiệp”, Tạp chí Tài chính doanh nghiệp, số 10
4. Nguyễn Thị Mai, (2020), Kế toán tài chính, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân
5. Lê Thị Kim Oanh, (2018), Phân tích báo cáo tài chính, Nhà xuất bản Thống kê
6. Nguyễn Thị Minh, (2021), Phân tích tài chính doanh nghiệp, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân
7. Đỗ Thị Thu Hương, (2019), Tài chính doanh nghiệp, Nhà xuất bản Thống kê
8. Nguyễn Minh Kiều(2010), Tài chính doanh nghiệp căn bản, nhà xuất bản Thông Kê
9. Lê Thị Xuân(2011), Phân tích tài chính doanh nghiệp, nhà xuất bản Đại học kinh tế quốc dân
10. Vũ Duy Hào (2017), Quản trị chi phí và giá thành sản phẩm, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
11. Lê Thị Hồng Hạnh (2018), “Các biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại các doanh nghiệp Việt Nam”, Tạp chí Kinh tế và Phát triển, số 256.
12. Trần Anh Tuấn (2020), “Ứng dụng công nghệ trong quản lý chi phí và nâng cao lợi nhuận tại doanh nghiệp”, Tạp chí Quản lý và Kinh doanh, số 45.
13. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2021), “Các biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh”, truy cập từ mpi.gov.vn.
14. Báo cáo tài chính năm 2021-2023 của công ty cổ phần công nghệ Hợp Long.

15. Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh của công ty cổ phần công nghệ Hợp Long từ năm 2021 đến 2023.
16. Tài liệu hướng dẫn quản trị chi phí và nâng cao hiệu quả kinh doanh nội bộ của công ty cổ phần công nghệ Hợp Long.