

Thực trạng và giải pháp phát triển của Công ty Cổ phần Nước giải khát Sanest Khánh Hòa trong bối cảnh đại dịch Covid-19

ĐỖ VĂN NHÂN*

Trong bối cảnh đại dịch Covid-19 bùng phát, Công ty Cổ phần Nước giải khát Sanest Khánh Hòa, với sự nỗ lực, cùng những định hướng chuyển đổi phù hợp, đã vượt qua được khó khăn, khẳng định được vị thế của mình trong sản xuất, kinh doanh và xuất khẩu đến các thị trường lớn. Tuy nhiên, phía trước vẫn còn nhiều thách thức, rủi ro, đòi hỏi Công ty cần có những giải pháp hiệu quả để giữ vững thị phần và đạt được những mục tiêu do Công ty đề ra trong thời gian tới.

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN TRONG BỐI CẢNH ĐẠI DỊCH COVID-19 DIỄN BIẾN PHỨC TẠP

Kết quả đạt được

Ngày 26/12/2015, Công ty TNHH MTV Nước giải khát Sanest Khánh Hòa được thành lập theo Quyết định số 2336/QĐ-YS của Chủ tịch HĐQT Công ty Yến sào Khánh Hòa.

Theo Quyết định số 3040/QĐ-UBND, ngày 12/10/2016 của UBND tỉnh Khánh Hòa về việc cổ phần hóa Công ty TNHH MTV Nước giải khát Sanest Khánh Hòa và Quyết định số 1794/QĐ-UBND, ngày 23/6/2017 của UBND tỉnh Khánh Hòa phê duyệt phương án và chuyển Công ty TNHH MTV Nước giải khát Sanest Khánh Hòa thành công ty cổ phần, ngày 09/11/2017, Công ty đã tổ chức thành công Đại hội cổ đông lần đầu và chính thức hoạt động theo mô hình công ty cổ phần từ ngày 16/11/2017.

Công ty Cổ phần Nước giải khát Sanest Khánh Hòa hoạt động chính trong lĩnh vực chế biến các sản phẩm, thực phẩm chức năng và nước giải khát từ nguồn nguyên liệu yến sào thiên nhiên. Sản phẩm kinh doanh chính và chủ lực của Công ty là sản phẩm nước Yến sào mang thương hiệu Sanest.

Trong mùa dịch bệnh Covid-19 (2020-2021) diễn ra phức tạp, vấn đề nâng cao sức đề kháng cho cơ thể là mối quan tâm hàng đầu của nhiều người tiêu dùng. Ngoài việc sử dụng vắc xin, thì bổ sung chất dinh dưỡng vào chế độ ăn uống, trong đó có các sản phẩm nước Yến sào Khánh Hòa Sanest với thành phần chính từ yến sào, là một biện pháp tiện lợi và hiệu quả mà nhiều người tiêu dùng đang lựa chọn. Đây chính là cơ hội cho Sanest Khánh Hòa trong việc cung cấp, cũng

như phát triển đa dạng các sản phẩm từ yến sào với hàm lượng dinh dưỡng cao, tốt cho sức khỏe, thúc đẩy hoạt động sản xuất, kinh doanh của Công ty.

Nắm bắt kịp thời diễn biến thị trường, Sanest Khánh Hòa đã tiến hành thực hiện các giải pháp linh hoạt, quyết liệt nhằm đảm bảo hoạt động kinh doanh hiệu quả, như: thực hiện nhiều chương trình kích cầu kinh doanh, hỗ trợ các nhà phân phối, điểm bán, tăng độ bao phủ thị trường. Đổi mới phương thức bán hàng trong thời điểm dịch Covid-19.

Song song việc khôi phục thị trường trong nước vượt qua khó khăn sau đại dịch Covid-19, Công ty tập trung phát triển mở rộng thị trường. Công ty đã thực hiện được nhiều đơn hàng xuất khẩu dòng sản phẩm nước yến sào Sanest sang các thị trường Nhật, Mỹ, Canada, Úc, Đài Loan, Malaysia, Philippines.

Nhờ vậy, lợi nhuận sau thuế của Công ty năm 2020 tuy giảm 25,33% so với năm cùng kỳ, nhưng lại vượt 1,89% so với kế hoạch. Lãi cơ bản trên cổ phiếu có giảm, song Công ty vẫn luôn duy trì tỷ lệ cổ tức của cổ đông xấp xỉ 68%. Con số này chính là minh chứng cho việc Sanest Khánh Hòa luôn duy trì chính sách chi trả cổ tức ổn định theo hướng cân bằng về lợi ích và lợi nhuận qua các năm; đáp ứng nhu cầu sinh lời từ nguồn vốn của cổ đông và duy trì nguồn

* TS., Học viện Chính trị khu vực III

vốn để tích lũy cho sự phát triển của Công ty theo hướng bền vững.

Bước sang năm 2021, đại dịch Covid-19 vẫn tiếp tục kéo dài và bùng phát mạnh trên cả nước, đặc biệt trong quý III, nên hệ thống phân phối gặp nhiều khó khăn trong việc tổ chức bán hàng. Để khắc phục khó khăn, Công ty đã chủ động xây dựng các phương thức bán hàng mới: ứng dụng công nghệ thông tin và bán hàng trên các trang thương mại điện tử, thu hút sự theo dõi, chia sẻ thông tin từ khách hàng, đẩy mạnh doanh thu bán hàng online. Công ty đã tổ chức các buổi livestream, giải đáp thắc mắc hơn 1.000 lượt khách hàng; Kết hợp cùng Youtuber nổi tiếng Tony TV, sản phẩm Sanest Yến sào Khánh Hòa được lồng ghép khéo léo trong trò chơi Squid Game đang rất thịnh hành, đạt top tìm kiếm tại thời điểm ghi hình.

Đặc biệt, trong năm 2021, công tác xuất khẩu của Công ty đã phát triển mạnh. Thị trường xuất khẩu mở rộng sang các nước: Mỹ, Úc, Canada, Đài Loan, Nhật Bản, Philippines, Hàn Quốc, Malaysia..., doanh thu xuất khẩu năm 2021 đạt 243% kế hoạch năm, tăng 447% so với năm trước.

Công ty đã tạo việc làm ổn định cho hơn 1.000 lao động với thu nhập bình quân 13,7 triệu đồng/người/tháng. Bên cạnh các chế độ theo quy định, trong thời gian sản xuất “3 tại chỗ” Công ty còn hỗ trợ tiền ăn ca và bồi dưỡng thêm 200.000 đồng/người/ngày. Hỗ trợ ngày công và các nhu yếu phẩm, thuốc, vật dụng y tế cho người lao động F0, F1.

Nhìn lại quá trình phát triển của Công ty trong giai đoạn 2017-2021 cho thấy, mặc dù bị ảnh hưởng bởi đại dịch Covid-19, nhưng Công ty vẫn phát triển khá tốt, mặc dù, năm 2020 sụt giảm, nhưng năm 2021, tỷ lệ tăng trưởng đã đạt mức 13,53% (Bảng). Năm 2021, Công ty có hơn 900 lao động, mạng lưới kinh doanh hơn 1.000 nhà phân phối, đại lý, showroom trên cả nước và hệ thống các nhà phân phối, chi nhánh, văn phòng đại diện ở nước ngoài.

Nguyên nhân thành công

Một là, tập trung chuyển đổi số. Sự tiến bộ của công nghệ, khoa học kỹ thuật, nhất là thành quả của Cách mạng công nghiệp 4.0, đã và đang tác động mạnh mẽ đến mọi lĩnh vực trong đời sống xã hội, đặc biệt trong sản xuất, kinh doanh. Xác định việc ứng dụng nền

BẢNG: TỐC ĐỘ PHÁT TRIỂN CỦA CÔNG TY TRONG GIAI ĐOẠN 2017-2021

Năm	2017	2018	2019	2020	2021
Doanh thu (tỷ đồng)	1.495,0	1.788,8	1.945,1	1.698,2	1.947,2
Tỷ lệ tăng trưởng (%)	3,5	19,7	8,74	-12,69	13,53

Nguồn: Báo cáo thường niên các năm, từ năm 2017 đến năm 2021

tảng số là xu thế tất yếu đảm bảo doanh nghiệp phát triển bền vững, Công ty đã xây dựng chiến lược trọng tâm, đầu tư hệ thống hạ tầng phần cứng, nguồn nhân lực và các giải pháp công nghệ chuyển đổi số. Những ứng dụng ban đầu, như: các phần mềm quét mã vân tay, chữ ký số, quản lý kê khai thuế, bảo hiểm, quản lý hồ sơ, hợp đồng... đã phát huy hiệu quả trong quản lý, điều hành doanh nghiệp.

Máy móc thiết bị là một trong những yếu tố tham gia trực tiếp của quá trình sản xuất chính vì thế việc hiện đại hoá máy móc thiết bị hay đổi mới công nghệ là hết sức quan trọng. Công ty cũng đầu tư xưởng sản xuất với dây chuyền sản xuất hiện đại, tự động hóa cao, có công suất thiết kế 15.000 sản phẩm/giờ, mang tầm cỡ khu vực Đông Nam Á trong lĩnh vực sản xuất nước Yến sào. Dây chuyền được đầu tư hoàn chỉnh từ khâu kiểm tra bao bì, nguyên vật liệu đầu vào đến khâu phối chế, chiết rót, đóng nắp, tiệt trùng, dán nhãn, đóng gói sản phẩm và in ngày sản xuất. Máy móc thiết bị hiện đại, tự động với những tính năng công nghệ mới nhất có xuất xứ từ các nước phát triển, như: Hoa Kỳ, Anh, Italia ...

Công tác đảm bảo chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm luôn được chú trọng quan tâm hàng đầu, thực hiện Hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001, Hệ thống quản lý môi trường ISO 14001, Hệ thống quản lý an toàn thực phẩm ISO 22000 và HACCP với sự đánh giá của tổ chức QMS Australia. Ngoài ra, sản phẩm của Công ty còn đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe quốc tế, như: tiêu chuẩn EU, tiêu chuẩn FDA, FSMA Hoa Kỳ, tiêu chuẩn Halal của các quốc gia Hồi giáo. Do vậy, các sản phẩm Sanest Khánh Hòa luôn đảm bảo tốt nhất về mặt chất lượng đem lại sự tin tưởng tuyệt đối đến khách hàng, ngày càng khẳng định uy tín thương hiệu, vị thế vững chắc trên thị trường trong nước và quốc tế.

Hai là, đột phá trong công tác xuất khẩu, tiếp tục đầu tư cho các thị trường xuất khẩu đang có sản phẩm Sanest để đảm bảo doanh thu tăng trưởng. Thường xuyên nghiên cứu hàng rào kỹ thuật, yêu cầu của từng thị trường xuất khẩu để xây dựng kế hoạch phát triển sản phẩm, phát triển thị trường, thường xuyên tổ chức các chương trình quảng bá, giới thiệu sản phẩm đến cộng đồng người Việt, châu Á tại các nước. Dù tình hình kinh tế trong nước và thế giới chịu ảnh hưởng bởi dịch Covid-19, nhưng Công ty vẫn chủ động tìm kiếm cơ hội tại các thị trường tiềm năng thông qua hoạt động xuất khẩu các sản phẩm, đặc biệt thực hiện nghiên cứu cải tiến chất lượng sản phẩm phù hợp với hàng rào kỹ thuật, thị hiếu tiêu dùng của các thị trường mới. Đặc biệt, trong năm 2020, Công ty đã xuất khẩu sản phẩm nước Yến sang thị trường Nhật Bản. Đây là thị trường khó tính với nhiều yêu cầu khắt khe về chất lượng.

Ba là, phát triển các kênh bán hàng. Trong giai đoạn 2020-2021, Công ty vẫn đảm bảo các giá trị lợi ích cho nhà phân phối, đại lý, điểm bán; xây dựng các chương trình khuyến mãi, tích lũy, kích cầu hợp lý, chú trọng tăng cường chương trình bán hàng dành riêng cho các shop, các điểm bán nhỏ lẻ theo từng thị trường, tăng tỷ lệ SKU các dòng sản phẩm Sanest trên đơn hàng để tăng độ bao phủ, giữ hệ thống khách hàng, đảm bảo tăng trưởng doanh thu. Tiếp tục phát triển đẩy mạnh kênh siêu thị và hệ thống cửa hàng tiện lợi; kênh bán hàng online, giao hàng tận nơi; xây dựng phương thức tiếp cận và các chương trình bán hàng riêng tại các cơ quan, công ty, hệ thống y tế chăm sóc sức khỏe, trường học, khu công nghiệp. Trong bối cảnh đại dịch Covid-19, Công ty tăng sự hiện diện thương hiệu trên các kênh truyền thống và thực hiện marketing digital trên các trang mạng xã hội, công cụ tìm kiếm theo xu hướng hiện nay.

Bốn là, tập trung nghiên cứu phát triển dòng sản phẩm mới. Trong sự biến chuyển linh hoạt của thị trường nước giải khát hiện nay, cùng với nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng về chất lượng và sự đa dạng về chủng loại sản phẩm, một trong những chiến lược quan trọng để Công ty tăng năng lực cạnh tranh và mở rộng thị phần là không ngừng nghiên cứu, phát triển sản phẩm mới, đáp ứng nhu cầu thị trường. Trong năm 2020, Công ty đã cho ra mắt dòng sản phẩm Nước Yến sào Khánh Hòa Sanest dành cho trẻ em đóng lon (Sanest for Kids) vào thời điểm tựu trường. Sản phẩm là sự kết hợp Yến sào, HMO (2'-FL) và Taurine. Cùng với Yến sào, HMO (2'-FL) tăng cường hệ miễn dịch, giúp hệ tiêu hóa của trẻ khỏe mạnh, Taurine hỗ trợ cho sự tăng trưởng, phát triển thị giác, trí não.

Bên cạnh việc phát triển các dòng sản phẩm nước yến, Công ty đã thực hiện đề tài cấp tỉnh “Xây dựng quy trình sản xuất sản phẩm mỹ phẩm từ dịch chiết Yến sào Khánh Hòa”. Đề tài được thực hiện dưới sự phối hợp với các chuyên gia từ Bệnh viện Da liễu Khánh Hòa, Viện Nghiên cứu và Ứng dụng Công nghệ Nha Trang nhằm mục đích nâng cao chất lượng nghiên cứu, tiếp cận khoa học kỹ thuật mới để ứng dụng vào thực tiễn nghiên cứu sản xuất của đơn vị. Sự thành công của đề tài mỹ phẩm đã mở ra một hướng đi hoàn toàn mới, góp phần định hình sản phẩm tương lai của Công ty. Theo đó, Công ty sẽ đẩy mạnh phát triển, hướng tới thương mại hóa các sản phẩm mỹ phẩm, như: serum chống lão hóa, kem dưỡng da và mặt nạ dưỡng da Yến sào Khánh Hòa; tiếp tục nghiên cứu dòng sản phẩm mới nước hoa hồng, sữa rửa mặt đem đến người tiêu dùng bộ sản phẩm mỹ phẩm.

Năm là, xây dựng đội ngũ nhân lực có chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu đặt ra ngày càng cao của Công ty. Đặc biệt, trong những năm qua, khối công nghệ Công ty đã không ngừng nỗ lực nghiên cứu, học hỏi các thành tựu khoa học kỹ thuật, tiến bộ khoa học, công nghệ, đổi mới công nghệ nhằm tạo ra nhiều sản phẩm mới, tăng sản lượng, tăng năng suất lao động, nâng cao

chất lượng sản phẩm, sử dụng hợp lý tiết kiệm nguyên vật liệu...

Những rủi ro và thách thức

Trong bối cảnh hiện nay, Công ty cũng đang gặp phải rất nhiều thách thức, rủi ro. Trước hết là thách thức trong quản trị các kênh bán hàng, cũng như phải có phương án phòng, tránh rủi ro trước các tác động mà dịch Covid-19 gây ra.

Bên cạnh đó, Công ty cũng đối mặt với nguy cơ rủi ro tỷ giá. Đây là yếu tố không tránh khỏi trong mọi quyết định của bất cứ doanh nghiệp nào có tham gia giao dịch về ngoại tệ. Nhà cung cấp về các loại bao bì, máy móc, trang thiết bị của Sanest Khánh Hòa chủ yếu đến từ nước ngoài.

Một trong những thách thức lớn nhất liên quan đến thị trường là sự cạnh tranh với các hãng nước yến khác trong và ngoài nước không những về mẫu mã, chất lượng mà còn về giá cả. Hơn nữa, trên thị trường hiện nay có rất nhiều sản phẩm đến từ các đối thủ cạnh tranh có kiểu dáng, xuất xứ tương đồng với các dòng sản phẩm của Sanest Khánh Hòa, gây ra sự nhầm lẫn cho người tiêu dùng, ảnh hưởng đến hình ảnh, uy tín thương hiệu của Công ty. Chính vì vậy, công tác bảo hộ thương hiệu, sở hữu trí tuệ, kiểu dáng công nghiệp đặc biệt được chú trọng.

Bên cạnh đó, Công ty cũng gặp rủi ro do nguy cơ đứt gãy cung ứng do đại dịch, cũng như xung đột Nga - Ukraina. Đại dịch Covid-19 bùng phát trên thế giới đã ảnh hưởng toàn diện, sâu rộng đến nền kinh tế các nước, trong đó có Việt Nam. Hầu hết nền kinh tế của các nước rơi vào tình trạng suy thoái nghiêm trọng dẫn đến giá cả nhập khẩu nguyên vật liệu tăng.

Ngoài ra, nạn săn bắt chim yến đang diễn ra tại một số tỉnh, thành và Khánh Hòa, ảnh hưởng nguy cấp đến sự an toàn của quần thể chim yến, làm suy giảm nguồn tài nguyên yến về cả chất lượng lẫn số lượng của các địa phương Biến đổi khí hậu phức tạp, ảnh hưởng rất lớn đến môi trường sống và phát triển đàn chim yến. Đây cũng là một rủi ro mà Công ty phải đối mặt.

NHỮNG GIẢI PHÁP CẦN THỰC HIỆN TRONG THỜI GIAN TỚI

Thứ nhất, cần biến thách thức thành cơ hội. Trong mùa dịch bệnh Covid-19, nhu cầu nâng cao sức đề kháng cho cơ thể rất lớn, vì thế, Công ty cần tập trung

nâng cao chất lượng sản phẩm đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Theo đó, cần tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát sản phẩm trong quá trình sản xuất, lưu thông và đưa ra thị trường đảm bảo an toàn, chất lượng. Không ngừng cải tiến để nâng cao chất lượng sản phẩm. Thường xuyên cập nhật, lựa chọn nguyên liệu có nguồn gốc tự nhiên, thân thiện môi trường, đồng thời có hàm lượng dinh dưỡng cao, giúp nâng cao sức đề kháng cho người sử dụng.

Hiện nay, nguồn nguyên liệu phụ trợ của Công ty còn phụ thuộc vào nhà cung cấp. Vì thế, để giảm rủi ro, Công ty nên chủ động tìm kiếm và đa dạng hóa các nhà cung cấp trong và ngoài nước để không phụ thuộc bất kỳ nhà cung cấp nào, qua đó đảm bảo nguồn nguyên liệu, bao bì phục vụ sản xuất với giá thành cạnh tranh.

Trong bối cảnh thị trường có nhiều biến động, Công ty cần theo sát từng diễn biến của nền kinh tế cả trong và ngoài nước để có những bước đi phù hợp nhất với từng thời kỳ.

Thứ hai, đổi mới công nghệ hướng tới tăng trưởng xanh. Đây là hướng đi đúng và phù hợp với xu thế phát triển của nhiều doanh nghiệp hiện nay, không chỉ mang lại lợi ích cho doanh nghiệp mà còn tác động tích cực, lâu dài đến nền kinh tế. Trước làn sóng Cách mạng công nghiệp 4.0, việc chủ động nâng tầm công nghệ, phù hợp với các tiêu chuẩn cao của thế giới, thân thiện với môi trường sẽ giúp doanh nghiệp có nhiều cơ hội tham gia vào thị trường khu vực và toàn cầu.

Bên cạnh đó, Công ty cần tiếp tục tập trung cho công tác chuyển đổi số, chú trọng công tác ứng dụng công nghệ trong quản lý và phát triển sản phẩm. Đặc biệt, cần đầu tư cải tiến công nghệ, ứng dụng các công nghệ tiên tiến vào công tác bảo vệ môi trường sinh thái, tiết kiệm năng lượng, giảm thiểu ô nhiễm, thân thiện với môi trường.

Thứ ba, cần đa dạng, phong phú hệ sinh thái với nhiều lĩnh vực, ngành nghề mới để phù hợp trong xu thế hiện nay, đảm bảo Công ty Sanest Khánh Hòa phát triển bền vững trong thời gian tới.

Thứ tư, áp dụng các mô hình kinh doanh mới, mở rộng thị trường. Một số mô hình kinh doanh tiêu biểu Công ty xây dựng và thực hiện: Mô hình kinh doanh nhà sản xuất; Mô hình kinh doanh thương mại điện tử: website, mạng xã hội...; Mô hình kinh doanh qua hình thức quảng cáo; Mô hình kinh doanh marketplace; Marketing và bán hàng trực tiếp. Các mô hình này cần được phát triển trong tương lai để đảm bảo doanh thu, phát triển thị trường.

Bên cạnh đó, Công ty cần bám sát vào các hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam đã và đang đàm phán ký kết, nhằm tìm kiếm cơ hội, chiếm lĩnh thị trường, hưởng các ưu đãi về thuế.

Thứ năm, tập trung nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Theo đó, cần thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao; đào tạo nhân lực tiên tiến hiện đại, tăng cường công tác giáo dục bằng nhiều hình thức để nâng cao tay nghề của cán bộ, công nhân viên; nâng cao chất lượng chăm sóc sức khỏe, đời sống cho cán bộ, công nhân viên; thúc đẩy sự sáng tạo của họ trong công việc; cần quy hoạch, tạo nguồn cán bộ năng lực, phẩm chất đạo đức để đề bạt bổ nhiệm, tăng cường công tác quản lý tại các tập thể.

Ngoài ra, cần áp dụng triệt để các phần mềm quản lý công nghệ mới, tiêu biểu: Phần mềm quản lý kế toán, Misa; Phần mềm quản lý chấm công - quản lý nhân sự; Phần mềm quản lý văn bản - công văn; Phần mềm quản lý bán hàng - chương trình khách hàng thân thiết; Phần mềm quản lý hệ thống phân phối DMS; Phần mềm giám sát camera.

Thứ sáu, xây dựng văn hóa Công ty. Văn hóa doanh nghiệp là tổng hòa của quan niệm giá trị, tiêu chuẩn đạo đức, triết lý kinh doanh, quy phạm hành vi, ý tưởng kinh doanh, phương thức quản lý và nội quy, chính sách... được mọi thành viên trong doanh nghiệp chấp nhận, tuân theo. Đây là toàn bộ giá trị được gây dựng nên trong suốt quá trình tồn tại và phát triển của doanh nghiệp, chi phối tình cảm, nếp suy nghĩ và hành vi của mọi thành viên trong doanh nghiệp để hướng tới các mục tiêu doanh nghiệp đề ra. Do đó, Công ty cần xây dựng và làm rõ bản sắc văn hóa, từ đó làm kim chỉ nam định hướng cho mọi thành viên của Công ty thực hiện theo. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Công ty Cổ phần Nước giải khát Sanest Khánh Hòa (2017-2021). *Báo cáo thường niên các năm, từ năm 2017 đến 2021*
2. Lưu Tuấn Vũ (2013). *Xây dựng chiến lược marketing cho mặt hàng nước yến Sanest của Công ty TNHH Nhà nước một thành viên Yến sào Khánh Hòa đến năm 2020*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Nha Trang
3. Đinh Lâm (2022). *Yến sào Khánh Hòa tiếp tục vươn cao*, truy cập từ <https://baokhanhhoa.vn/dac-san-xuan/202202/yen-sao-khanh-hoa-tiep-tuc-vuon-cao-8242399/>