

BỘ CÔNG THƯƠNG
TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN BIA -
RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT HÀ NỘI
Số: **256** /BC-HABECO

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Hà Nội, ngày **01** tháng **6** năm 2018

BÁO CÁO CỦA BAN ĐIỀU HÀNH ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG SXKD 2017 VÀ KẾ HOẠCH 2018

Kính gửi: Đại hội đồng cổ đông 2018

I. ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2017:

1. Những thuận lợi và khó khăn:

Thuận lợi

Năm 2017, nhờ những chính sách, giải pháp tích cực của Chính phủ, kinh tế vĩ mô tiếp tục ổn định, lạm phát được duy trì ở mức thấp, lãi suất ngân hàng ít biến động... tạo nên môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp

Khó khăn

Bên cạnh những thuận lợi chung, các doanh nghiệp trong ngành công nghiệp sản xuất đồ uống gặp không ít khó khăn, ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh:

- Giá cả các yếu tố sản xuất đầu vào liên tục có những biến động phức tạp; thuế TTĐB điều chỉnh tăng từ 55% lên 60% từ 01/01/2017... gây áp lực tăng chi phí cho doanh nghiệp.

- Cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong ngành ngày càng gay gắt; tình hình mưa bão, lũ lụt, thời tiết lạnh sớm những tháng cuối năm; các chính sách hạn chế tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn; ... ảnh hưởng đến sức tiêu thụ sản phẩm bia và đồ uống các loại. Chỉ số hàng tồn kho của ngành đồ uống ở mức rất cao so với bình quân chung của toàn ngành công nghiệp.

Những khó khăn trên đã ảnh hưởng đến việc thực hiện các chỉ tiêu kế hoạch sản xuất kinh doanh năm của Tổng công ty.

Được sự chỉ đạo kịp thời của Chính phủ và Bộ Công Thương cùng với năng lực, kinh nghiệm và sự phấn đấu của các đơn vị thành viên; công tác điều hành sát sao của Ban Lãnh đạo Tổng Công ty, Tổng công ty Cổ phần Bia, rượu, nước giải khát Hà Nội đã thực hiện nhiều giải pháp tháo gỡ khó khăn để phấn đấu thực hiện ở mức cao nhất các mục tiêu kế hoạch năm.

2. Kết quả sản xuất kinh doanh:

Tình hình thực hiện một số chỉ tiêu chính của năm 2017 như sau :

- Tổng sản lượng tiêu thụ các sản phẩm chủ yếu đạt 481,9 triệu lít, bằng 91,5% so với cùng kỳ và bằng 88,6% kế hoạch năm.

Trong đó:

+ Tiêu thụ bia các loại đạt 479 triệu lít, bằng 91% so với cùng kỳ và bằng 88,4% kế hoạch năm.

+ Tiêu thụ nước uống đóng chai Uniaqua đạt 2,8 triệu lít, tăng 2,6 lần so với cùng kỳ và đạt 144,2% kế hoạch năm.

- Doanh thu tiêu thụ sản phẩm chính đạt 7.867,4 tỷ đồng, bằng 96,8% so với cùng kỳ và bằng 88,7% kế hoạch năm.

- Lợi nhuận trước thuế đạt 839,3 tỷ đồng, bằng 71,4% so với cùng kỳ và bằng 83,8% kế hoạch năm.

- Nộp ngân sách đạt 2.048,6 tỷ đồng, bằng 98,2% so với cùng kỳ và bằng 90,9% kế hoạch năm.

- Tiền lương bình quân của người lao động đạt 15,5 triệu đồng/người/tháng, tăng 1% so với cùng kỳ và bằng 86,5% kế hoạch năm.

3. Đánh giá hoạt động sản xuất kinh doanh:

3.1. Về sản xuất:

Dự báo trước những khó khăn trong năm 2017, ngay từ đầu năm Tổng Công ty đã triển khai nhiều biện pháp tích cực như chuẩn bị vật tư đầu vào, điều phối sản xuất hợp lý, xây dựng và thực hiện định mức kinh tế kỹ thuật, chủ động cân đối kế hoạch sản xuất giữa các loại bia cũng như giữa các đơn vị sản xuất... nhằm phấn đấu thực hiện ở mức cao nhất kế hoạch năm.

Công tác quản lý chi phí trong năm thực hiện tốt, hệ thống định mức kinh tế kỹ thuật thường xuyên được rà soát, theo dõi. Vật tư nguyên liệu được cung ứng kịp thời, máy móc thiết bị được sửa chữa bảo dưỡng định kỳ, phục vụ tốt cho hoạt động sản xuất, năng suất các dây chuyền sản xuất hầu hết được cải thiện so với năm trước.

Chất lượng sản phẩm ổn định, các chỉ tiêu hóa lý, vi sinh đều đảm bảo. Ý thức tuân thủ quy trình, nâng cao chất lượng sản phẩm để bảo vệ thương hiệu bia Hà Nội được các đơn vị thành viên quan tâm và nghiêm túc thực hiện.

Các công ty con, công ty liên kết trong tổ hợp đều nghiêm túc chuẩn bị vật tư đầu vào, đảm bảo các điều kiện về máy móc, thiết bị, thực hiện đúng kế hoạch sản xuất được giao. Do tiêu thụ bia chai 450 suy giảm nên những đơn vị sản xuất bia chai có mức độ hoàn thành KH năm thấp hơn so với những đơn vị có sản xuất bia lon. *Những đơn vị sản xuất sản phẩm phụ trợ (nút, kết nhựa, hộp giấy...):* hoạt động sản xuất và tiêu thụ đáp ứng tốt nhu cầu sản xuất sản phẩm chính của Tổng công ty.

3.2. Về tiêu thụ:

Năm 2017, các khu vực thị trường chính của Tổng công ty đều phải chịu sự cạnh tranh quyết liệt. Để giữ vững và phát triển thị trường, Tổng công ty đã nỗ lực thực hiện nhiều giải pháp như:

- Cải tiến phương thức bán hàng và quản lý bán hàng; quy hoạch lại hệ thống nhà phân phối;

- Xây dựng các chương trình, giải pháp đồng bộ để thúc đẩy tiêu thụ như: triển khai nhiều chính sách hỗ trợ cho các đại lý, mở rộng và phát triển hệ thống nhà hàng tài trợ, xây dựng chương trình khuyến mại cho bộ sản phẩm bia chai và bia lon nhãn xanh tại thị trường miền Trung, triển khai chương trình khuyến mại giật nắp Bia lon vào dịp Tết Nguyên đán, đưa ra thị trường sản phẩm Bia lon Premium mới trong tháng 11/2017;.....

- Nhằm liên tục quảng bá sản phẩm của Tổng Công ty tới người tiêu dùng được rộng khắp, năm 2017, Tổng Công ty đã tham gia vào nhiều hội chợ, tổ chức nhiều sự kiện, lễ hội tại các khu du lịch và tài trợ cho nhiều chương trình trong và ngoài nước, đặc biệt là tổ chức chuỗi sự kiện Lễ hội Bia Hà Nội tại Quảng Trị, Thanh Hóa và Hà Nội để tăng cường quảng bá thương hiệu. Phát triển thêm thị trường mới ở các vùng sâu, vùng xa; mở rộng sức chứa của kho Thanh Hóa, kho Phú Xuyên, kho Nam Định; mở thêm 02 kho mới là Ninh Bình và Tuyên Quang nhằm tăng độ phủ của thị trường, phục vụ tốt hơn nhu cầu của khách hàng...

Tuy đã triển khai nhiều giải pháp nhưng sản lượng tiêu thụ bia các loại chỉ bằng 91% so với cùng kỳ và đạt 88,4% kế hoạch năm. Sản lượng bia các loại giảm chủ yếu do sự sụt giảm sản lượng của sản phẩm bia chai 450 đö. Tiêu thụ năm 2017 của sản phẩm bia chai 450 đö giảm 60 triệu lít, bằng 75,9% so với năm 2016. Tỷ trọng tiêu thụ bia chai 450 đö trong tổng sản lượng tiêu thụ bia thương hiệu Hà Nội đã giảm từ 47,7% (2016) xuống còn 39,6% (2017), tốc độ tiêu thụ sụt giảm trên toàn bộ 32 thị trường so với cùng kỳ.

Một số nguyên nhân chính dẫn đến sự sụt giảm của bia chai Hà Nội 450ml:

- Về sản phẩm:

+ Do thay đổi xu hướng tiêu dùng: những người có thu nhập khá trở lên có xu hướng dịch chuyển sang những sản phẩm cao cấp hơn. Bên cạnh đó, người tiêu dùng cũng có xu hướng chuyển từ sử dụng chai có dung tích lớn sang dung tích nhỏ và chú trọng hơn đến mẫu mã bao bì sản phẩm. Những đặc trưng đã từng là điểm mạnh của Bia Hà Nội chai 450ml như: dung tích lớn, giá bình dân, thương hiệu truyền thống... không còn phù hợp, đặc biệt là việc tiếp cận đến những đối tượng ở khu vực thành thị. Lợi nhuận khi kinh doanh sản phẩm không còn hấp dẫn đối với hệ thống phân phối.

Vì vậy, với hình ảnh đã quá quen thuộc, trong khi Tổng công ty chưa thể ra mắt dòng sản phẩm dung tích nhỏ đã khiến việc tiêu thụ sản phẩm Bia chai Hà Nội 450 đö gặp rất nhiều khó khăn ở những tỉnh/thành phố lớn và khu vực thành thị, dẫn tới xu hướng sụt giảm sản lượng tiêu thụ.

+ Sản phẩm bia chai 450ml nhãn xanh ra đời, được nghiên cứu phù hợp với thị trường miền Trung đã dần thay thế sản phẩm bia chai 450ml tại khu vực

thị trường này.

- Về kênh phân phối: chưa quản lý chặt chẽ được giá bán dẫn đến việc kinh doanh sản phẩm Bia chai Hà Nội 450ml đỏ không có lãi, trong khi đối thủ cạnh tranh đảm bảo được lợi nhuận ổn định cho khách hàng.

- Các đối thủ cạnh tranh đẩy mạnh hoạt động truyền thông và phân phối ở những khu vực thị trường chính Habeco để cạnh tranh trực tiếp với bia Hà Nội chai 450ml đỏ dẫn đến sản lượng bị suy giảm.

3.3. Về công tác kế hoạch:

- Xây dựng Đề án tái cơ cấu doanh nghiệp giai đoạn 2016-2020 báo cáo Bộ Công Thương.

- Xây dựng, triển khai và điều hành sản xuất theo phương án sản xuất giai đoạn thấp điểm, tăng hiệu quả sử dụng lao động và dây chuyền thiết bị, làm giảm số bồn lên men dài ngày, tiết kiệm chi phí cho Tổng công ty.

3.4. Về công tác tổ chức lao động:

- Thực hiện xong quy trình quy hoạch cán bộ các cấp thuộc thẩm quyền Bộ Công Thương giai đoạn 2020-2025 và Tổng công ty quản lý giai đoạn 2017-2022.

- Thành lập Nhà máy Bia Hà Nội-Hoàng Hoa Thám.

- Hoàn thiện, trình ban hành chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của các Phòng ban chuyên môn nghiệp vụ TCT.

- Hoàn thành việc xây dựng, ban hành thang bảng thưởng hiệu suất công việc và chuyển xếp hệ số thưởng theo thang bảng thưởng hiệu suất.

- Thực hiện 45 khóa đào tạo tại Công ty mẹ và hỗ trợ đào tạo cho các đơn vị thành viên trong toàn tổ hợp. trong đó trọng tâm hướng tới các khóa nhằm nâng cao năng lực quản trị marketing, phát triển thương hiệu, thị trường và các khóa nhằm duy trì, cải tiến chất lượng sản phẩm, đảm bảo sự hoạt động ổn định của máy móc, thiết bị.

- Tập trung kiểm tra, giám sát công tác an toàn VSLĐ, PCCN, đảm bảo an toàn thiết bị và người lao động, không có vụ tai nạn lao động nào xảy ra.

- Công ty mẹ và các đơn vị thành viên đều đảm bảo và duy trì việc làm, thu nhập ổn định, giải quyết các chế độ cho người lao động đúng pháp luật.

3.5. Về công tác tài chính kế toán:

- Thường xuyên cơ cấu lại nguồn vốn để huy động tối đa lượng tiền gửi có kỳ hạn, tăng thu nhập tài chính, đồng thời đảm bảo đủ nguồn vốn hỗ trợ tài chính cho các công ty con gặp khó khăn theo chủ trương đã được phê duyệt; tìm kiếm và khai thác các dịch vụ ngân hàng nhằm tháo gỡ khó khăn cho các công ty con khó khăn.

- Hoàn thành công tác cung cấp số liệu và làm việc với các đoàn thanh

kiểm tra trong năm.

- Hoàn thành xây dựng Hệ thống mã hóa danh mục chi phí phục vụ công tác quản trị của Tổng công ty.

3.6. Về công tác cung ứng vật tư nguyên liệu:

- Linh hoạt, chủ động trong điều chỉnh mua sắm và cung cấp vật tư theo kế hoạch sản xuất thay đổi.

- Bám sát tình hình giá cả thị trường, mua hàng với chất lượng tốt, giá hợp lý để tiết kiệm chi phí.

3.7. Về công tác quản lý chất lượng:

- Đào tạo phương pháp cảm quan mới cho 3 công ty còn lại trong hệ thống đảm bảo 100% các công ty sản xuất bia Hà Nội có hội đồng cảm quan được đào tạo theo phương pháp mới.

- Tham gia thành công ring test vi sinh quốc tế đối với sản phẩm bia.

- Tổ chức thành công Hội nghị Công tác Chất lượng và ISO 2017 tại Phú Thọ.

- Công tác chăm sóc khách hàng được chú trọng, các khiếu nại của khách hàng... đều được các phòng ban chuyên môn quan tâm, tìm hiểu nguyên nhân và giải quyết triệt để.

3.8. Về công tác kỹ thuật, khoa học công nghệ và phát triển sản phẩm mới:

- Triển khai sản xuất đưa ra thị trường sản phẩm bia lon Hanoi Premium, nhận được phản hồi tốt từ thị trường.

- Tham gia chương trình thử nghiệm thành thạo của LGC-standards. Chuẩn hóa phòng phân tích trung tâm theo ISO 17025:2005 (đạt chuẩn Vilas).

- Hoàn thành và đưa vào áp dụng kết quả Nghiên cứu ổn định chất lượng và hạ giá thành bia Hà Nội nhãn xanh.

- Hoàn thành ở quy mô pilot sản phẩm: Bia light, Bia không cồn, Bia mix, Bia đen.

3.9. Về công tác đầu tư xây dựng cơ bản:

Trong năm 2017, Tổng công ty đã chỉ đạo triển khai tích cực các dự án chuyển tiếp từ năm 2016. Các dự án đã hoàn thành và đi vào hoạt động, góp phần tích cực cho hoạt động sản xuất kinh doanh của Tổng công ty gồm:

- Dự án đầu tư sử dụng loại lon, nắp 211/202 tại các dây chuyền chiết lon của Tổng công ty.

- Dự án đầu tư thay thế máy dán nhãn tại dây chuyền chiết chai số 1 công suất 30.000 chai/giờ tại Nhà máy bia Hà Nội – Mê Linh.

- Dự án mở rộng kho chi nhánh Nam Định.

3.10. Về công tác khác:

- Hoàn thành đánh giá nâng cấp 2 hệ thống ISO 9001:2008 và ISO 14001:2004 lên phiên bản ISO 9001:2015 và 14001:2015.
- Xây dựng hệ thống tài liệu ISO online, đăng tải trên trang nội bộ Tổng công ty (home.habeco.com.vn).
- Tăng cường áp dụng công nghệ thông tin phục vụ công tác quản lý điều hành và lĩnh vực văn phòng: đưa vào vận hành ổn định trang thông tin nội bộ home.habeco.com.vn; đưa vào sử dụng phần mềm thi đua khen thưởng, phần mềm quản lý chi phí văn phòng, phần mềm quản lý văn phòng phẩm, nhu yếu phẩm...
- Nâng cao chất lượng công tác thư ký lãnh đạo, tổng hợp, pháp chế; tiếp nhận và triển khai công tác truyền thông đáp ứng kịp thời các yêu cầu của Ban lãnh đạo và tình hình mới.
- Công tác quản trị hành chính được chú trọng cải tiến, nâng cao chất lượng, chuyên nghiệp hơn.
- Phát động phong trào thi đua năm 2017 với khẩu hiệu thi đua “Nâng cao năng suất, đảm bảo chất lượng, giữ vững thương hiệu, quản trị hiệu quả” từ những tháng đầu năm.
- Tổ chức thành công Hội diễn nghệ thuật quần chúng Tổng công ty CP Bia- Rượu- Nước giải khát Hà Nội lần thứ VII.
- Phối hợp cùng chính quyền quan tâm giải quyết tốt việc chăm lo đời sống quyền lợi, chế độ chính sách của CBCNV.
- Thực hiện các hoạt động từ thiện, xã hội với tổng số tiền ủng hộ năm 2017 là 6,2 tỷ đồng.

Năm 2017, Tổng công ty đã vinh dự nhận được các giải thưởng như:

- Thương hiệu quốc gia
- Giải thưởng Sao vàng đất Việt
- Chứng nhận Hàng Việt Nam chất lượng cao.
- Chứng nhận Sản phẩm chủ lực của Thủ đô.
- Hàng Việt Nam được người tiêu dùng yêu thích.
- Chứng nhận chất lượng dịch vụ Việt Nam.

II. KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2018

1. Đánh giá tình hình:

Dự báo năm 2018, kinh tế thế giới có xu hướng tăng trưởng tích cực nhờ

vào sự gia tăng hoạt động trong các lĩnh vực chế tạo, xây dựng, thương mại bán buôn và bán lẻ, ngân hàng và du lịch. Môi trường đầu tư kinh doanh ngày càng cải thiện, hội nhập kinh tế ngày càng sâu rộng, thúc đẩy hoạt động đầu tư, hoạt động sản xuất trong nước và thương mại.

Bên cạnh những thuận lợi từ môi trường vĩ mô, Tổng công ty tiếp tục phải đối mặt với những khó khăn như: cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong ngành ngày càng gay gắt, giá cả các yếu tố sản xuất đầu vào biến động phức tạp... Việc thực hiện lộ trình tăng thuế tiêu thụ đặc biệt và các chính sách hạn chế tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn... tiếp tục ảnh hưởng tới chỉ tiêu lợi nhuận của Tổng công ty trong năm 2018 và những năm tiếp theo.

Đánh giá trước tình hình này, Tổng công ty xây dựng một số chỉ tiêu và giải pháp chủ yếu cho năm 2018 như sau:

2. Mục tiêu sản xuất kinh doanh:

- Tiêu thụ các sản phẩm chủ yếu: 500 triệu lít, tăng 3,7% so với năm 2017;

Trong đó:

- o Bia các loại: 496,3 triệu lít, tăng 3,6% năm 2017
- o Nước uống đóng chai UniAqua: 3,7 triệu lít, tăng 28,3% so với năm 2017;
- Doanh thu tiêu thụ sp chính : 8.895 tỷ đồng, tăng 12,6% so với năm 2017;
- Lợi nhuận trước thuế: 1.001,8 tỷ đồng, tăng 19,3% so với năm 2017;
- Cổ tức năm 2018 : Dự kiến 20%.

3. Một số giải pháp cụ thể:

3.1. Về công tác tổ chức sản xuất:

- Xây dựng, theo dõi sát và cân đối hoạt động sản xuất tại các đơn vị thành viên đảm bảo thực hiện tốt các mục tiêu của kế hoạch năm, đảm bảo hoàn thành kế hoạch năm ở mức cao nhất trên toàn hệ thống.

- Thực hiện tốt công tác sửa chữa bảo dưỡng máy móc, đảm bảo đáp ứng tốt yêu cầu của sản xuất. Nâng cao năng lực máy móc thiết bị, khai thác và phát huy có hiệu quả các thiết bị đã đưa vào sản xuất để tăng sản lượng sản phẩm.

- Chú trọng công tác phát huy sáng kiến cải tiến kỹ thuật, sáng kiến trong công tác quản lý, tuyên truyền ý thức tác phong công nghiệp, văn hóa doanh nghiệp, bảo vệ môi trường cho người lao động nhằm phát huy tối đa tính sáng tạo, trình độ, năng lực của người lao động.

- Xây dựng, áp dụng phần mềm trong công tác điều độ vận chuyển và báo cáo thống kê để nâng cao hiệu suất công việc, quản lý và phục vụ kịp thời cho công tác điều hành của Lãnh đạo Tổng công ty.

3.2. Về công tác thị trường:

a. Xây dựng và thực thi chiến lược thương hiệu:

- Trong những năm qua HABECO đã không ngừng hoàn thiện nâng cao hiệu quả của công tác Marketing, thực hiện các hoạt động đồng bộ hơn, đa dạng hơn nhằm đẩy mạnh hiệu quả hoạt động Marketing. Thực hiện chiến lược duy trì sản lượng bán đối với những sản phẩm truyền thống, gia tăng phát triển nhanh những sản phẩm đang có lợi thế và phát triển sản phẩm mới nhằm đạt mục tiêu kế hoạch đề ra.

- Tiến hành xây dựng bộ chiến lược hoàn chỉnh cho thương hiệu chung HABECO và các nhãn hiệu bia riêng biệt để phát huy được các thế mạnh và sử dụng hiệu quả các nguồn lực, qua đó góp phần cho sự phát triển và ổn định của Tổng công ty trong dài hạn.

b. Kiện toàn hệ thống phân phối:

Trước năm 2016, hệ thống phân phối của HABECO được tổ chức theo hình thức Đại lý cấp 1. Mô hình này đang thể hiện những hạn chế trong việc cạnh tranh và phát triển thị trường. Vì vậy, năm 2017 HABECO đã quy hoạch lại và tổ chức hệ thống phân phối theo mô hình Nhà phân phối tại một số khu vực. Trong năm 2018, HABECO sẽ đánh giá hiệu quả thực hiện để tiếp tục triển khai ở các khu vực thị trường còn lại.

c. Phát triển sản phẩm mới:

Nhu cầu và thói quen tiêu dùng Bia của người tiêu dùng Việt Nam trong năm qua có sự thay đổi rõ rệt theo 2 xu hướng :

- Từ chai sang lon.
- Từ chai lớn 450ml sang chai nhỏ (355, 330ml).

Để thích ứng và khai thác được các cơ hội từ xu hướng đó, tháng 11/2017 HABECO đã giới thiệu sản phẩm mới là Hanoi Premium Beer lon 330ml phục vụ cho phân khúc khách hàng trẻ tuổi ở khu vực thành thị. Cho đến thời điểm này, sản phẩm được người tiêu dùng đánh giá cao, đặc biệt về chất lượng.

Nhằm thay thế dần cho Bia Hà Nội 450ml đang suy giảm rõ rệt, từ đầu năm 2018, HABECO đã xây dựng và phê duyệt đề án phát triển chai 355ml. Cho đến nay, đề án đã được HĐQT và Ban điều hành thông qua để triển khai thực hiện.

Tiếp tục nghiên cứu các sản phẩm phù hợp với xu thế của người tiêu dùng, đặc biệt là giới trẻ.

d. Đổi mới sản phẩm hiện có:

Các sản phẩm hiện có của HABECO chưa được đánh giá cao về mặt hình ảnh và nhận diện, tạo ra nhiều bất lợi khi cạnh tranh. Với mục tiêu đổi mới đặt ra phải luôn cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm là một trong những mục tiêu

hàng đầu nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng, tập trung các hoạt động nghiên cứu thị trường, đánh giá sự hài lòng của khách hàng theo kế hoạch định kỳ. Trong năm 2018, HABECO sẽ tiến hành thay đổi thiết kế bao bì, nhãn mác cho toàn bộ các nhãn hiệu hiện có theo hướng hiện đại, trẻ trung và hợp thời hơn cùng theo đó là các bộ nhận diện truyền thông mới.

3.3. Về công tác tổ chức lao động:

- Rà soát, sửa đổi quy chế quản lý người đại diện, quy định phân cấp quản lý đối với các Nhà máy.
- Xây dựng Quy chế thi giữ và nâng bậc lương công việc và thưởng hiệu suất.
- Xây dựng lại tiêu chuẩn viên chức chuyên môn nghiệp vụ, tiêu chuẩn cấp bậc nghề công nhân, phục vụ.

3.4. Về công tác tài chính kế toán:

- Cân đối nguồn vốn đảm bảo đáp ứng yêu cầu sản xuất kinh doanh của HABECO, huy động tối đa lượng tiền gửi có kỳ hạn, khai thác lãi suất ngân hàng tối ưu nhằm tăng thu nhập, hiệu quả từ đầu tư tài chính.
- Đôn đốc các công ty thành viên chuyển cổ tức tương ứng với phần sở hữu của HABECO tại các công ty thành viên đúng thời gian quy định.
- Triển khai áp dụng hệ thống danh mục chi phí nhằm kiểm soát tình hình thực hiện kế hoạch chi phí, đảm bảo mục tiêu lợi nhuận đã được HĐQT giao.
- Khai thác các dịch vụ ngân hàng với mức hỗ trợ tài chính cạnh tranh nhất tới các đơn vị thành viên nhằm tái cơ cấu nguồn vốn và giảm chi phí tài chính trong quá trình vay vốn ngân hàng để phục vụ công tác SXKD

3.5. Về công tác cung ứng vật tư nguyên vật liệu:

Lập kế hoạch, cung cấp nguyên vật liệu, vật tư đạt yêu cầu về số lượng, chất lượng, thời gian và phục vụ tốt cho hoạt động sản xuất năm 2018.

3.6. Về công tác đầu tư xây dựng cơ bản:

Năm 2018, để cải thiện kết quả sản xuất kinh doanh, công tác đầu tư của Tổng công ty tập trung vào các lĩnh vực sau:

- Đầu tư, xây dựng hệ thống tích hợp quản trị sản xuất kinh doanh của Tổng công ty (dự án ERP) nhằm nâng cao hiệu quả quản trị, hiệu quả tác nghiệp, giảm thiểu rủi ro trong quá trình điều hành sản xuất kinh doanh.
- Đầu tư phát triển sản phẩm mới như Đề án phát triển Bia Hà Nội chai 355ml, light bia: nghiên cứu phát triển các sản phẩm bia chai phù hợp với xu hướng tiêu dùng hiện tại nhằm thay thế dần vị thế của sản phẩm Bia Hà Nội chai 450ml đang bị sụt giảm sản lượng.
- Nghiên cứu các dự án đầu tư nâng cao hiệu quả sản xuất, chất lượng: thu hồi bia từ men dư; sử dụng nitơ thay thế CO2 trong một số công đoạn sản xuất;

sử dụng thiết bị ly tâm để nâng cao hiệu quả hệ thống lọc bia; nâng cấp hệ thống lạnh tiết kiệm năng lượng ...

3.7. Công tác quản lý, nâng cao chất lượng sản phẩm và nghiên cứu phát triển sản phẩm mới:

- Tăng cường công tác đào tạo, rèn luyện kỹ năng phân tích đặc biệt là phân tích cảm quan trong toàn hệ thống. Đào tạo nhận thức thường xuyên về bia và cách bảo quản bia, phục vụ bia cho người bán hàng.

- Xây dựng phương pháp Ring – test các chỉ tiêu vi sinh và cảm quan trong toàn hệ thống

- Khai thác các phương pháp phân tích sắc ký để phân tích sâu hơn các đặc tính về mùi, vị sản phẩm.

- Có lộ trình để chuẩn hóa hệ thống kho tàng đảm bảo chất lượng bia lưu kho từ các nhà máy đến nhà phân phối.

- Thường xuyên rà soát sửa đổi các tiêu chuẩn nhằm ổn định và nâng cao chất lượng sản phẩm

- Cải tiến các qui trình nhằm giảm hao phí, tăng năng suất lao động, nâng hiệu quả sản xuất kinh doanh.

- Tăng cường công tác quản lý giám sát thông qua bộ máy tại các đơn vị sản xuất bằng cách tập huấn nâng cao nghiệp vụ quản lý kỹ thuật của mỗi đơn vị

- Giám sát các vấn đề về tiết kiệm năng lượng và đảm bảo môi trường nhằm tăng cường hiệu quả sản xuất kinh doanh.

- Tập trung đầu tư nâng cao chất lượng toàn diện các sản phẩm hiện có thông qua đầu tư trang thiết bị phân tích/ thiết bị trong sản xuất, sử dụng hiệu quả các trang thiết bị phân tích hiện đại để phân tích đánh giá, kiểm soát chất lượng sản phẩm với nhiều chỉ tiêu chuyên sâu; Liên kết và hợp tác quốc tế với các đơn vị chuyên ngành nhằm nâng cao trình độ chuyên môn cho các cán bộ kỹ thuật/nghiên cứu, đưa ra các giải pháp ổn định, duy trì, nâng cao chất lượng sản phẩm cũng như nâng cao hiệu suất trong sản xuất để đáp ứng ngày một tốt hơn nhu cầu của người tiêu dùng từ thị trường, tăng hiệu quả kinh tế đủ khả năng cạnh tranh đối với các dòng sản phẩm cùng phân khúc không những từ chất lượng bên trong mà còn cả hình thức bên ngoài như bao bì, nhãn mác.

- Phát huy hiệu quả hệ thống nấu bia thử nghiệm và phòng phân tích trung tâm phục vụ nghiên cứu nâng cao chất lượng và phát triển các sản phẩm mới để đưa ra ít nhất một sản phẩm bia mới ra thị trường cũng như nghiên cứu thăm dò thêm các sản phẩm mới (hoàn thiện ít nhất 04 sản phẩm mới lưu trong danh mục sản phẩm mới để có thể đưa ra thị trường khi cần thiết).

Với những khó khăn, thách thức như trên, để nắm bắt được những cơ hội và vượt qua những thách thức, duy trì mức tăng trưởng và thực hiện được những mục tiêu kế hoạch đã đề ra đòi hỏi sự nỗ lực, đoàn kết của toàn thể cán bộ công nhân viên trong toàn Tổng công ty và sự ủng hộ của các cổ đông. Đây sẽ là sức

mạnh to lớn, giúp cho Tổng Công ty vượt qua những khó khăn trước mắt để hoàn thành tốt những nhiệm vụ do Chính phủ, Bộ Công Thương và các nhà đầu tư giao phó, trông đợi.

Trên đây là báo cáo Ban điều hành về tình hình thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2017 và dự kiến kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2018 của Tổng công ty.

Kính trình đại hội đồng cổ đông 2018 xem xét và cho ý kiến.

Xin kính chúc các quý vị đại biểu, các nhà đầu tư sức khỏe và hạnh phúc!

Chúc Đại hội thành công tốt đẹp!

Trân trọng!

Nơi nhận:

- Như trên;
- TVHĐQT, Ban KS;
- VP HĐQT;
- Lưu: VTh, KH.

PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC


Ngô Quế Lâm



TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT HÀ NỘI

183 Hoàng Hoa Thám - Ba Đình - Hà Nội

Fax: 84-4 37223784

Điện thoại: 84-4 3845 3843/3846 3378



KẾ TOÁN THỰC HIỆN KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH

NĂM 2017 VÀ KẾ HOẠCH 2018

(Kèm theo báo cáo của Tổng Giám đốc tại Đại hội cổ đông thường niên năm 2018)

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	Thực hiện năm 2016	Kế hoạch năm 2017	Thực hiện năm 2017	Kế hoạch năm 2018	So sánh		
							TH 17/CK	TH 17/KH	KH 18 /TH 17
A	B	C	1	2	3	4	5=3/1	6=3/2	7=4/3
1	Doanh thu tiêu thụ sản phẩm chính	Triệu đồng	8.127.546	8.866.356	7.867.367	8.895.068	96,80	88,73	113,06
2	Tổng lợi nhuận trước thuế	Triệu đồng	1.176.331	1.001.145	839.324	1.001.817	71,35	83,84	119,36
3	Tổng lợi nhuận sau thuế	Triệu đồng	980.586	808.625	657.770	811.420	67,08	81,34	123,36
4	Nộp ngân sách	Triệu đồng	2.085.538	2.251.887	2.048.595	2.254.894	98,23	90,97	110,07
5	Sản phẩm chủ yếu sản xuất	1000 lít	523.392	542.000	486.372	500.000	92,93	89,74	102,80
	Trong đó:								
	Sản xuất bia các loại	-	522.614	540.000	483.459	496.300	92,51	89,53	102,66
	Sản xuất nước uống đóng chai Uniaqua	-	778	2.000	2.913	3.700	374,42	145,65	127,02
6	Sản phẩm chủ yếu tiêu thụ	1000 lít	526.779	544.000	481.911	500.000	91,48	88,59	103,75
	Trong đó:								
	Tiêu thụ bia các loại	-	525.997	542.000	479.027	496.300	91,07	88,38	103,61
	Tiêu thụ nước uống đóng chai Uniaqua	-	782	2.000	2.884	3.700	368,80	144,20	128,29
7	Vốn điều lệ	Triệu đồng	2.318.000	2.318.000	2.318.000	2.318.000	100,00	100,00	100,00
8	Tổng vốn đầu tư	-	102.139	214.071	50.937	119.095	49,87	23,79	233,81
9	Tổng lao động bình quân	Người	750	756	745	740	99,33	98,54	99,33
10	Tiền lương bình quân	Tr.đ/ng/thg	15.407	17.987	15.563	18.684	101,01	86,52	120,05

