

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



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

Hà Nội, ngày tháng năm 2021

BÁO CÁO CỦA BAN ĐIỀU HÀNH ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG SXKD 2020 VÀ KẾ HOẠCH 2021

Kính gửi: Đại hội đồng cổ đông HABECO

I. Tình hình sản xuất kinh doanh năm 2020:

1. Tình hình chung:

Theo báo cáo của Công ty Nielsen Việt Nam, năm 2020, thị trường bia Việt Nam dưới tác động kép của dịch bệnh Covid 19 và Nghị định 100 đã chịu sự sụt giảm lớn so với năm 2019, trong đó, sản lượng tiêu thụ của HABECO và Sabeco có mức giảm tương đương nhau.

Tại khu vực Miền Bắc và Bắc Trung Bộ là thị trường chính của Habeco, ngành bia có sự suy giảm mạnh hơn so với các khu vực thị trường khác. Mặc dù phải chịu sự cạnh tranh gay gắt đến từ các thương hiệu bia quốc tế cũng như địa phương, HABECO vẫn giữ vững vị trí là nhà sản xuất dẫn đầu tại thị trường này. Sau thời gian giãn cách xã hội trong quý 1/2020 và đầu quý 2/2020, HABECO đã có sự phục hồi mạnh mẽ trong 3 tháng liên tiếp vào mùa vụ hè và hết năm 2020, HABECO đã được ghi nhận đạt mức 38,5% thị phần về sản lượng.

2. Kết quả sản xuất kinh doanh năm 2020:

2.1 Các kết quả đạt được:

- Tổng sản lượng tiêu thụ các sản phẩm chủ yếu đạt 309,9 triệu lít, tăng 37,7% so với KH, trong đó:
 - Tiêu thụ bia các loại đạt 307,8 triệu lít, tăng 37,9% so với KH.
 - Tiêu thụ nước uống đóng chai UniAqua đạt 2,1 triệu lít, tăng 10,4% so với KH.
- Doanh thu tiêu thụ sản phẩm chính (đã bao gồm thuế TTĐB) đạt 5.893,8 tỷ đồng, tăng 39% so với KH.
- Tổng lợi nhuận trước thuế đạt 708,8 tỷ đồng, tăng 126,4% so với KH.
- Tổng lợi nhuận sau thuế đạt 625,3 tỷ đồng, tăng 152,2% so với KH.

- Mức cổ tức năm 2020 dự kiến: 15,5%

** Các chỉ số tài chính năm 2020:*

- Hệ số thanh toán ngắn hạn, hệ số thanh toán nhanh được đảm bảo (>1);
- Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn điều lệ đạt 26,99%;
- Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu đạt (ROE) 12,92%;
- Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên tổng tài sản đạt (ROA) 10,09%.
- Hệ số nợ trên vốn chủ sở hữu thấp: 0,28.
- Hệ số bảo toàn vốn: 1.

Các chỉ số trên cho thấy kết quả sản xuất kinh doanh của HABECO đạt mức bình quân của ngành, đảm bảo an toàn tài chính, khả năng tự tài trợ vốn của HABECO ở mức cao, đảm bảo bảo toàn và phát triển vốn.

3. Những giải pháp đã thực hiện năm 2020:

3.1. Về công tác truyền thông và phát triển thương hiệu :

Tiếp tục triển khai thực hiện các nội dung trong Chiến lược phát triển thương hiệu 2019-2021 với mục tiêu nâng tầm vị thế của doanh nghiệp sản xuất bia Việt Nam duy nhất, tiếp cận và tương tác tối đa với đối tượng khách hàng mục tiêu, đẩy mạnh phát triển thương hiệu, hỗ trợ các chiến dịch truyền thông chiến lược 360⁰, thúc đẩy hoạt động bán hàng, tiêu thụ các sản phẩm mang thương hiệu HABECO. Theo đó, tập trung vào việc quản lý thương hiệu tổng thể, đa dạng hóa phương tiện truyền thông, phủ sóng thương hiệu trên các hệ sinh thái phù hợp thông qua các chiến dịch truyền thông tổng quan diện rộng và các hoạt động truyền thông tương tác trực tiếp.

Trong năm, hình ảnh thương hiệu Bia Hà Nội đã được quảng bá mạnh mẽ trên các nền tảng truyền thông đa phương tiện thông qua chiến dịch truyền thông “Tôi yêu Bia Hà Nội”. Chiến dịch đã giúp khách hàng trên toàn quốc cảm nhận sâu sắc hơn những giá trị Văn hóa - Truyền thống - Cộng đồng của một thương hiệu Việt lâu đời đã trở thành một nét văn hóa của người Việt, đưa thương hiệu Bia Hà Nội đạt Top 3 Bảng xếp hạng ngành bia tháng 8/2020.

Bên cạnh đó, HABECO ngày càng đổi mới công tác truyền thông trực tiếp nhằm mục tiêu tăng cường nhận diện thương hiệu với khách hàng, tăng cường trải nghiệm của khách hàng với các sản phẩm của HABECO. Lần đầu tiên, HABECO mang sắc Tết đến với 11 tỉnh thành trên khắp cả nước thông qua chuỗi “Quầy bán Bia Hà Nội Tết 2021”, tạo ấn tượng mạnh mẽ về mặt hình ảnh và nhanh nhạy đón đầu hoạt động bán hàng trước các đối thủ cạnh tranh, từ đó thúc đẩy hiệu quả hoạt động bán hàng, tăng trưởng sản lượng tiêu thụ sản phẩm dịp Tết 2021.

3.2. Về sản phẩm :

Trong hoàn cảnh khó khăn khi toàn thị trường chịu tác động kép của Nghị định 100 và Dịch bệnh Covid-19, HABECO đã có động thái nhanh nhạy trong việc nghiên cứu phát triển và đưa ra thị trường hàng loạt sản phẩm mới phù hợp với nhu cầu sử dụng của người tiêu dùng trong bối cảnh “bình thường mới”. Đặc biệt, sản phẩm Bia Hơi Hà Nội 500ml và Bia Hơi Hà Nội 1 lít nhận được những đón nhận tích cực từ người tiêu dùng.

Ngoài ra, đánh dấu kỷ niệm tròn 1 năm ra mắt thương hiệu Hanoi BOLD & Light, hai sản phẩm lon dung tích 330ml cho Hanoi BOLD và Hanoi Light cũng đã được trình diện trên thị trường vào tháng 6/2020, hoàn thành bộ sản phẩm của thương hiệu dành cho giới trẻ của HABECO.

Tháng 7/2020, sản phẩm Bia Hà Nội 1890 được ra đời, là mốc son đánh dấu 130 năm kế thừa tinh hoa lịch sử của Bia Hà Nội. Với thiết kế tinh tế, kiểu dáng hiện đại và chất lượng tuyệt hảo, Bia Hà Nội 1890 đại diện cho những giá trị văn hóa của dân tộc với sứ mệnh luôn đồng hành cùng lịch sử phát triển của Việt Nam.

3.3. Về quản trị, tài chính :

- Tiếp tục khai thác hiệu quả của Hệ thống quản trị doanh nghiệp (ERP) để hỗ trợ bộ phận quản lý và Ban lãnh đạo Tổng công ty tiếp cận một cách nhanh chóng và chính xác các số liệu sản xuất kinh doanh, từ đó đưa ra các giải pháp phù hợp, kịp thời để xử lý những vấn đề phát sinh trong hoạt động sản xuất, bán hàng cũng như tận dụng những cơ hội mới để phát triển.

- Năm 2020, do ảnh hưởng của dịch bệnh, Habeco đã cắt giảm nhiều hạng mục công việc chưa cần phải thực hiện ngay để tiết giảm tối đa chi phí, thực hiện việc chào hàng cạnh tranh theo đúng quy định để tìm kiếm các nguồn cung ứng nguyên vật liệu, dịch vụ với mức giá tốt nhất, đồng thời làm việc với các nhà cung ứng để giữ ổn định giá trong điều kiện sản lượng tiêu thụ suy giảm... nhờ đó phần lớn các chi phí đều theo sát kế hoạch đã xây dựng.

- Thực hiện tốt công tác quản trị tài sản, nguồn vốn, dòng tiền; quản trị tình hình thực hiện kế hoạch chi phí nhằm theo dõi sát sao và phân tích sự biến động của các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả sản xuất kinh doanh, đưa ra các dự báo kịp thời để chủ động trong công tác điều hành, đảm bảo hoàn thành vượt mức kế hoạch lợi nhuận đã đề ra.

3.4. Công tác nhân sự:

Năm 2020, do ảnh hưởng của Dịch bệnh Covid 19, Tổng công ty đã chủ động thực hiện sắp xếp, bố trí lao động linh hoạt theo tình hình dịch bệnh; Sửa đổi và ban hành lại Quy chế trả thu nhập, hệ thống thang bảng lương đảm bảo cạnh tranh thị trường, động viên khích lệ người lao động tăng năng suất và hiệu quả công việc, đảm bảo phù hợp với các quy định hiện hành của Nhà nước.

STC
TỔNG
C
HIA-RUC
3.3

3.5. Công tác kỹ thuật, chất lượng:

- Rà soát, sửa đổi cập nhật quy trình công nghệ, xây dựng cập nhật các tiêu chuẩn chất lượng theo hướng tiên tiến hơn và nâng cao chất lượng sản phẩm.

- Triển khai các thử nghiệm thay đổi bao bì, vật tư, nguyên vật liệu, hóa chất... nhằm tối ưu hóa định mức kinh tế kỹ thuật, giảm chi phí sản xuất, tăng tính cạnh tranh giữa các nhà cung cấp.

- Tổ chức ring test các chỉ tiêu chỉ tiêu hóa lý, vi sinh vật, cảm quan đối với bia thành phẩm trong nội bộ và trong toàn hệ thống để nâng cao tay nghề KCS, căn chỉnh thiết bị phân tích, năng lực kiểm soát vi sinh vật tại chỗ cho các phòng thí nghiệm tại công ty mẹ và các công ty con; đào tạo củng cố, nâng cao kiến thức cảm quan...

- Nghiên cứu thử nghiệm nhiều sản phẩm mới phục vụ cho mục tiêu đa dạng hóa sản phẩm: bia không cồn, cider vị hoa quả, bia hoa quả, nước tăng lực....

3.6. Công tác đầu tư:

- Hoàn thiện dự án xây dựng khu nhà làm việc Khối Kỹ thuật tại Nhà máy Bia Hà Nội - Mê Linh.

- Golive dự án ERP trong tháng 12/2019, tích hợp hóa đơn điện tử và hoàn thiện các báo cáo tồn đọng năm 2020.

- Hoàn thiện hồ sơ pháp lý cho hầu hết các khu đất thuộc quyền quản lý và sử dụng của Tổng công ty.

3.7. Công tác xã hội khác:

Duy trì tốt và chủ động việc thăm hỏi, trợ cấp ốm đau cho cán bộ CNVCLĐ bị đau yếu và có hoàn cảnh khó khăn; giải quyết tốt các chế độ chính sách của người lao động như BHXH, BHYT, BHTN, phúc lợi....; duy trì phụng dưỡng 12 mẹ Việt Nam anh hùng, chăm sóc trẻ mồ côi, ủng hộ quỹ các quỹ xã hội của Trung ương và địa phương và một số hoạt động từ thiện khác, tham gia ủng hộ nhân dân bị ảnh hưởng mưa lũ tại các tỉnh miền Trung. Số tiền từ thiện xã hội năm 2020 là hơn 4 tỷ đồng.

II. Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2021:

Tình hình chung:

Năm 2021 tiếp tục là năm nhiều thách thức đối với Habeco. Theo nhận định của Bộ Y tế, cuộc chiến với Covid 19 không thể kết thúc trong 6 tháng đầu năm, thậm chí có thể cả năm 2021. Nguồn cung vắc xin còn nhiều hạn chế, giải pháp chủ yếu để không chế dịch bệnh đang được thực hiện là khoanh vùng, cách ly, giãn cách... sẽ tiếp tục ảnh hưởng lớn đến đời sống kinh tế xã hội, kéo theo sự suy giảm của nhiều ngành nghề kinh tế. Nhiều doanh nghiệp,

ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG THƯỜNG NIÊN NĂM 2021

đặc biệt là những doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch, khách sạn, nhà hàng, vận tải... tiếp tục gánh chịu những tổn thất to lớn trong năm Covid thứ 2, thu nhập của nhiều lao động giảm sút và không ổn định. Tất cả những khó khăn này sẽ trực tiếp tác động, làm suy giảm nhu cầu tiêu dùng sản phẩm bia, rượu, nước giải khát.

Về đối thủ cạnh tranh:

Các đối thủ cạnh tranh tập trung nguồn lực rất lớn vào việc thực hiện các chương trình khuyến mại đến người tiêu dùng xuyên suốt năm, đầu tư rất nhiều cho hệ thống phân phối, đồng thời liên tục đưa ra thị trường các sản phẩm mới nhằm đa dạng danh mục sản phẩm và cạnh tranh trực tiếp vào phân khúc phổ thông, vốn là thế mạnh của HABECO. Tháng 4/2020, Heineken Việt Nam đã tung ra sản phẩm Bia Việt; tháng 6/2020, sản phẩm Bia Lạc Việt của Sabeco ra mắt, đây là những sản phẩm thuộc phân khúc phổ thông, cạnh tranh trực tiếp với sản phẩm Bia Hà Nội. Tháng 9/2020, Sabeco tiếp tục tung sản phẩm Saigon Chill thuộc phân khúc cận cao cấp với mục tiêu cạnh tranh trực tiếp với sản phẩm Hanoi Premium, Hanoi BOLD và Hanoi Light. Carlsberg cũng cho thấy những nỗ lực bằng việc mở rộng hệ thống phân phối các sản phẩm HUDA tại thị trường Miền Bắc...

1. Mục tiêu và các chỉ tiêu sản xuất kinh doanh chính:

Năm 2021, Habeco đặt mục tiêu như sau:

- Tiếp tục duy trì vị thế số 1 tại thị trường Miền Bắc và Bắc Miền Trung, nỗ lực vượt qua những khó khăn để đạt mức sản lượng tiêu thụ 280 triệu lít.
- Tái cấu trúc danh mục thương hiệu và sản phẩm để nâng cao thị phần tại các khu vực thị trường.

Trên cơ sở những mục tiêu trên, Habeco dự kiến các chỉ tiêu sản xuất kinh doanh chính năm 2021 như sau:

- Tiêu thụ các sản phẩm chủ yếu: 280 triệu lít, trong đó:
 - Bia các loại: 278,2 triệu lít.
 - Nước uống đóng chai UniAqua: 1,8 triệu lít
- Doanh thu tiêu thụ sản phẩm chính: 5.391,6 tỷ đồng
- Lợi nhuận trước thuế: 319,15 tỷ đồng.
- Lợi nhuận sau thuế: 255,14 tỷ đồng.
- Cổ tức : 6,5%

(Biểu số liệu chi tiết kèm theo)

2. Giải pháp:

186
ĐỒNG
PHẦN
CỐC GIÀ
NỘI
170

2.1 Công tác bán hàng :

- Xây dựng Chiến lược thương hiệu nhằm tập trung khai thác đúng phân khúc thị trường.
- Tiếp tục hoàn thiện công tác Quy hoạch nhà phân phối.
- Triển khai ứng dụng công nghệ (phần mềm DMS) trong quản lý và tổ chức bán hàng.
- Tăng cường và cải thiện độ phủ và chất lượng độ phủ hàng hóa của Habeco trên toàn Miền Bắc, gia tăng nhanh chóng tại Miền Trung và Miền Nam.
- Triển khai hệ thống E-Commerce và Kênh siêu thị, ưu tiên Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh.
- Tiếp tục phát triển thương hiệu, khai thác lợi thế: Thương Hiệu Việt, tính truyền thống, “Gìn Giữ Tinh Hoa Nâng Tầm Vị Thế”, “Một Nét Văn Hóa Hà Nội” của thương hiệu Habeco.
- Xây dựng đội ngũ bán hàng chuyên nghiệp, nâng cao năng lực và kỹ năng đáp ứng yêu cầu phát triển thị trường trong bối cảnh mới.
- Tiếp tục đổi mới, cải tiến mẫu mã, bao bì sản phẩm phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng, hoàn thiện dần các sản phẩm mới (cả về hình thức và chất lượng) để phát triển thành sản phẩm trọng điểm tại từng phân khúc thị trường theo chiến lược phát triển đã đề ra.

2.2. Về công tác tài chính:

- Quản trị tài sản, nguồn vốn, dòng tiền hiệu quả, đảm bảo đáp ứng vốn cho nhu cầu sản xuất kinh doanh, đầu tư chiều sâu, nâng cao chất lượng sản phẩm của HABECO.
- Quản trị tốt tình hình thực hiện chi phí sản xuất nhằm góp phần gia tăng giá trị cũng như nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường; thực hiện tốt công tác kiểm soát chi phí, dự báo kịp thời kết quả sản xuất kinh doanh từng thời kỳ, đảm bảo hoàn thành mục tiêu kế hoạch sản xuất kinh doanh năm đã đề ra.
- Tiếp tục công tác thoái vốn tại những đơn vị đầu tư ngoài ngành.
- Nghiên cứu, khai thác và áp dụng các giải pháp tài chính hỗ trợ các công ty thành viên khó khăn, đảm bảo nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của đơn vị và qua đó, nâng cao hiệu quả đầu tư vốn của HABECO.

2.3. Công tác tổ chức, lao động :

- Tiếp tục hoàn thiện mô hình tổ chức quản lý sản xuất, kiện toàn chức năng nhiệm vụ các Phòng ban theo yêu cầu công tác quản lý và điều hành.
- Đào tạo, nâng cao chất lượng lao động cũng như có phương án tuyển dụng, bổ sung lao động phù hợp với chiến lược, kế hoạch phát triển của Tổng công ty. Lao động tuyển dụng tăng chủ yếu sẽ là lao động kỹ thuật công nghệ

trong các dây chuyền chiết, lao động phục vụ công tác phát triển thị trường, phát triển thương hiệu, truyền thông.

- Tiếp tục triển chương trình đào tạo để củng cố và nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ quản lý trong giai đoạn thị trường cạnh tranh gay gắt và chịu nhiều ảnh hưởng của môi trường tự nhiên nhiều biến động.

2.4. Công tác chất lượng, nghiên cứu khoa học, kỹ thuật công nghệ

- Ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất để giảm chi phí sản xuất, chi phí và áp lực xả thải ra môi trường cho trên toàn hệ thống sau khi đã thử nghiệm thành công tại Tổng công ty.

- Tiếp tục thực hiện kế hoạch nâng cao chất lượng bia, giảm giá thành sản xuất.

- Thực hiện đào tạo nâng cao trình độ của đội ngũ kỹ thuật tại các đơn vị thành viên trong công tác bảo trì, bảo dưỡng, sửa chữa máy móc thiết bị, đảm bảo chất lượng sản phẩm và hiệu quả sản xuất.

- Cải tiến liên tục, nâng cao hiệu quả và chất lượng phần mềm quản lý hệ thống ISO, hướng đến tích hợp với các phần mềm của các bộ phận khác tại Tổng công ty nhằm tối ưu hóa việc ứng dụng công nghệ trong công tác quản lý. Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin (xây dựng các phần mềm chuyên biệt, đặc thù) vào việc quản lý chất lượng, quản lý sản xuất.

- Xây dựng các chương trình thúc đẩy thêm các sáng kiến ứng dụng khoa học công nghệ trong hoạt động chuyên môn, hoạt động sản xuất, nhằm nâng cao tính sáng tạo của người lao động hơn.

- Nghiên cứu phương pháp kiểm tra các chỉ tiêu chuyên sâu, khai thác các thiết bị phân tích hiện đại để đánh giá sâu hơn chất lượng bia cả về hóa lý, vi sinh, cảm quan.

- Nâng cao kỹ năng cảm quan của cả hệ thống, sử dụng công cụ cảm quan một cách hữu hiệu trong việc xác định các nguy cơ về công nghệ, thiết bị trong việc kiểm soát quá trình.

2.5. Công tác đầu tư :

- Xây dựng và thực hiện các dự án đầu tư hệ thống lọc bia, nâng cao năng lực chiết rót, đóng gói sản phẩm, bổ sung bồn chứa lên men... để tăng năng suất, hiệu suất của dây chuyền.

- Cải tạo hệ thống kho chứa hàng, đảm bảo chất lượng hàng hóa lưu kho.

- Triển khai Dự án đầu tư hệ thống quản trị doanh nghiệp tổng thể tại Công ty TNHH MTV Thương mại HABECO và triển khai bổ sung phân hệ quản lý sản xuất, quản lý chất lượng trên hệ thống SAP ERP HABECO.

Trên đây là báo cáo của Ban điều hành về tình hình thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2020 và kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2021.

ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG THƯỜNG NIÊN NĂM 2021



Kính trình Đại hội đồng cổ đông xem xét và cho ý kiến để hoạt động của Ban điều hành được hiệu quả hơn.

Kính chúc Đại hội thành công tốt đẹp!

Trân trọng!

TỔNG GIÁM ĐỐC

Nơi nhận:

- Như trên;
- TVHĐQT, Ban KS;
- VP HĐQT;
- Các phòng: TCKT, TCNS, MKT;
- Lưu: VTh, KH.