

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

Số: /BC-HABECO

Hà Nội, ngày tháng năm 2017

## **BÁO CÁO CỦA BAN ĐIỀU HÀNH ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG SXKD 2016 VÀ KẾ HOẠCH 2017**

Kính gửi: Đại hội đồng cổ đông 2017

### **I. ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2016:**

#### **1. Những thuận lợi và khó khăn:**

##### Thuận lợi

Năm 2016, tình hình kinh tế - chính trị - xã hội thế giới có nhiều bất ổn. Tuy nhiên, nhờ những chính sách, giải pháp tích cực của Chính phủ, kinh tế vĩ mô đã có những dấu hiệu phục hồi, lạm phát được kiểm soát, các ngành sản xuất công nghiệp tiếp tục tăng trưởng, tuy nhiên cả năm vẫn thấp hơn mức tăng trưởng của cùng kỳ. Lãi suất ngân hàng ít biến động, tăng trưởng tín dụng cải thiện. Chỉ số giá tiêu dùng (CPI) tăng ở mức thấp, tỷ giá ngoại tệ (EUR) giảm... là cơ hội giảm chi phí đầu vào cho các doanh nghiệp, thúc đẩy phát triển sản xuất kinh doanh.

Đối với ngành công nghiệp sản xuất đồ uống, điều kiện về kinh tế vĩ mô, điều kiện về thời tiết, xu hướng tiêu dùng... có nhiều thuận lợi khiến sức mua tăng, các chỉ số về sản xuất, tiêu thụ, tồn kho đều vượt mức bình quân chung của toàn ngành công nghiệp.

##### Khó khăn

Bên cạnh những thuận lợi chung, Tổng công ty CP Bia - Rượu - Nước giải khát Hà Nội cũng gặp không ít những khó khăn đã ảnh hưởng đến việc thực hiện các chỉ tiêu kế hoạch sản xuất kinh doanh năm của Tổng công ty.

- Cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong ngành ngày càng gay gắt, ngày càng nhiều thương hiệu bia nước ngoài tham gia vào thị trường với nguồn ngân sách dồi dào, không bị giới hạn về đầu tư từ máy móc công nghệ hiện đại đến các hoạt động quảng cáo, tiếp thị...

- Từ 01/01/2016 thuế TTĐB đã điều chỉnh tăng từ 50% lên 55%, trong khi giá bán một số sản phẩm không được điều chỉnh tăng tương ứng, đã ảnh hưởng đến kết quả sản xuất kinh doanh của Tổng công ty.

- Việc truy thu thuế từ những năm trước theo yêu cầu của Bộ Tài chính và Kiểm toán Nhà nước... cũng khiến Tổng công ty gặp khó khăn nhất định trong cân đối dòng tiền.

- Chính sách tăng lương tối thiểu vùng và lương tính BHXH gây áp lực tăng chi phí sản xuất, chi phí quản lý.

- Các chính sách hạn chế tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn...

Tuy nhiên, 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 nhanh nhạy, đạt hiệu quả của Ban Lãnh đạo Tổng Công ty, Tổng công ty Bia - Rượu - Nước giải khát Hà Nội đã tích cực thực hiện nhiều giải pháp tháo gỡ khó khăn, ổn định hoạt động sản xuất kinh doanh, đẩy mạnh công tác thị trường, phấn đấu hoàn thành và vượt kế hoạch tất cả các chỉ tiêu sản xuất kinh doanh chính.

## **2. Kết quả sản xuất kinh doanh:**

Tình hình thực hiện một số chỉ tiêu chính của năm 2016 như sau :

- Tổng sản lượng bia tiêu thụ đạt 526 triệu lít, tăng 3% so với cùng kỳ và bằng 100,2% kế hoạch năm.
- Doanh thu tiêu thụ sản phẩm chính đạt 8.127,6 tỷ đồng, tăng 8% so với cùng kỳ và bằng 100,8% kế hoạch năm.
- Lợi nhuận trước thuế đạt 997,3 tỷ đồng, tăng 0,6% so với cùng kỳ và bằng 100,6% kế hoạch năm.
- Nộp ngân sách đạt 2.079,97 tỷ đồng, tăng 5,6% so với cùng kỳ và bằng 101,1% kế hoạch năm.
- Thu nhập bình quân của người lao động đạt 15,4 triệu đồng/người/tháng, tăng 20,7% so với cùng kỳ và bằng 102,3% kế hoạch năm.

## **3. Đánh giá hoạt động sản xuất kinh doanh:**

### Về sản xuất:

Dự báo trước những khó khăn trong năm 2016, ngay từ đầu năm, Tổng công ty đã xây dựng kế hoạch sản xuất phù hợp, tập trung vào công tác điều hành sản xuất đảm bảo sát với công tác tiêu thụ, lượng hàng tồn kho luôn được giữ ở mức hợp lý, đáp ứng được nhu cầu thị trường theo từng thời vụ, đồng thời bảo đảm chất lượng sản phẩm.

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 và hoàn thành từ 91% đến 100% KH năm.

### Về tiêu thụ:

Năm 2016, Tổng công ty đã tiêu thụ được 526 triệu lít bia thương hiệu Hà Nội, tăng 3% so với cùng kỳ và hoàn thành 100,2% Kế hoạch năm. Trong đó, bộ sản phẩm bia chai Hà Nội nhãn xanh và bia lon Hà Nội nhãn xanh có mức tăng trưởng cao so với cùng kỳ, vượt kế hoạch sản xuất năm ở mức cao, lần lượt là 200,8% và 190,9%. Bộ sản phẩm này đã được người tiêu dùng ở khu vực miền Trung chấp nhận và bù đắp được một phần cho sự sụt giảm của sản phẩm bia chai Hà Nội 450ml.

Trong năm qua, các khu vực thị trường chính của Tổng công ty đều phải chịu sự cạnh tranh quyết liệt. Để giữ vững, phát triển thị trường và đạt được tăng trưởng nêu trên, Tổng công ty đã nỗ lực thực hiện nhiều giải pháp đồng bộ, đẩy mạnh và sử dụng hiệu quả nguồn ngân sách dành cho các hoạt động Marketing như:

Cải tiến phương thức bán hàng và quản lý bán hàng; xây dựng các chương trình, giải pháp đồng bộ để thúc đẩy tiêu thụ theo tháng: thực hiện tốt các chính sách hỗ trợ cho các đại lý, hệ thống tài trợ cho các nhà hàng được mở rộng và phát triển, 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 theo thường niên.....

Nhằm liên tục quảng bá sản phẩm của Tổng Công ty tới người tiêu dùng được rộng khắp, năm 2016, 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 hướng đến nhiều đối tượng khách hàng ở nhiều lứa tuổi khác nhau, từng bước khẳng định vị thế, làm mới hình ảnh và nâng cao giá trị thương hiệu Bia Hà Nội, đồng thời phát triển thêm nhiều thị trường mới ở các vùng sâu, vùng xa nhằm tăng độ phủ của thị trường... Các chương trình, chuỗi sự kiện thu hút được đông đảo khách hàng tham gia như: Chuỗi sự kiện Lễ hội Bia Hà Nội tại Bắc Giang, Tuyên Quang và Hà Nội; Chương trình nhạc hội Countdown chào đón năm 2017; Hoạt động tài trợ cho Lễ hội du lịch ở Cửa Lò và Sầm Sơn... Ngoài ra, các hoạt động như: Trưng bày sản phẩm tại các nhà hàng trọng điểm, các siêu thị nhân dịp tết; Thực hiện TVC quảng cáo, truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng, quảng cáo pano tấm lớn, khuyến mại trực tiếp cho khách hàng... cũng được đẩy mạnh để tăng hiệu quả truyền thông. Tổng công ty cũng áp dụng quản lý hệ thống bán hàng trực tuyến DMS.One đối với các tỉnh Nghệ An, Hà Tĩnh và Quảng Bình. Đồng thời, công tác chăm sóc và giải quyết khiếu nại của khách hàng cũng được Tổng công ty chú trọng.

Công tác phân phối, vận chuyển bia thành phẩm, vỏ chai kết đến các chi nhánh, kho, đại lý và các công ty thành viên được thực hiện và kiểm soát chặt chẽ, nhanh chóng, đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng và phục vụ tốt cho sản xuất. Trong năm, Tổng công ty đã đưa vào sử dụng thêm 1 kho, chi nhánh mới, nâng tổng số kho chi nhánh lên 18 kho và chi nhánh nhằm phát triển hệ thống phân phối, đảm bảo cho khách hàng có thể lấy hàng thuận tiện, giảm chi phí vận

chuyên.

Bên cạnh việc phát triển và giữ vững thị trường trong nước, Tổng công ty đang xuất khẩu đi một số nước ở khu vực thị trường Châu Á, Châu Âu và châu Úc. Tổng sản lượng xuất khẩu năm 2016 tăng trưởng 58,1% so với cùng kỳ và chủ yếu tại thị trường Australia và Anh.

Về công tác tổ chức lao động:

- Xây dựng và hoàn thiện phương án tổ chức SXKD tại 183 Hoàng Hoa Thám.

- Thực hiện 53 khóa 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.

Về công tác tài chính kế toán:

- Thực hiện các kiến nghị của Kiểm toán Nhà nước và báo cáo tình hình thực hiện kiến nghị KTNN theo thời gian quy định.

- Tiếp tục thực hiện các bước thoái vốn tại các công ty ngoài ngành đã được Bộ Công Thương chấp thuận về chủ trương thoái vốn tại Công văn số 3479/BCT-CNN ngày 29/4/2016.

- Thường xuyên cơ cấu lại nguồn vốn để tăng thu nhập từ đầu tư tài chính đồng thời đảm bảo vốn lưu động cho hoạt động của Tổng Công ty.

Về công tác quản lý chất lượng :

- Một số tồn tại về chất lượng của năm 2015 đã được giải quyết cơ bản: kiểm soát được tỷ lệ bia men dài ngày, lượng bia tồn kho tại những mùa thấp điểm cũng đã hợp lý hơn, các kho thực hiện tốt các quy định về xếp kho, đảo kho, giúp bảo quản tốt hàng hóa trong mùa nồm ẩm.

- Một số chỉ tiêu mới được đưa vào kiểm soát đã hỗ trợ việc theo dõi và xử lý các vấn đề trong quá trình bảo quản bia thành phẩm.

- 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.

- Thực hiện tổ chức đào tạo phương pháp cảm quan mới cho các nhân viên KCS và kỹ sư công nghệ để nâng cao việc tự kiểm soát chất lượng bia

thành phẩm tại các đơn vị thành viên.

Về công tác kỹ thuật, khoa học công nghệ :

- Thực hiện việc khảo sát, đánh giá kỹ thuật tại các đơn vị đã đưa ra nhiều kiến nghị để các đơn vị rà soát hệ thống thiết bị, quá trình thực hiện quy trình công nghệ để cải tiến tốt hơn. Các đơn vị đã và đang đầu tư, cải tạo lớn gồm: Công ty bia HN Quảng Bình, Công ty bia HN Hải Dương, Công ty Bia HN Hưng Yên 89.

- Hoàn thành chuyển giao công nghệ SX bia lon HN 330 tại Công ty HABECO - Hải Phòng và bia chai nhãn xanh tại Công ty bia Hà Nội - Nghệ An.

- Đã ban hành quy trình chung, thống nhất cho sản xuất bia chai và bia lon HN nhãn xanh tại những công ty sản xuất bia HN nhãn xanh.

- Đưa vào vận hành ổn định các trang thiết bị thí nghiệm mới được đầu tư trong năm.

Về công tác đầu tư:

Trong năm 2016, Tổng công ty đã chỉ đạo triển khai tích cực các dự án chuyển tiếp từ năm 2015, chú trọng hơn công tác giám sát, đánh giá đầu tư, hướng dẫn các Công ty con thực hiện quản lý các dự án đầu tư theo đúng quy định của nhà nước. Các hạng mục công trình xây dựng được bảo đảm chất lượng, hoàn thành đúng tiến độ, đạt yêu cầu kỹ thuật, mỹ thuật, an toàn cho người và máy móc thiết bị trong suốt thời gian thi công và khi đưa dự án vào sử dụng.

Trong năm, Tổng công ty đã hoàn thành:

- Dự án đầu tư chiều sâu, đổi mới thiết bị công nghệ nâng cao chất lượng sản phẩm tại Công ty CP Bia Hà Nội - Quảng Bình: Đã hoàn thành và đi vào hoạt động tháng 11/2016.

Các dự án chuyển tiếp gồm :

- Dự án đầu tư hệ thống sản xuất bia thử nghiệm tại Nhà máy bia Hà Nội - Mê Linh: Toàn bộ dự án đã hoàn thành trong Quý I/2017.

- Dự án đầu tư máy dán nhãn sticker tại dây chuyền chiết chai số 1 tại Nhà máy bia Hà Nội - Mê Linh: Dự kiến sẽ hoàn thành vào tháng 9/2017.

- Dự án đầu tư sử dụng loại lon, nắp 211/202 tại các dây chuyền chiết lon của Tổng công ty: Dự kiến sẽ hoàn thành cuối tháng 10/2017.

Về công tác khác:

- Phát động các phong trào thi đua tiết kiệm chất lượng hiệu quả, phát huy sáng kiến, cải tiến kỹ thuật, hợp lý hoá sản xuất với khẩu hiệu thi đua “Tiết kiệm tối đa, đảm bảo chất lượng, giữ vững thương hiệu, quản trị hiệu quả”... Năm 2016 có 15 sáng kiến cải tiến đã được công nhận, số tiền tiết kiệm được là 1,9 tỷ



đồng.

- Thực hiện tổ chức Tuần lễ Quốc gia An toàn vệ sinh lao động- Phòng chống cháy nổ lần thứ 18 năm 2016 và triển khai tổ chức Hội thi An toàn vệ sinh viên giỏi năm 2016 tại Quảng Bình.

- Thực hiện các hoạt động từ thiện, xã hội với tổng số tiền ủng hộ năm 2016 là 7,8 tỷ đồng.

Năm 2016, Tổng công ty đã vinh dự nhận được các giải thưởng lớn như:

1. Thương hiệu Quốc gia
2. Sao vàng đất Việt.
3. Doanh nghiệp tin cậy vì người tiêu dùng.
4. Hàng Việt Nam chất lượng cao.
5. Sản phẩm chủ lực của thành phố Hà Nội
6. Giải thưởng Thương hiệu Việt.

## **II. KẾ HOẠCH SẢN XUẤT KINH DOANH NĂM 2017**

### **1. Đánh giá tình hình:**

Năm 2017 tiếp tục là một năm có nhiều cơ hội và thách thức. Dự báo kinh tế thế giới và thị trường hàng hóa sẽ tiếp tục chịu tác động từ các cuộc khủng hoảng chính trị, tranh chấp chủ quyền tại nhiều khu vực trên thế giới, có khả năng ảnh hưởng đến kinh tế trong nước.

Việc hình thành Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC) với những mục tiêu chung và việc ký kết, triển khai các Hiệp định thương mại tự do FTA mang lại nhiều cơ hội, nhưng cũng tạo ra những thách thức rất lớn cho các doanh nghiệp. Tuy nhiên, nền kinh tế được đánh giá là sẽ tiếp tục duy trì đà tăng trưởng, nhu cầu tiêu dùng sẽ tiếp tục được cải thiện nhờ những chính sách tích cực từ phía chính phủ.

Đối với Tổng công ty, giá cả của các nguyên nhiên vật liệu đầu vào vẫn còn nhiều biến động khó lường, ảnh hưởng của chính sách thuế TTĐB, áp lực duy trì mức tăng trưởng về lợi nhuận, các chính sách hạn chế tác hại của rượu bia, tình hình thời tiết, áp lực từ các đối thủ cạnh tranh trong nước và nước ngoài trên thị trường truyền thống... sẽ tiếp tục ảnh hưởng đến nhu cầu tiêu dùng trên thị trường và hoạt động sản xuất kinh doanh của Tổng công ty.

Đánh giá trước tình hình này, Tổng công ty xây dựng một số chỉ tiêu và giải pháp chủ yếu cho năm 2017 như sau:

### **2. Mục tiêu sản xuất kinh doanh:**

- Tiêu thụ bia thương hiệu Hà Nội các loại : 542 triệu lít, tăng 3% so với CK;

- Tiêu thụ nước uống đóng chai UniAqua: 2 triệu lít, tăng 155,7% so với CK;
- Doanh thu tiêu thụ sp chính : 8.866 tỷ đồng, tăng 9,1% so với CK;
- Lợi nhuận trước thuế : 1.001,1 tỷ đồng, bằng 100,4% so với CK;
- Cổ tức năm 2017 : Dự kiến 20%.

### **3. Một số giải pháp cụ thể:**

#### Về công tác sản xuất :

- 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.
- Tiếp tục nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, phát huy năng lực hiện có, chủ động đẩy mạnh sản xuất, và tiêu thụ các sản phẩm đang có lợi thế trên thị trường.
- 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.
- Thực hiện việc kiểm soát chi phí, triển khai áp dụng định mức kinh tế kỹ thuật để kiểm soát, rà soát lại các khâu trong quá trình sản xuất, lưu thông để tiết kiệm tối đa các chi phí sản xuất, quản lý.
- 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.

#### Về công tác thị trường:

- Xây dựng kế hoạch marketing năm 2017, chương trình hỗ trợ và kế hoạch ngân sách hỗ trợ các thị trường Quảng Ninh, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng cụ thể, chi tiết.
- Phối hợp với công ty tư vấn chiến lược thực hiện định vị, làm mới thương hiệu và các sản phẩm Bia Hà Nội.
- Tiếp tục triển khai thí điểm hệ thống quản lý bán hàng trực tuyến.
- Hoàn thiện hệ thống kênh phân phối, ban hành chính sách bán hàng năm 2017, phối hợp với các đơn vị thành viên trong việc củng cố và phát triển thị trường cho các sản phẩm của Tổng công ty.
- Xây dựng và triển khai các chương trình khuyến mại, hỗ trợ bán hàng hàng tháng cho các đại lý, khách hàng cấp 2, các nhà hàng trọng điểm. Triển khai chương trình khuyến mại trực tiếp cho người tiêu dùng nhằm tận dụng cơ hội thị trường, kích thích tiêu thụ các sản phẩm bia chai Hà Nội 330 ml, bộ sản phẩm bia nhãn xanh và bia lon Hà Nội nhân dịp hè và tết 2017 - 2018.

- Sản xuất phim quảng cáo, thực hiện truyền thông quảng cáo thương hiệu các sản phẩm bia HN trên truyền hình, internet, báo mạng, báo giấy, biển hiệu ngoài trời, phương tiện vận tải...

- Tổ chức sự kiện, lễ hội Bia Hà Nội tại các khu du lịch và tài trợ cho nhiều chương trình trong và ngoài nước, tham gia các chương trình bình chọn thương hiệu... nhằm quảng bá và phát triển thương hiệu Bia Hà Nội.

- Tiếp cận và tìm kiếm khách hàng mới, đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu, quảng bá thương hiệu bia HN ra thị trường nước ngoài.

Về công tác tổ chức lao động:

- Triển khai thực hiện phương án thành lập Nhà máy Bia Hà Nội – Hoàng Hoa Thám sau khi có ý kiến của Bộ Công Thương và HĐQT Tổng công ty.

- Tiếp tục đào tạo theo đối tượng, trong đó trọng tâm hướng tới các khóa về quản trị về thương hiệu, thiết bị và công nghệ cao.

Về công tác tài chính kế toán:

- Tiếp tục xây dựng và triển khai các phương án hỗ trợ tài chính đối với các công ty thành viên gặp khó khăn.

- Đảm bảo công bố thông tin BCTC theo quy định của nhà nước đối với công ty niêm yết.

- 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.

Về công tác đầu tư xây dựng cơ bản:

- Thường xuyên rà soát lại tiến độ của các dự án để có biện pháp chỉ đạo, giám sát, xử lý kịp thời các vấn đề phát sinh nhằm đẩy nhanh tiến độ đầu tư. Chú ý các vấn đề về chất lượng và thủ tục pháp lý của từng dự án đầu tư.

- Tổ chức thực hiện việc giám sát, đánh giá đầu tư một cách thường xuyên, củng cố, cập nhật những kiến thức, quy định mới của Nhà nước trong lĩnh vực đầu tư xây dựng để thực hiện đúng.

Công tác quản lý và nâng cao chất lượng sản phẩm:

- Tiếp tục theo dõi, giám sát công tác sản xuất, chất lượng, tình hình sử dụng nguyên vật liệu, tình hình phân tích, kiểm soát chất lượng tại các đơn vị sản xuất, đảm bảo thông tin nhanh chóng, kịp thời thông qua mạng lưới Đại diện chất lượng và Giám sát chất lượng các công ty sản xuất Bia thương hiệu Hà Nội.

- Giám sát chặt chẽ việc xuất, nhập bia thành phẩm tại các công ty sản xuất bia Hà Nội; tình hình lưu kho, đảo kho, bảo quản sản phẩm tại các kho, chi nhánh, tránh tình trạng bán lẩn vùng trên thị trường.

- Tăng cường công tác kiểm tra giám sát công tác quản lý chất lượng tại các công ty trong điều kiện sản xuất cao điểm, rà soát các nguy cơ gây ra lỗi để cải tiến hệ thống.



- Tiếp tục đào tạo cảm quan theo phương pháp mới cho 3 công ty còn lại trong hệ thống như Công ty Bia Habeco Hải Phòng, ID, Trading 89.

- Nghiên cứu triển khai áp dụng một số phương pháp phân tích mới như SO<sub>2</sub>; định lượng độ oxi hóa, dự đoán tuổi bia bằng máy quang phổ; phân tích một số hợp chất mùi cơ bản trong bia...

- Nghiên cứu các phương pháp kiểm tra các chỉ tiêu chuyên sâu hơn để đánh giá chất lượng bia cả về hóa lý, vi sinh, cảm quan.

- Đưa việc kiểm soát KPIs trở thành công cụ kiểm soát sản xuất, chất lượng hiệu quả.

- Thực hiện 5S có hiệu quả tại các đơn vị sản xuất bia HN.

Công tác nghiên cứu phát triển sản phẩm mới:

- Đẩy mạnh công tác nghiên cứu phát triển sản phẩm mới để thực hiện mục tiêu đa dạng hoá sản phẩm, đáp ứng nhu cầu thị trường và chuẩn bị đưa ra thị trường trong các năm tiếp theo.

- Tiếp tục thực hiện các dự án cấp Nhà nước theo kế hoạch.

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 2016 và dự kiến Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2017 của Tổng công ty.

Kính trình đại hội đồng cổ đông 2017 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;
- TVHDQT, Ban KS;
- VP HDQT;
- Lưu: VTh, KH.

**TỔNG GIÁM ĐỐC**

**Nguyễn Hồng Linh**