

MỘT SỐ NÉT CHÍNH VỀ TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN BIA – RƯỢU – NƯỚC GIẢI KHÁT HÀ NỘI

*Ngày 30/12/2016, Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh (HOSE) đã cấp Quyết định số 538/QĐ-SGDHCM cho Tổng Công ty Cổ phần Bia – Rượu – Nước giải khát Hà Nội (BHN) niêm yết cổ phiếu trên HOSE. Theo dự kiến, ngày 19/01/2017 cổ phiếu của BHN sẽ chính thức giao dịch với mã chứng khoán **BHN**.*

Để giúp quý vị độc giả có thêm thông tin, HOSE xin giới thiệu một số nét chính về lịch sử thành lập, quá trình hoạt động và những kết quả kinh doanh đáng chú ý của BHN trong thời gian qua.

PHẦN I: GIỚI THIỆU CHUNG

Tên gọi: **Tổng Công ty Cổ phần Bia – Rượu – Nước giải khát Hà Nội**

Tên tiếng Anh: Hanoi Beer Alcohol And Beverage Joint Stock Corporation

Tên viết tắt: HABECO

Trụ sở chính: Số 183 Hoàng Hoa Thám, Phường Ngọc Hà, Quận Ba Đình, Hà Nội.

Điện thoại : (84-4) 3845 3843 Fax: (84-4) 3722 3784

Website: www.habeco.com.vn

0101376672 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội cấp lần đầu ngày 16/06/2008, đăng ký thay đổi lần thứ 4 ngày 26/05/2016.

Vốn Điều lệ: 2.318.000.000.000 đồng (Hai nghìn ba trăm mười tám tỷ đồng)

1. Tóm tắt quá trình hình thành và phát triển:

Tổng Công ty cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Hà Nội tiền thân là Nhà máy Bia Hommel được Pháp xây dựng năm 1890. Đầu năm 1957, theo chính sách phục hồi kinh tế của Chính phủ, Nhà máy Bia Hommel được khôi phục. Ngày 15/8/1958, chai bia đầu tiên của Việt Nam mang nhãn hiệu Trúc Bạch ra đời, đánh dấu một bước ngoặt lớn trong ngành công nghiệp sản xuất bia tại Việt Nam.

Năm 1993, Nhà máy Bia Hà Nội được chuyển đổi thành Công ty Bia Hà Nội. Đây là bước chuyển quan trọng trong việc mở rộng sản xuất kinh doanh. Công ty bước vào giai đoạn đầu tư mở rộng, đẩy mạnh quá trình đổi mới thiết bị, nâng công suất lên 50 triệu lít/năm. Năm 2001 tiếp tục nâng công suất lên 100 triệu lít/năm;

Năm 2003, Tổng Công ty Bia - Rượu - Nước giải khát Hà Nội được thành lập trên cơ sở tổ chức lại Công ty Bia Hà Nội theo Quyết định số 75/2003/QĐ-BCN ngày 06/05/2003 Bộ trưởng Bộ Công nghiệp.

Năm 2008, Tổng Công ty được cổ phần hóa theo Quyết định số 1863/QĐ-TTG ngày 28/12/2007 và Quyết định số 575/QĐ-TTG ngày 16/5/2008 của Thủ tướng Chính phủ và chính thức hoạt động loại hình công ty cổ phần từ ngày 16 tháng 06 năm 2008 với vốn điều lệ 2.318 tỷ đồng.

Hiện nay, Tổng công ty là một trong hai doanh nghiệp sản xuất bia lớn nhất của Việt Nam, với tổng công suất toàn hệ thống đạt trên 800 triệu lít bia và luôn nằm trong top 3 doanh nghiệp sản xuất bia có thị phần lớn nhất cả nước.

Tính đến 30/09/2016, Tổng công ty đóng vai trò công ty mẹ với 17 công ty con và 6 công ty liên kết và đầu tư khác, nằm rải rác ở khắp các tỉnh từ miền Bắc đến miền

Trung với tổng số 5.000 cán bộ công nhân viên. Đội ngũ lao động của Tổng công ty thường xuyên được đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ. Đời sống, việc làm, chế độ chính sách quyền lợi người lao động luôn được chăm lo cải thiện. Với bề dày lịch sử hình thành và phát triển, Tổng công ty đã gây dựng được thương hiệu HABECO - BIA HÀ NỘI trở thành một trong những thương hiệu mạnh của Việt Nam, một thương hiệu có được sự tin yêu, mến mộ của đông đảo người tiêu dùng trên cả nước.

Kể từ khi hoạt động dưới hình thức công ty cổ phần, Habeco chưa tăng vốn điều lệ.

2. Phạm vi và lĩnh vực hoạt động của Công ty

STT	Ngành nghề kinh doanh	Mã số
1	Sản xuất bia và mạch nha ủ men bia Chi tiết: Sản xuất các loại bia;	1103
2	Chung, tinh cất và pha chế các loại rượu mạnh Chi tiết: Sản xuất các loại rượu, các loại cồn;	1101
3	Sản xuất đồ uống không cồn, nước khoáng Chi tiết: Sản xuất nước giải khát;	1104
4	Kinh doanh bất động sản, quyền sử dụng đất thuộc chủ sở hữu, chủ sử dụng hoặc đi thuê Chi tiết: Kinh doanh bất động sản: trung tâm thương mại, khách sạn, văn phòng, nhà ở cho thuê;	6810
5	Điều hành tua du lịch Chi tiết: Kinh doanh du lịch	7912
6	Nhà hàng và các dịch vụ ăn uống phục vụ lưu động Chi tiết: Kinh doanh nhà hàng, dịch vụ ăn uống (không bao gồm kinh doanh quán bar, phòng hát karaoke, vũ trường)	5610
7	Hoạt động chuyên môn, khoa học và công nghệ khác chưa phân vào đâu Chi tiết: Dịch vụ tư vấn, đào tạo, nghiên cứu, chuyển giao công nghệ chuyên ngành bia, rượu, nước giải khát;	7490
8	Xây dựng công trình kỹ thuật dân dụng khác Chi tiết: Thiết kế, chế tạo, xây công trình ngành bia, rượu, nước giải khát;	4290
9	Lắp đặt hệ thống xây dựng khác Chi tiết: Lắp đặt thiết bị công trình chuyên ngành bia, rượu, nước giải khát;	4329
10	Bán buôn đồ uống Chi tiết: Bán buôn các loại bia, rượu, cồn, nước giải khát;	4633
11	Bán lẻ đồ uống trong các cửa hàng chuyên doanh Chi tiết: Bán lẻ các loại bia, rượu, cồn, nước giải khát;	4723
12	Bán buôn tổng hợp Chi tiết: Kinh doanh vật tư, nguyên liệu, thiết bị, phụ tùng có liên quan đến ngành bia, rượu, nước giải khát, các loại hương liệu, nước cốt để sản xuất bia, rượu, nước giải khát; các loại bao bì, nhãn hiệu cho ngành bia, rượu, nước giải khát;	4690

3. Cơ cấu tổ chức của Công ty tại thời điểm 30/09/2016



Nguồn: HABECO

4. Cơ cấu cổ đông

Theo Sổ cổ đông chốt ngày 17/11/2016, công ty có 1.001 cổ đông trong đó 02 cổ đông lớn (Bộ Công thương và Carlsberg Breweries A/S) nắm giữ 229.790.600 cổ phiếu chiếm 99,13%; Cổ đông trong nước nắm giữ 191.397.800 cổ phiếu chiếm 82,57%; Cổ đông nước ngoài nắm giữ 40.402.200 cổ phiếu chiếm 17,43%.

PHẦN II. VAI NÉT VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CHÍNH CỦA CÔNG TY

1. Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh

Hoạt động sản xuất kinh doanh chính của Tổng Công ty là sản xuất, kinh doanh các sản phẩm bia, rượu và nước giải khát. Các sản phẩm chính của HABECO gồm:

- Bia chai Trúc Bạch 330ml
- Bia chai lon Trúc Bạch 330ml
- Bia chai Hà Nội Premium 330ml (Hanoi beer Premium 330ml)
- Bia chai 450ml (Hanoi beer 450ml nhãn đỏ)
- Bia chai 450ml (Hanoi beer 450ml nhãn xanh)
- Bia lon Hà Nội 330ml (nhãn vàng)
- Bia lon Hà Nội 330ml (nhãn xanh)
- Bia hơi Hà Nội keg 30,50 lít
- UniAqua

Ngoài ra, Công ty còn phân phối các sản phẩm khác như: Vodka Hà Nội, Rượu Hà Nội, Lúa Mới, Nếp mới... do các công ty con đang quản lý và sở hữu.

▪ Sản lượng sản xuất

Năm	Năm 2014 (triệu lít)	Năm 2015 (triệu lít)	% tăng giảm so với 2014 (%)	9 tháng đầu năm 2016 (triệu lít)
Sản lượng sản xuất bia	497,7	515,0	3,48%	380,3
Sản lượng sản xuất rượu	5,2	7,4	42,31%	5,1
Sản lượng sản xuất nước đóng chai	0,34	1,2	252,94%	0,71

Nguồn: HABECO

Tổng sản lượng bia sản xuất của HABECO trong năm 2015 đạt 515,0 triệu lít, tăng 3,48% so với năm 2014 và bằng 101,1% kế hoạch năm 2015. Trong năm 2015, Tổng công ty đã cho ra mắt nhiều sản phẩm mới phục vụ nhu cầu đa dạng của một số thị trường tiềm năng như: đưa ra thị trường Quảng Ninh két 20 chai cho sản phẩm bia chai 330 ml, sản phẩm bia lon Hà Nội nhãn xanh 330 ml tại thị trường miền Trung; cải tiến nhãn cho bia chai HN 450 ml nhãn đỏ... Trong 9 tháng đầu năm 2016, tổng sản lượng sản xuất bia của HABECO đạt 380,3 triệu lít, bằng 73,84% so với tổng sản lượng sản xuất bia cả năm 2015.

Đối với các sản phẩm rượu và nước đóng chai, sản lượng sản xuất trong năm 2015 có sự tăng trưởng so với năm 2014. Trong giai đoạn năm 2014-2015, HABECO đã hoàn thành dự án Hệ thống sản xuất nước tinh lọc tại 183 Hoàng Hoa Thám, Hà Nội. Theo đó, trong năm 2014, HABECO đã bắt đầu sản xuất được 0,34 lít nước tinh lọc đóng chai đầu tiên. Năm 2015 và 9 tháng đầu năm 2016, HABECO tiếp tục sản xuất được lần lượt là 1,2 triệu lít và 0,71 triệu lít nước tinh lọc đóng chai.

▪ Sản lượng tiêu thụ

Năm	Năm 2014 (triệu lít)	Năm 2015 (triệu lít)	% tăng giảm so với 2014 (%)	9 tháng đầu năm 2016 (triệu lít)
Sản lượng tiêu thụ bia	499,5	510,6	2,22%	375,6
Sản lượng tiêu thụ rượu	7,1	7,5	5,63%	3,3
Sản lượng tiêu thụ nước đóng chai	-	1,4	-	0,51

Nguồn: HABECO

Tổng sản lượng bia tiêu thụ của HABECO trong năm 2015 đạt 510,6 triệu lít, tăng 2,2% so với năm 2014 và bằng 100,1% kế hoạch năm 2015 mặc dù năm 2015, các khu vực thị trường chính của HABECO đều phải chịu sự cạnh tranh quyết liệt.

Các sản phẩm rượu, nước đóng chai của HABECO trong năm 2015 cũng có sự tăng trưởng về so với năm 2014. Đối với sản phẩm nước đóng chai, từ tháng 02/2015, HABECO đã đưa ra thị trường sản phẩm nước tinh lọc đóng chai với tên gọi Uniaqua dung tích 350 ml, 500 ml. Trong năm 2015 và trong 9 tháng đầu năm 2016, HABECO đã tiêu thụ được lần lượt là 1,4 triệu lít và 0,51 triệu lít nước tinh lọc đóng chai.

a. Cơ cấu doanh thu thuần các loại sản phẩm qua các năm

Tên sản phẩm, dịch vụ	Năm 2014		Năm 2015			9 tháng đầu năm 2016	
	Giá trị (triệu đồng)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (triệu đồng)	Tỷ trọng (%)	% tăng giảm so với 2014 (%)	Giá trị (triệu đồng)	Tỷ trọng (%)
Bia	8.711.032	94,97%	9.134.176	94,77%	4,86%	7.323.860	96,20%
Rượu	271.011	2,95%	339.116	3,52%	25,13%	134.481	1,77%
Nước tinh lọc	-	0,00%	7.765	0,08%	-	3.244	0,04%
Khác	190.541	2,08%	157.389	1,63%	(17,40%)	151.663	1,99%
Tổng	9.172.584	100%	9.638.446	100%	5,08%	7.613.248	100%

Nguồn: HABECO

Tổng doanh thu thuần của HABECO trong năm 2015 đạt 9.638,4 tỷ đồng, tăng 5,08% so với năm 2014. Năm 2015, doanh thu thuần của sản phẩm bia đạt 9.134,2 tỷ đồng, tăng 4,86% so với năm 2014. Doanh thu thuần từ rượu chiếm khoảng 3,00% - 3,50% tổng doanh thu thuần. Tổng doanh thu thuần của sản phẩm rượu trong năm 2015 đạt 339,1 tỷ đồng, tăng 25,13% so với năm 2014. Trong năm 2015, HABECO đã bắt đầu ghi nhận doanh thu thuần bán nước tinh lọc với giá trị 7,8 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 0,08% tổng doanh thu thuần.

Các sản phẩm khác của HABECO như bao bì, bánh mỳ Ba Lan, các nguyên liệu cho ngành bia, dịch vụ cho thuê mặt bằng kinh doanh... chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng doanh thu thuần (khoảng 1,50% - 2,00% tổng doanh thu thuần). Trong năm 2015, tổng doanh thu thuần các sản phẩm này đạt khoảng 157,4 tỷ đồng, giảm 17,40% so với năm 2014, chủ yếu là do trong năm 2015, mảng kinh doanh dịch vụ cho thuê mặt bằng kinh doanh sụt giảm.

Trong 9 tháng đầu năm 2016, sản phẩm bia vẫn là sản phẩm đóng góp lớn nhất trong tổng doanh thu thuần của HABECO, chiếm 96,20% tổng doanh thu thuần. Các sản phẩm rượu, nước tinh lọc và các sản phẩm khác vẫn chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng doanh thu thuần.

b. Cơ cấu lợi nhuận gộp các loại sản phẩm qua các năm

Tên sản phẩm, dịch vụ	Năm 2014			Năm 2015				9 tháng đầu năm 2016		
	Giá trị (triệu đồng)	Tỷ trọng (%)	Tỷ lệ LNG/DTT (%)	Giá trị (triệu đồng)	Tỷ trọng (%)	Tỷ lệ LNG/DTT (%)	% tăng giảm so với 2014 (%)	Giá trị (triệu đồng)	Tỷ trọng (%)	Tỷ lệ LNG/DTT (%)
Bia	2.133.249	90,47%	23,26%	2.393.105	91,41%	24,83%	12,18%	1.857.902	92,60%	24,40%
Rượu	84.013	3,56%	0,92%	89.185	3,41%	0,93%	6,16%	31.541	1,57%	0,41%
Nước tinh lọc	-	0,00%	0,00%	381	0,01%	0,004%	-	248	0,01%	0,003%
Khác	140.795	5,97%	1,53%	135.264	5,17%	1,40%	(3,93%)	116.789	5,82%	1,53%
Tổng	2.358.057	100%	25,71%	2.617.935	100%	27,16%	11,02%	2.006.480	100%	26,36%

Nguồn: HABECO

Tổng lợi nhuận gộp của HABECO trong năm 2015 đạt 2.617,9 tỷ đồng, tăng 11,02% so với năm 2014, nguyên nhân chủ yếu là do bia là sản phẩm đóng góp lớn nhất trong tổng doanh thu của HABECO trong năm 2015 có tỷ suất lợi nhuận gộp đạt 24,83%, tăng nhẹ so với mức tỷ suất lợi nhuận gộp 23,26% của sản phẩm này trong năm 2014. Các sản phẩm như rượu, nước tinh lọc và các sản phẩm khác có tỷ suất lợi nhuận gộp biến động không đáng kể.

c. Cơ cấu chi phí sản xuất

Chỉ tiêu	Năm 2014		Năm 2015			9 tháng đầu năm 2016	
	Giá trị (triệu đồng)	% DTT	Giá trị (triệu đồng)	% DTT	% tăng giảm so với 2014	Giá trị (triệu đồng)	% DTT
Giá vốn hàng bán	6.814.526	74,29%	7.020.511	72,84%	3,02%	5.606.768	73,64%
Chi phí tài chính	103.207	1,13%	82.108	0,85%	(20,44%)	59.845	0,79%
Chi phí bán hàng	970.404	10,58%	1.162.132	12,06%	19,76%	779.658	10,24%
Chi phí quản lý	372.842	4,06%	407.745	4,23%	9,36%	338.491	4,45%
Tổng cộng	8.260.979	90,06%	8.672.496	89,98%	4,98%	6.784.762	89,12%

Nguồn: HABECO

Tổng chi phí sản xuất năm 2015 đạt 8.672,5 tỷ đồng, tăng khoảng 4,98% so với năm 2014. Đồng thời, tổng chi phí sản xuất luôn chiếm tỷ trọng cao và ổn định trên tổng doanh thu thuần trong giai đoạn năm 2014 - 2015 (khoảng 90%).

▪ Giá vốn hàng bán: Tỷ trọng giá vốn hàng bán trên doanh thu thuần thường xuyên được duy trì ở mức trên 70% trong giai đoạn 2014 - 2015 và 9 tháng năm 2016.

▪ Chi phí tài chính: Tổng chi phí tài chính trong năm 2015 giảm 20,44% so với năm 2014, nguyên nhân là tổng giá trị các khoản vay và nợ thuê tài chính của HABECO trong năm 2015 đã giảm so với năm 2014. Tỷ trọng chi phí tài chính trên tổng doanh thu thuần của HABECO khá thấp (chỉ chiếm khoảng trên dưới 1%).

▪ Chi phí bán hàng: Tổng chi phí bán hàng trong năm 2015 là 1.162,1 tỷ đồng, tăng 19,76% so với năm 2014. Nguyên nhân chủ yếu là do trong năm 2015, HABECO đã gia tăng hơn nữa các chương trình hỗ trợ cho các đại lý, triển khai liên tục nhiều

chương trình quảng bá sản phẩm. Trong 9 tháng năm 2016, tổng chi phí bán hàng đạt 779,6 tỷ đồng, chiếm 10,24% tổng doanh thu thuần. Cũng giống như các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực bia - rượu - nước giải khát, chi phí bán hàng của HABECO chiếm tỷ trọng khá lớn trên tổng doanh thu thuần, thường xuyên chiếm trên 10%.

Chi phí quản lý doanh nghiệp: Tổng chi phí quản lý doanh nghiệp trong năm 2015 là 407,7 tỷ đồng, tăng 9,36% so với năm 2014 và được duy trì khá ổn định với tỷ lệ khoảng 4-5%.

2. Tình hình tài chính của Công ty

a. Một số chỉ tiêu về hoạt động kinh doanh trong năm 2014, 2015, 9 tháng năm 2016

Chỉ tiêu	Năm 2014 (đồng)	Năm 2015 (đồng)	% +/- 2015 so với 2014	9 tháng đầu năm 2016 (đồng)
Tổng giá trị tài sản	9.365.130.178.065	9.936.239.954.943	6,10%	10.400.144.130.277
Vốn chủ sở hữu	5.668.745.333.614	6.087.025.711.365	7,38%	5.693.441.868.826
Doanh thu thuần	9.172.583.831.654	9.638.445.669.524	5,08%	7.613.248.069.989
Lợi nhuận thuần HĐKD	1.162.863.070.594	1.170.575.683.297	0,66%	922.747.861.852
Lợi nhuận khác	24.549.216.636	36.397.998.722	48,27%	14.503.480.636
Lợi nhuận trước thuế	1.187.412.287.230	1.206.973.682.019	1,65%	960.511.323.275
Lợi nhuận sau thuế	894.087.980.472	951.545.989.963	6,43%	755.852.385.805
Tỷ lệ LN trả cổ tức	46,67%	36,54%	-	-
Tỷ lệ LNST/VCSH bình quân	16,30%	17,76%	-	-

Nguồn: BCTC HN kiểm toán năm 2014, 2015, BCTC HN Quý III năm 2016 của HABECO

b. Các chỉ tiêu tài chính của công ty (hợp nhất)

Các chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2014	Năm 2015
1. Chỉ tiêu về khả năng thanh toán			
Hệ số thanh toán ngắn hạn	Lần	1,56	1,77
Hệ số thanh toán nhanh	Lần	1,26	1,49
2. Chỉ tiêu về cơ cấu vốn			
Hệ số Nợ/Tổng tài sản	%	39,47%	38,74%
Hệ số Nợ/Vốn chủ sở hữu	%	65,21%	63,24%
3. Chỉ tiêu về năng lực hoạt động			
Vòng quay HTK (GVHB/HTK bình quân)	Vòng	8,42	8,57
Vòng quay tổng TS (DTT/Tổng TS bình quân)	Lần	1,05	1,00
4. Chỉ tiêu về khả năng sinh lời			

Các chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2014	Năm 2015
Hệ số Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	%	9,75%	9,87%
Hệ số LNST/Vốn chủ sở hữu bình quân	%	16,30%	17,76%
Hệ số LNST/Tổng tài sản bình quân	%	10,26%	9,86%
Hệ số Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh/Doanh thu thuần	%	12,68%	12,14%

Nguồn: HABECO

3. Nguyên vật liệu

a. Nguồn nguyên vật liệu

Nguyên vật liệu chính để sản xuất sản phẩm của HABECO chủ yếu là các sản phẩm nông nghiệp như: malt, hoa houblon, nước và gạo.

- Malt: là nguyên liệu chính để sản xuất các loại bia, có vai trò cung cấp chất chiết chính cho dịch đường lên men bia. Malt dùng để sản xuất bia Hà Nội là loại malt vàng từ đại mạch 2 hàng được sản xuất và nhập khẩu từ châu Âu.

- Hoa houblon: là thực vật dạng dây leo, sống lâu năm (30-40 năm) ở vùng ôn đới, có chiều cao trung bình từ 10-15m. Hoa houblon có hoa đực và hoa cái riêng cho từng cây. Trong sản xuất bia chỉ sử dụng hoa cái chưa thụ phấn. Vai trò chính là tạo vị đắng và hương thơm cho bia, làm trong bia. Ngoài ra còn có tác dụng chống oxy hóa, kéo dài tuổi thọ cho bia. Hoa houblon dùng để sản xuất bia Hà Nội được lựa chọn các loại hoa houblon dòng cao cấp nhập khẩu từ Châu Âu.

- Gạo: là nguyên liệu thay thế cho nguồn hydracacbon (tinh bột) của malt. Mục đích là giảm giá thành, làm thay đổi thành phần dịch đường, tạo cho bia có hương vị nhẹ đặc trưng riêng. Gạo sử dụng để nấu bia là gạo tẻ được sản xuất ở Việt Nam với các chỉ tiêu chất lượng đáp ứng theo tiêu chuẩn của HABECO.

- Nước: có vai trò là dung môi hòa tan các cấu tử chất chiết. Do thành phần chính của bia là nước (chiếm 80-90%) nên chất lượng nước và các đặc trưng của nó có một ảnh hưởng rất quan trọng tới các đặc trưng của bia. HABECO đã phân tích và tìm ra được công thức tạo nên chất lượng nguồn nước ngầm và công thức này được bảo mật chặt chẽ theo chính sách bảo mật của HABECO và xây dựng thành bộ tiêu chuẩn riêng cho nước nấu bia Hà Nội.

Sự ổn định của các nguồn cung cấp

- Nguồn cung cấp nguyên vật liệu phụ thuộc vào chính sách bán hàng của các nhà cung cấp. Ngoài ra, việc mất mùa do thiên tai của các khu vực trồng trọt nêu trên cũng ảnh hưởng trực tiếp tới sản lượng và giá cả của nguyên vật liệu nhập khẩu. Chính sách thuế và sản lượng đặt hàng cũng như phương thức thực hiện hợp đồng nhập khẩu cũng ảnh hưởng tới sự ổn định của nguồn cung cấp nguyên vật liệu.

- Các nguồn nguyên vật liệu của HABECO có tính ổn định cao vì hầu hết các nhà cung cấp nguyên vật liệu cho HABECO đều là các nhà cung cấp truyền thống, có năng lực, uy tín, gắn bó với HABECO nhiều năm do đó đảm bảo nguồn nguyên vật liệu là ổn định, chất lượng tốt, đúng thời hạn và đáp ứng được những yêu cầu phục vụ cho sản xuất của Công ty.

b. Ảnh hưởng của giá cả nguyên vật liệu tới Doanh thu và lợi nhuận

Do nguyên vật liệu chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu giá thành, nên giá cả nguyên vật liệu sẽ trực tiếp ảnh hưởng tới doanh thu, chi phí, lợi nhuận của doanh nghiệp. Nguồn nguyên vật liệu chính chủ yếu là nhập khẩu, giá cả nguyên vật liệu phụ thuộc vào tình hình thị trường quốc tế nên thường không ổn định và có xu hướng tăng qua các năm. Do đó sự biến động về giá có ảnh hưởng rất lớn đến doanh thu và lợi nhuận của Công ty.

4. Tình hình kiểm tra chất lượng sản phẩm/dịch vụ

HABECO đã xây dựng và áp dụng hiệu quả hệ thống quản lý chất lượng (ISO 9001:2000); hệ thống quản lý môi trường (ISO 14000:2004); hệ thống quản lý an toàn thực phẩm (ISO 22000:2005), cụ thể:

- HABECO đầu tư cải tiến nâng cao năng lực sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo điều kiện môi trường sản xuất tốt hơn, nâng cao sức khỏe người lao động, nâng cao vị thế của Tổng Công ty bằng những trang thiết bị của các nước tiên tiến nhất trên thế giới kết hợp với công nghệ cổ truyền nhằm đáp ứng ngày một cao hơn nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng, tiết kiệm năng lượng, nguyên liệu trong sản xuất. Vì vậy, từ năm 2011, HABECO đã triển khai áp dụng tiêu chuẩn ISO 9001:2000 và được cấp chứng chỉ vào tháng 06/2012.

- Nhận thức được tầm quan trọng của công tác bảo vệ môi trường và trách nhiệm đối với cộng đồng, từ năm 2004, Tổng Công ty đã triển khai xây dựng và áp dụng hệ thống quản lý môi trường theo tiêu chuẩn ISO 14001:2004.

- Hiện nay, người tiêu dùng đặc biệt chú trọng đến an toàn thực phẩm đồng thời Tổng Công ty luôn quan tâm đến mức độ tin cậy về an toàn thực phẩm đối với sản phẩm mang thương hiệu HABECO. Vì vậy, Tổng Công ty đã xây dựng và áp dụng hệ thống quản lý an toàn thực phẩm theo tiêu chuẩn ISO 22000:2005 từ năm 2006.

5. Về hoạt động Marketing

HABECO đã xây dựng chiến lược đồng bộ về thị trường mục tiêu, giá cả, hỗ trợ quảng cáo... Các hoạt động marketing của HABECO bao gồm:

- Xây dựng và triển khai thường xuyên, liên tục các chương trình khuyến mại, hỗ trợ bán hàng cho các đại lý như: hỗ trợ bán hàng, hỗ trợ vận chuyển, hỗ trợ thu hồi vỏ chai kết, hỗ trợ trưng bày, tiếp thị công sở, hỗ trợ vật dụng quảng cáo...

- Thường xuyên tổ chức các sự kiện để quảng bá thương hiệu của HABECO như sự kiện như: Bia Hà Nội - Countdown 2016, Chương trình điểm bán hàng Tết Bình Thân và trưng bày lon bia khổng lồ, Trúc Bạch Beer Private Concert 2016 - Vì ta cần nhau, HABECO Hot Summer Sound Fesst 2016...

- Áp dụng chiến lược quảng cáo để quảng bá thương hiệu như: quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng như báo, truyền hình, radio, mạng xã hội và các tạp chí trong ngành, hoặc bằng các tặng phẩm mang thương hiệu của HABECO.

- Tham gia các hoạt động xã hội, hoạt động thể dục thể thao, từ thiện... nhằm nâng cao vị thế hình ảnh của HABECO trong cộng đồng các doanh nghiệp.

Kế hoạch hoạt động marketing của HABECO trong thời gian tới

- Phát triển các thị trường mới: Không chỉ củng cố các trường khu vực Miền Bắc và Miền Trung, HABECO dự kiến tiếp tục mở rộng mạng lưới bán hàng đến các tỉnh Miền Nam Tp HCM, Cần Thơ, Long An, Bình Dương, Vũng Tàu, Đồng Nai, Bình Thuận, Khánh Hòa và Tây Nguyên. Từ năm 2014, HABECO đã đặt chi nhánh tại

TP. Hồ Chí Minh để tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng và thực hiện công tác phát triển thị trường Miền Nam.

- Cải tiến chất lượng, phát triển sản phẩm mới

Không ngừng cải tiến chất lượng, nâng cao chất lượng sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng. Thường xuyên nghiên cứu thị trường và đánh giá sự hài lòng của khách hàng.

Phát triển các sản phẩm mới: Nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng, từ năm 2010 đến 2015 ngoài các sản phẩm truyền thống, Tổng công ty đã nghiên cứu và đưa ra các sản phẩm mới đó là sản phẩm bia chai Trúc Bạch, bia lon Trúc Bạch, sản phẩm nước tinh lọc, sản phẩm bia chai Hà Nội 450ml nhãn xanh phục vụ tiêu thụ các thị trường Miền Trung, sản phẩm có “gu” phù hợp với nhu cầu người dân các tỉnh Quảng Bình, Quảng Trị, Quảng Nam, Đà Nẵng, Huế và Nghệ An, Hà Tĩnh và có giá thành hợp lý. Định hướng từ năm 2015-2020, HABECO tiếp tục nghiên cứu sản phẩm bia mới: Bia có chất lượng cao cấp nhằm phục vụ các khách hàng tiêu dùng ở phân khúc bia cao cấp; Sản phẩm bia không còn nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của người tiêu dùng.

- Công tác khuyến mại, quảng cáo và truyền thông

Hàng năm, HABECO tập trung nguồn lực lớn để đầu tư cho phát triển thương hiệu bằng các hình thức khuyến mại cho người tiêu dùng, cho khách hàng đại lý và các lễ hội bia tại Hà Nội và các tỉnh thành trong cả nước để giới thiệu các sản phẩm bia Hà Nội có chất lượng tốt nhất đến người tiêu dùng.

- Củng cố đội ngũ nhân sự phát triển thị trường

HABECO đã phê duyệt đề án chuyển đổi mô hình quản lý bán hàng của công ty TNHH MTV Thương mại Habeco chuyên phân phối sản phẩm bia chai và bia lon. Hiện nay, đã và đang chạy thử mô hình quản lý bán hàng trực tuyến DMS.One tại các tỉnh Nghệ An, Hà Tĩnh và Quảng Bình nhằm nâng cao công cụ quản lý và phục vụ khách hàng một cách tốt nhất kế hoạch giai đoạn năm 2016 - 2020 sẽ áp dụng quản lý hệ thống bán hàng trực tuyến trên diện rộng.

6. Kế hoạch sản xuất kinh doanh, lợi nhuận và cổ tức

- Kế hoạch kinh doanh, lợi nhuận và cổ tức trong các năm tiếp theo dự kiến như sau**

Kế hoạch kinh doanh, lợi nhuận và cổ tức trong năm 2016 -2017

TT	Chỉ tiêu	Năm 2016		Năm 2017	
		Kế hoạch (tỷ đồng)	% +/- so với thực hiện năm 2015	Kế hoạch (tỷ đồng)	% +/- so với kế hoạch năm 2016
1	Vốn điều lệ	2.318.000	0,00%	2.318.000	0,00%
2	Doanh thu thuần	10.342	7,73%	10.945	5,83%
3	Lợi nhuận sau thuế	937	(1,52%)	846	(9,70%)
4	Vốn chủ sở hữu	6.806	11,82%	7.201	5,80%
5	Tỷ suất LNST/DTT (%)	9,06%	-	7,73%	-
6	Tỉ lệ LNST/Vốn chủ sở hữu (%)	13,77%	-	11,75%	-
7	Cổ tức (% vốn điều lệ)	15%	-	15%	-

Nguồn: Kế hoạch kinh doanh do HABECO lập nhưng chưa được ĐHDCĐ thông qua

b. Căn cứ để đạt được kế hoạch lợi nhuận và cổ tức

Theo Quy hoạch phát triển ngành bia, rượu, nước giải khát đã được phê duyệt, dự báo tăng trưởng bia các loại giai đoạn 2016-2020 là 3,06%/năm, đến năm 2020 đạt 4,1 tỷ lít. Trong năm 2017, HABECO đặt kế hoạch tổng sản lượng tiêu thụ bia đạt 535 triệu lít, tăng 2,9% so với tổng sản lượng tiêu thụ bia ước tính thực hiện trong năm 2016. Đồng thời, HABECO dự kiến tiếp tục duy trì giá bán các sản phẩm như thực hiện năm 2016. Theo đó, năm 2017, HABECO đặt kế hoạch tổng doanh thu thuần (các sản phẩm chính) là 10.945 tỷ đồng, tăng 5,83% so với kế hoạch năm 2016.

Kế hoạch lợi nhuận sau thuế năm 2017 của HABECO là 846 tỷ đồng, giảm 9,7% so với kế hoạch năm 2016. Nguyên nhân do trong năm 2017, HABECO dự kiến sẽ đẩy mạnh hơn nữa các hoạt động hỗ trợ bán hàng, marketing và phát triển thị trường nhằm đảm bảo mục tiêu sản lượng tiêu thụ tăng 2,9% so với năm 2016 trước sự cạnh tranh ngày càng gay gắt của các doanh nghiệp cùng ngành khác trên thị trường. Bên cạnh đó, theo Luật Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Thuế tiêu thụ đặc biệt số 70/2014/QH13 ngày 26/11/2014, thuế suất thuế TTĐB tăng từ mức 55% lên mức 60% từ ngày 01/01/2017. Đây cũng là yếu tố ảnh hưởng làm giảm lợi nhuận của HABECO trong năm 2017.

Để hoàn thành các chỉ tiêu kế hoạch, HABECO đã đưa ra các giải pháp thực hiện trong năm 2017 như sau:

▪ Về thị trường:

Để đạt được sản lượng tiêu thụ tăng trưởng 2,90% so với năm 2016, HABECO sẽ triển khai mạnh mẽ những hoạt động liên quan đến công tác thị trường, cụ thể:

- Tăng cường triển khai các hoạt động xây dựng, quảng bá và nâng cao giá trị thương hiệu Bia Hà Nội:

➤ Tiếp tục triển khai dự án xây dựng chiến lược thương hiệu 5 năm nhằm tái định vị thương hiệu Bia Hà Nội. Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu mới kết hợp với hoạt động truyền thông đồng bộ để gia tăng kết nối với người tiêu dùng và tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường.

➤ Tổ chức các sự kiện để quảng bá Thương hiệu của Tổng công ty và các sản phẩm, tham gia các chương trình bình chọn thương hiệu...

- Triển khai các hoạt động về bán hàng:

➤ 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 các chương trình khuyến mại trực tiếp cho người tiêu dùng.

➤ Tiếp tục triển khai áp dụng thí điểm hệ thống quản lý bán hàng trực tuyến.

➤ Hoàn thiện hệ thống kênh phân phối, 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.

➤ Mở rộng thị trường, tìm kiếm thêm cơ hội xuất khẩu.

▪ Về kế hoạch, 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.

- 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 tiết kiệm, chống lãng phí tại tất cả các khâu trong quá trình sản xuất, lưu thông.

- 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 tổ chức, lao động:

- Thực hiện việc cơ cấu lại bộ máy tổ chức tại Công ty mẹ theo hướng sắp xếp, điều chỉnh các bộ phận chuyên môn và cán bộ nhân viên phù hợp với mô hình điều hành mới, đảm bảo tinh gọn, hiệu quả.

- Thực hiện công tác quy hoạch, đào tạo, bồi dưỡng cán bộ quản lý, bồi dưỡng nghiệp vụ định kỳ và chuyên sâu phù hợp với cán bộ, nhân viên đáp ứng yêu cầu của quá trình sản xuất kinh doanh.

▪ Về chất lượng, kỹ thuật và nghiên cứu khoa học:

- Kiểm tra, giám sát đảm bảo chất lượng nguyên vật liệu đầu vào và thành phẩm.

- Thực hiện tốt công tác sửa chữa bảo dưỡng máy móc, đảm bảo đáp ứng tốt yêu cầu của sản xuất.

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

PHẦN III. VỊ THẾ CỦA CÔNG TY VÀ TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN CỦA NGÀNH

1. Vị thế của Công ty

Cùng với SABECO, HABECO là một trong những doanh nghiệp hàng đầu Việt Nam trong ngành sản xuất đồ uống có cồn. Với bí quyết công nghệ duy nhất - truyền thống trăm năm, cùng với hệ thống thiết bị hiện đại, đội ngũ CBCNV lành nghề, có trình độ, tâm huyết, các sản phẩm của HABECO đã nhận được sự mến mộ của hàng triệu người tiêu dùng trong nước cũng như quốc tế.

Sau khi thực hiện cổ phần hóa đến nay, HABECO tiếp tục giữ vai trò chủ đạo trong ngành công nghiệp sản xuất bia - rượu - nước giải khát của Việt Nam. Tốc độ tăng trưởng bình quân trong những năm gần đây đều và ổn định, đóng góp tích cực cho nền kinh tế đất nước.

2. Triển vọng phát triển của ngành

Theo Quy hoạch phát triển ngành bia, rượu, nước giải khát Việt Nam đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035 được Bộ Công thương phê duyệt tại Quyết định số 3690/QĐ-BCT ngày 12/09/2016, mục tiêu và định hướng phát triển cụ thể của ngành bia, rượu, nước giải khát Việt Nam như sau:

- Năm 2020, cả nước sản xuất được khoảng 4,1 tỷ lít bia; 350 triệu lít rượu (trong đó rượu sản xuất công nghiệp chiếm 35%); 6,8 lít nước giải khát. Kim ngạch xuất khẩu đạt 450 triệu USD.

- Năm 2025, cả nước sản xuất được khoảng 4,6 tỷ lít bia; 350 triệu lít rượu (trong đó rượu sản xuất công nghiệp chiếm 40%); 9,1 lít nước giải khát. Kim ngạch xuất khẩu đạt 600 triệu USD.

- Năm 2035, cả nước sản xuất được khoảng 5,5 tỷ lít bia; 350 triệu lít rượu (trong đó rượu sản xuất công nghiệp chiếm 50%); 15,2 lít nước giải khát. Kim ngạch xuất khẩu đạt 900 triệu USD.

- Giá trị sản xuất của ngành đến các năm 2020, 2025 và 2035 lần lượt đạt: 90.500 tỷ đồng, 113.540 tỷ đồng và 167.920 tỷ đồng.

- Tốc độ tăng trưởng giá trị gia tăng của toàn ngành bình quân giai đoạn 2016 - 2020 là 5,8%/năm; giai đoạn 2021 - 2025 là 4,6%/năm và giai đoạn 2026 - 2035 là 4,0%/năm.

▪ Định hướng phát triển:

Đối với ngành bia

- Đầu tư đổi mới thiết bị, công nghệ hiện đại, nâng cao chất lượng sản phẩm, giảm tiêu hao nguyên, nhiên, vật liệu; liên kết, sáp nhập vào các doanh nghiệp lớn.

- Khuyến khích sản xuất bia không cồn và các dòng bia cao cấp với giá cạnh tranh, đẩy mạnh xuất khẩu. Tiếp tục xây dựng và phát triển một số thương hiệu bia mạnh tầm quốc gia.

- Không khuyến khích đầu tư mới các nhà máy quy mô dưới 50 triệu lít/năm, trừ các cơ sở sản xuất bia để bán tiêu dùng tại chỗ.

Đối với ngành rượu

- Tập trung phát triển sản xuất rượu công nghiệp chất lượng cao;

- Khuyến khích các cơ sở sản xuất rượu công nghiệp chế biến lại rượu sản xuất thủ công, rượu làng nghề để tạo ra sản phẩm chất lượng, đảm bảo an toàn thực phẩm.

- Từng bước xây dựng thương hiệu rượu quốc gia. Tăng cường hợp tác với hãng rượu lớn nước ngoài sản xuất rượu chất lượng cao thay thế nhập khẩu và để xuất khẩu.

- Gắn sản xuất rượu vang - hoa quả với phát triển vùng nguyên liệu địa phương.

Đối với ngành nước giải khát

- Khuyến khích các thành phần kinh tế đầu tư sản xuất nước giải khát với quy mô lớn, thiết bị, công nghệ hiện đại, đảm bảo an toàn thực phẩm và bảo vệ môi trường. Khuyến khích sản xuất nước giải khát từ hoa quả tươi và các loại nước giải khát bổ dưỡng, sử dụng nguyên liệu trong nước, sản xuất nước khoáng thiên nhiên

3. Đánh giá sự phù hợp định hướng phát triển của Công ty với định hướng của ngành, chính sách Nhà nước và xu thế chung trên thế giới

Định hướng phát triển giai đoạn 2016-2020 của HABECO là tập trung phát triển thị trường, nâng cao sức cạnh tranh, mang đến cho khách hàng sự hài lòng về các sản phẩm chất lượng cao và dịch vụ hoàn hảo để trở thành một trong những doanh nghiệp hàng đầu của Châu Á về sản xuất kinh doanh bia - rượu - nước giải khát.

▪ Đối với sản phẩm bia:

Tiếp tục tập trung phát triển thương hiệu bia Hà Nội; nghiên cứu thị trường để đầu tư phát triển cơ cấu sản phẩm cho phù hợp. Chú trọng công tác truyền thông, quảng bá thương hiệu, phát triển thị trường cho sản phẩm ở các phân đoạn trung cấp, cao cấp. Xây dựng và phát triển một số thương hiệu bia cao cấp để nâng cao sức cạnh tranh trong quá trình hội nhập.

▪ Đối với sản phẩm rượu:

Xây dựng bộ máy tổ chức hoạt động ổn định, vững chắc; sản xuất sản phẩm chất lượng cao, công nghệ hiện đại, tập trung thực hiện công tác thị trường, củng cố hệ thống phân phối để giữ vững thương hiệu Halico.

▪ Đối với sản phẩm nước giải khát:

Tập trung xây dựng và phát triển các thương hiệu nước tinh lọc với chất lượng cao, đảm bảo vệ sinh thực phẩm và bảo vệ môi trường. Phát triển thị trường tiêu thụ để mở rộng đầu tư đưa công suất sản xuất đến năm 2020 đạt 20 triệu lít. Nghiên cứu sản xuất thêm 3-5 loại nước giải khát các loại khác.

Như vậy, định hướng, chiến lược phát triển của HABECO phù hợp với định hướng của toàn ngành, chính sách của Nhà nước và xu thế chung trên thế giới.

PHẦN IV. MỘT SỐ RỦI RO LỚN ẢNH HƯỞNG ĐẾN KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY

Bên cạnh những rủi ro về kinh tế, rủi ro về luật pháp, rủi ro bất khả kháng... Công ty còn có **rủi ro đặc thù ngành** gây ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh như sau:

1. Rủi ro về cạnh tranh

Bia là sản phẩm đồ uống mà sản lượng tiêu thụ phụ thuộc nhiều vào thu nhập của người dân cũng như sự phát triển của nền kinh tế. Do vậy, nếu nền kinh tế bị khủng hoảng hoặc giảm tốc độ tăng trưởng chắc chắn sẽ ảnh hưởng đến sản lượng tiêu thụ bia. Bên cạnh đó, nền kinh tế Việt Nam ngày càng hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới nên các doanh nghiệp sản xuất bia trong nước sẽ phải đối mặt với bia nhập khẩu của các hãng bia nổi tiếng trên thế giới với giá cả cạnh tranh, chất lượng tốt. Ngoài ra, Việt Nam phải thực hiện cam kết thực hiện điều chỉnh chính sách thuế khi gia nhập WTO và các Hiệp định thương mại trong thời gian sắp tới. Cụ thể Việt Nam sẽ giảm thuế nhập khẩu đối với rượu, bia sau khi ký kết Hiệp định Đối tác Thái Bình Dương (TPP) về mức 0% từ năm thứ mười hai đối với rượu mạnh và năm thứ mười một đối với bia sau khi chính thức áp dụng quy định của TPP. Vì vậy, điều này đặt các sản phẩm bia trong nước đứng trước cuộc cạnh tranh khốc liệt về giá cả và chất lượng.

Hiện nay, các sản phẩm của HABECO chủ yếu nằm trong dòng phổ thông. Đây cũng chính là dòng rộng lớn nhất, chiếm hơn 60% sản lượng của toàn ngành. Trong

thời gian gần đây, các sản phẩm của HABECO chịu sự cạnh tranh ngày càng mạnh bởi các sản phẩm cùng loại, chủ yếu là của các đối thủ như Tổng Công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn (SABECO), các công ty bia liên doanh và các công ty bia địa phương. Hàng năm, các doanh nghiệp này cung cấp cho thị trường hàng trăm triệu lít bia các loại với đủ các nhãn hiệu cũng như chất lượng khác nhau, dưới nhiều hình thức mẫu mã, phục vụ cho mọi tầng lớp dân cư trong xã hội. Bên cạnh đó, hiện nay, một số nhóm người tiêu dùng cũng dần chuyển sang dòng sản phẩm cao cấp và siêu cao cấp nhờ thu nhập tăng lên. Điều này đã ảnh hưởng không nhỏ đến sản lượng tiêu thụ bia của HABECO.

2. Rủi ro về nguyên liệu đầu vào

Phần lớn nguyên liệu chính cho hoạt động sản xuất bia của HABECO là phải nhập khẩu từ nước ngoài. Trong thời gian vừa qua, giá nguyên vật liệu đầu vào không ổn định và có xu hướng tăng qua các năm. Vì vậy, những biến động từ thị trường nguyên liệu đầu vào sẽ ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.

3. Rủi ro về chính sách thuế

Bia là sản phẩm chịu thuế tiêu thụ đặc biệt. Do đó, các doanh nghiệp sản xuất bia trong đó có HABECO chịu ảnh hưởng lớn nếu như có sự thay đổi chính sách thuế của Chính phủ. Theo Luật Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Thuế tiêu thụ đặc biệt số 70/2014/QH13 ngày 26/11/2014, bia là một trong những mặt hàng sẽ chịu tăng thuế tiêu thụ đặc biệt theo lộ trình. Từ ngày 01/01/2016 đến ngày 31/12/2016, thuế suất thuế tiêu thụ đặc biệt đối với mặt hàng bia sẽ tăng lên mức 55%, từ ngày 01/01/2017 đến ngày 31/12/2017 sẽ tăng lên mức 60% và từ ngày 01/01/2018 sẽ tăng lên mức 65%. Các mức thuế suất mới này chắc chắn sẽ ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp trong ngành nói chung và HABECO nói riêng.