

Cách đây 55 năm, ngày 15/8/1958, sản phẩm đầu tiên của Nhà máy Bia Hà Nội ra đời với tên gọi Trúc Bạch đã đánh dấu sự thành công của đội ngũ cán bộ, công nhân sau một thời gian phục hồi và xây dựng Nhà máy từ đồng hoang tàn, đổ nát do thực dân Pháp để lại. 55 năm đã trôi qua, lớp người ngày ấy nay đã thành ông, thành bà, nhưng chắc chắn mỗi khi đi qua địa chỉ số 183 Hoàng Hoa Thám, ai cũng có niềm hạnh phúc xốn xang khi thấy lớp cháu con kế tiếp sự nghiệp của mình, với những tư duy và hành động mới, đã đưa thương hiệu Bia Hà Nội trở thành một thương hiệu của Quốc gia.

HÀNH TRÌNH
55
NĂM

xây dựng thương hiệu Bia Hà Nội

● VỊ HƯƠNG

Vượt qua thử thách

Tiền thân của Tổng công ty CP Bia - Rượu - NGK Hà Nội (HABECO) là Nhà máy Bia Hommel có quy mô 30 nhân công, do một người Pháp tên là Hommel thành lập năm 1890, với mục đích phục vụ quân viễn chinh Pháp. Năm 1954, miền Bắc hoàn toàn giải phóng, quân Pháp rút lui, tháo dỡ toàn bộ máy móc, để lại Nhà máy Bia Hommel trong tình trạng hoang phế. Năm 1957, Nhà máy Bia Hommel được khôi phục theo chính sách phục hồi kinh tế của Chính phủ và đổi tên thành Nhà máy Bia Hà Nội. 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. Cũng từ đây, ngày 15/8 hàng năm đã trở thành ngày truyền thống của Tổng công ty CP Bia - Rượu - NGK Hà Nội.

Khi sản phẩm ra đời, Nhà máy phải đối mặt với rất nhiều khó



Ông Nguyễn Tuấn Phong, CTHĐQT thay mặt Lãnh đạo HABECO nhận Giải thưởng Doanh nghiệp tin cậy vì người tiêu dùng

khăn về bao bì, vận chuyển. Lúc này, bia chưa phải là thứ đồ uống thông dụng, nên mục tiêu đầu tiên của Nhà máy là phải tiếp cận với người tiêu dùng qua các kênh phân phối đến các cơ quan, xí nghiệp. Trong suốt thời gian khôi phục Nhà máy (năm 1958) đến khi giải phóng đất nước (năm

1975), Nhà máy phải giải quyết bốn bề công việc, vừa khôi phục máy móc thiết bị, vừa ổn định sản xuất, vừa sẵn sàng chiến đấu... Khó khăn chồng chất khó khăn, tưởng chừng không thể vượt qua, nhưng với sự quyết tâm cao của toàn thể cán bộ công nhân viên (CBCNV), Nhà máy đã bắt đầu



Ông Vũ Xuân Dũng, Phó TGD thay mặt lãnh đạo HABECO nhận Giải thưởng Thương hiệu Quốc gia 2012

gây dựng được thị trường, đảm bảo lưu thông sản phẩm, năng suất bia các loại năm sau vượt chỉ tiêu năm trước.

Phát huy truyền thống lâu đời và sự năng động, sáng tạo của tập thể CBCNV, HABECO đã không ngừng nỗ lực, vượt qua mọi khó khăn, thử thách để vừa sản xuất đáp ứng nhu cầu của thị trường về mặt hàng bia, vừa từng bước đầu tư chiều sâu, đầu tư mở rộng, đưa năng lực sản xuất ngày càng tăng cao, từ 30 triệu lít/năm (giai đoạn 1989 - 1991) lên 50 triệu lít/năm (giai đoạn 1991 - 1995), 100 triệu lít/năm (giai đoạn 2001 - 2004) và đến nay là 300 triệu lít/năm tại riêng Nhà máy 183 Hoàng Hoa Thám và Nhà máy Bia Hà Nội - Mê Linh.

Nỗ lực không ngừng

Cùng với việc nâng cao năng lực sản xuất, HABECO vừa từng bước đổi mới và mở rộng chủng loại sản phẩm, xây dựng và phát triển thương hiệu, đáp ứng phân

khúc tiêu dùng của xã hội với các nhãn hiệu hàng hóa được lựa chọn và xây dựng công phu, như: Bia hơi Hà Nội, bia lon Hà Nội, Hanoi Beer Premium, bia Trúc Bạch; vừa mở rộng thị trường từ Hà Nội ra các tỉnh phía Bắc, vào các tỉnh miền Trung và từng bước thâm nhập thị trường phía Nam. Đồng thời, HABECO còn thường xuyên quan tâm tới công tác nghiên cứu nâng cao chất lượng sản phẩm, đổi mới công nghệ, tiết kiệm năng lượng, bảo đảm an toàn thực phẩm, bảo vệ môi trường.

Từ một Nhà máy với 30 công nhân, giờ đây, Bia Hà Nội đã có 23 công ty thành viên, với hàng ngàn lao động. Có 5 dòng sản phẩm chính là: Trúc Bạch, Hanoi Beer Premium, bia chai, bia lon, bia hơi Hà Nội với “gu” bia truyền thống đã ăn sâu trong tiềm thức người tiêu dùng. Bia Hà Nội không những được nâng cao về số lượng, chất lượng, mà còn chiếm lĩnh thị trường và giữ vị trí hàng đầu tại

hầu hết các tỉnh phía Bắc, từ vùng biển Hải Phòng, Quảng Ninh, Nam Định, Thái Bình đến miền núi Lào Cai, Yên Bái, Tuyên Quang. Và không biết từ khi nào, bia Hà Nội đã trở thành “một nét văn hóa Hà Nội”.

Với uy tín và chất lượng hơn 120 năm sản xuất, kinh doanh trong ngành Bia, HABECO đã tạo dựng cho mình một chỗ đứng vững chắc trên thị trường bằng cách xây dựng một hệ thống các đại lý trên toàn quốc. Để chuyên môn hóa cao lĩnh vực tiêu thụ sản phẩm thực hiện mang tính chuyên nghiệp, HABECO đã thành lập Công ty TNHH MTV Thương mại HABECO hoạt động dưới sự chỉ đạo trực tiếp của Công ty mẹ. Đây là một bước tiến quan trọng giúp HABECO tái cấu trúc mạng lưới phân phối, chuyên nghiệp hóa công tác quản lý và phát triển thị trường. Bên cạnh đó, HABECO còn kết hợp nhiều biện pháp kích thích người tiêu dùng, các biện

(Xem tiếp trang 41)

Hành trình 55 năm...

(Tiếp theo trang 35)

pháp marketing để kích thích tiêu thụ, như khuyến mại bằng nhiều hình thức, chính sách tiếp thị, phong cách phục vụ... Sự thành công của “Ngày hội Bia Hà Nội” được tổ chức hàng năm tại Hà Nội, Quảng Ninh, Nghệ An, Quảng Bình đã ngày càng củng cố thêm niềm tin, sự ưa thích của người tiêu dùng với các sản phẩm Bia Hà Nội.

Vươn tầm quốc tế

Thị trường được mở rộng trên khắp cả nước với sản lượng tiêu thụ không ngừng tăng cao là bước tạo đà tốt để HABECO hội nhập với thị trường quốc tế. Bên cạnh việc giữ vững thị trường chủ lực tại miền Bắc và Bắc Trung bộ, HABECO cũng mở rộng thị

trường các tỉnh miền Nam và đẩy mạnh xuất khẩu, nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, đưa “một nét văn hóa Hà Nội” đến với bạn bè thế giới. Hiện nay, Bia Hà Nội đã có mặt tại khắp các quốc gia, châu lục, như: CHLB Đức, Hà Lan, Anh, Úc, Mỹ, Cộng hòa Công Gô, Hàn Quốc, Đài Loan, CHDCND Lào...

Từ năm 2007, nước ta gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), HABECO nói riêng và các doanh nghiệp trong nước nói chung phải cạnh tranh gay gắt với các doanh nghiệp nước ngoài. Song, với phương châm “Uy tín với khách hàng là nền tảng của sự thịnh vượng”, “Sự hài lòng của khách hàng là niềm

tự hào của HABECO”, Bia Hà Nội đã, đang và sẽ đẩy mạnh sản xuất những sản phẩm đang có lợi thế trên thị trường, tập trung nâng cao chất lượng sản phẩm, cải tiến bao bì, mẫu mã, hạ giá thành sản phẩm, nghiên cứu sản phẩm mới, đa dạng hóa sản phẩm, đáp ứng thị hiếu phong phú của người tiêu dùng.

Cuộc hành trình xây dựng, mở rộng và phát triển thị trường của Bia Hà Nội trong suốt 55 năm qua đã thể hiện sự cố gắng, nỗ lực không mệt mỏi của các thế hệ CBCVN lao động Tổng công ty CP Bia - Rượu - NGK Hà Nội. Với sức vươn lên mạnh mẽ của một “cây đại thụ” trong ngành Bia - Rượu- NGK Việt Nam, HABECO đang hướng tới mục tiêu trở thành thương hiệu lớn mạnh, đủ sức cạnh tranh trên thị trường khu vực và thế giới ■

Công đoàn...

(Tiếp theo trang 37)

phụng dưỡng 23 Bà mẹ Việt Nam anh hùng, xây 24 căn nhà tình nghĩa cho các gia đình nghèo, gia đình chính sách tại quận Ba Đình, Hà Nội, huyện Vị Xuyên tỉnh Hà Giang; huyện Quảng Ninh tỉnh Quảng Bình; huyện Gio Linh tỉnh Quảng Trị, huyện Yên Lập tỉnh Phú Thọ...

Không chỉ chăm lo tốt đời sống của người lao động, Công đoàn còn duy trì các buổi sinh hoạt tập thể, tạo tinh thần thoải mái, thư giãn cho công nhân, bằng các hoạt động giao lưu văn hóa, thể dục thể thao... Hai năm một lần, Công đoàn kết hợp với chuyên môn tổ chức thành công Hội thao truyền thống CNVCLĐ và Hội diễn văn

nghệ với chủ đề “Tiếng hát HABECO”. Những thành công từ các hội thao, hội diễn đã tác động tích cực vào việc xây dựng đời sống văn hóa cơ sở lành mạnh, đoàn kết trong toàn Tổng công ty thời gian qua.

Những đóng góp của Công đoàn vào sự phát triển chung của HABECO đã được đánh giá bằng nhiều danh hiệu thi đua khen thưởng của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam, Công đoàn Công Thương Việt Nam. Đặc biệt, năm 2006, Công đoàn HABECO đã được Thủ tướng Chính phủ tặng Bằng khen vì đã có thành tích trong công tác từ năm 2004 - 2006 góp phần tích cực vào sự

ngành xây dựng chủ nghĩa xã hội và xây dựng đất nước. Năm 2007 Công đoàn HABECO được đón nhận Huân chương Lao động hạng Ba của Nhà nước vì đã có thành tích xuất sắc trong công tác từ năm 2003 - 2007 góp phần vào sự nghiệp xây dựng chủ nghĩa xã hội và bảo vệ Tổ quốc. Đó là những thành tích tự hào không chỉ của Ban Chấp hành Công đoàn HABECO, mà còn là của cả tập thể CBCNVLĐ HABECO nói chung.

Với những kết quả đã đạt được trong 10 năm qua, Công đoàn HABECO sẽ tiếp tục nhân rộng các phong trào, phát huy trí tuệ và sức mạnh của tập thể CBCNVLĐ, nỗ lực góp phần đưa thương hiệu HABECO phát triển lên tầm cao mới ■