

DƯỢC HÀ TÂY HÀNH TRÌNH VƯƠN TỚI NHỮNG TẦM CAO

Ban biên tập

Lịch sử của Dược Hà Tây đã chứng minh chỉ có sáng tạo và liên tục đổi mới, doanh nghiệp mới tồn tại và phát triển. Đứng trước những cơ hội và thách thức từ hội nhập mang lại, con tàu Dược Hà Tây đã được hoạch định hải trình rõ ràng để sẵn sàng ra khơi.

Đi những con đường mới

Dược Hà Tây đặt mục tiêu phát triển bền vững, vươn lên vị thế Top 5 công ty dược hàng đầu Việt Nam và từng bước vươn ra các thị trường quốc tế với doanh số 1.500 tỷ đồng vào năm 2020.

Để đạt được mục tiêu đó, Dược Hà Tây luôn tiên phong và đẩy mạnh đầu tư phát triển sản xuất bằng việc hiện đại hóa hệ thống trang thiết bị máy móc. Đầu tư công nghệ thiết bị tiên tiến hiện đại là một trong những định hướng chiến lược xuyên suốt của Công ty. Từ những năm 90, bằng đồng vốn chắt chiu tích lũy được, ban lãnh đạo Công ty đã chọn mua và sử dụng máy móc của các nước có nền công nghiệp dược phát triển như Đức, Nhật... Công

ty đã đầu tư hàng chục tỷ đồng mỗi năm để đầu tư trang thiết bị công nghệ mới và để thay thế các thiết bị lạc hậu công suất thấp. Hệ thống cơ sở vật chất của Công ty được xây dựng và lắp đặt trên nguyên tắc đảm bảo các yêu cầu của WHO. Hiện Dược Hà Tây có phòng kiểm nghiệm đạt tiêu chuẩn GLP, hệ thống kho tàng đạt tiêu chuẩn GSP. (Toàn bộ các dây chuyền sản xuất của Công ty đã đạt tiêu chuẩn GMP - WHO). Đầu tư đổi mới công nghệ sản xuất, trang bị máy móc hiện đại để đa dạng hóa sản phẩm dược xác định là nhân tố tăng trưởng của Dược Hà Tây.

Thuốc Việt đang ngày càng được sử dụng rộng rãi nhưng để từng viên thuốc đầy tâm huyết mang thương hiệu Hataphar đi được đến muôn nơi, Dược Hà Tây luôn coi trọng và đi đầu trong việc cải tiến và phát triển sản phẩm mới, đáp ứng nhu cầu đa dạng và ngày càng cao của khách hàng. Bên cạnh chủ động đầu tư cho công tác nghiên cứu, phát triển, hợp tác nghiên cứu và sản xuất, phân phối sẽ là một trong những định hướng chiến lược được Dược Hà Tây phát huy trong thời gian tới.



Dược Hà Tây đã thành công khi liên doanh và chuyển giao công nghệ sản xuất thuốc với các hãng có uy tín trên thị trường, ví dụ liên doanh với hãng Lyka của Ấn Độ sản xuất nhượng quyền sản phẩm kháng sinh Lykamox. Liên doanh với hãng Ampharco của Mỹ sản xuất nhượng quyền sản phẩm nang mềm Pharvitol. Theo Dược sỹ Lê Văn Ló, tới đây Công ty sẽ tiếp tục hợp tác với các hãng dược đến từ Thụy Sĩ, Nhật Bản, Hàn Quốc,... để sản xuất ra nhiều sản phẩm phù hợp với nhu cầu của người Việt.

Không chỉ hợp tác với các tên tuổi ngoại, phát huy chất xám và đưa các công trình nghiên cứu của các nhà khoa học trong nước vào thực tiễn cũng là hướng đi Dược Hà Tây đã và đang triển khai mạnh mẽ. Định hướng lâu dài của Công ty là phát triển các sản phẩm có hàm lượng khoa học hiện đại, đã được nghiên cứu, chứng minh, kiểm nghiệm chất lượng. Dược Hà Tây chọn cách liên kết nghiên cứu với các viện nghiên cứu khoa học, trường đại học, chuyển giao đề tài, mua quy trình sản xuất độc quyền... Đơn cử, mới đây Công ty đã hợp tác với Đại tá - Bác sỹ Phan Ngọc Minh, Giám đốc Trung tâm công nghệ sinh học y sinh Hòa Lạc, triển khai thành công việc sản xuất thực phẩm chức năng Bosunamin (bồi bổ sức khỏe...)

Việt Nam vốn nổi tiếng về các bài thuốc dược liệu, chất xám của các nhà khoa học đưa vào các công trình nghiên cứu cũng không ít, có sự tham gia của những doanh nghiệp hàng đầu như Dược Hà Tây sẽ kết

nối, đưa những con số trên giấy, những thử nghiệm khô khan... thành dược phẩm có lợi, giá thành hợp lý phục vụ người tiêu dùng. Dẫu vậy thách thức trên con đường tiên phong với các sản phẩm có công thức chuyên biệt sẽ là rất lớn bởi nó đòi hỏi doanh nghiệp phải có tầm nhìn dài hạn, chấp nhận chi phí và thời gian, khác với ăn xổi bỏ tiền làm ra những sản phẩm ai cũng có thể chiết xuất được.

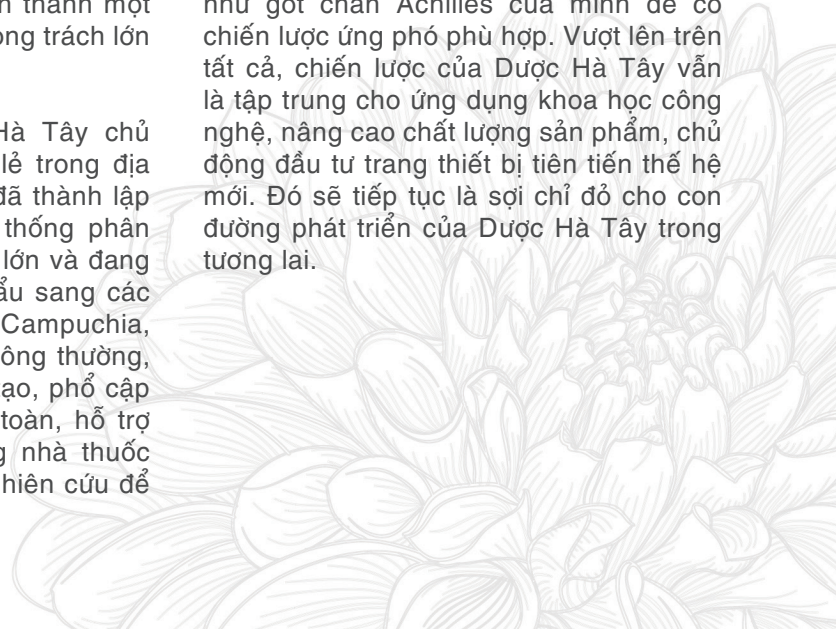
Thêm những cánh tay nối dài

Trong kinh doanh, sự thay đổi về hình thức mua bán đang dần diễn ra theo xu hướng chuyên nghiệp hóa. Tái cấu trúc hệ thống bán hàng chuyên nghiệp do đó là hướng đi bắt buộc các công ty dược phẩm lớn phải thực hiện. Ngay từ năm 2012, Dược Hà Tây đã nhận thức được sự thay đổi này và từ đầu năm 2015, Công ty đã bắt tay vào thực hiện một cách quyết liệt. Phòng kinh doanh được thành lập và tách thành một bộ phận độc lập, được giao trọng trách lớn trong Công ty.

Nếu như trước đây, Dược Hà Tây chủ yếu bán buôn hàng và bán lẻ trong địa bàn Hà Nội thì nay Công ty đã thành lập các chi nhánh, mở rộng hệ thống phân phối ra nhiều tỉnh, thành phố lớn và đang từng bước đưa hàng xuất khẩu sang các thị trường khu vực như Lào, Campuchia, Nigeria... Thay vì bán hàng thông thường, Dược Hà Tây sẽ đầu tư đào tạo, phổ cập kiến thức sử dụng thuốc an toàn, hỗ trợ xây dựng, thiết lập hệ thống nhà thuốc đạt chuẩn phân phối. Việc nghiên cứu để

đưa ra chính sách bán hàng hài hòa hóa quyền lợi các bên theo nguyên tắc win-win cũng được Dược Hà Tây chú trọng với tiêu chí làm sao để giá thành các sản phẩm phù hợp với thu nhập của người Việt Nam, trong khi chất lượng thuốc vẫn được đảm bảo.

Những thành quả gặt hái được trong 50 năm qua đều gắn liền với sự cống hiến và trưởng thành của nhiều thế hệ tập thể người lao động Dược Hà Tây, của khối óc đầy sáng tạo, quả cảm của mỗi cá nhân từ những ngày gian khó. Với một nền kinh tế đang mở cửa và hội nhập mạnh mẽ, có sự xuất hiện ngày càng nhiều các tập đoàn dược phẩm của nước ngoài với kinh nghiệm hàng trăm năm và nguồn lực tài chính khổng lồ, trên hành trình của mình, Dược Hà Tây tự tin song không chủ quan. Công ty biết rõ những điểm mạnh cũng như gót chân Achilles của mình để có chiến lược ứng phó phù hợp. Vượt lên trên tất cả, chiến lược của Dược Hà Tây vẫn là tập trung cho ứng dụng khoa học công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm, chủ động đầu tư trang thiết bị tiên tiến thế hệ mới. Đó sẽ tiếp tục là sợi chỉ đỏ cho con đường phát triển của Dược Hà Tây trong tương lai.



XÂY DỰNG NHÀ MÁY ĐẠT CHUẨN GMP - PIC/S & CHIẾN LƯỢC VƯƠN RA THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI

DS. Đặng Đình Dự
Trưởng phòng QA

Là một trong hai doanh nghiệp phía Bắc đầu tiên đạt GMP, đến nay Dược Hà Tây đã quyết định đưa sản phẩm do mình sản xuất lên tầm cao mới về chất lượng - Tiêu chuẩn GMP-PIC/S.

Trong xu thế hội nhập toàn cầu về lĩnh vực dược phẩm hiện nay, tiêu chuẩn thực hành tốt sản xuất thuốc theo PIC/S (PIC/S-GMP) và Châu Âu (EU-GMP) là một trong các chuẩn mực chất lượng cao nhất - PIC/S-GMP.

PIC viết tắt từ Pharmaceutical Inspection Convention - Công ước thanh tra dược phẩm.

PIC/S viết tắt từ Pharmaceutical Inspection Co-operation Scheme - Hệ thống hợp tác thanh tra dược phẩm.

PIC/S hiện nay được dùng làm logo của cả hai hệ thống này và hoạt động song song từ 1995.

Hiện có 41 nước thành viên của PIC/S, trong đó:

Châu Úc 02 nước: 1-Australia, 2-New Zealand

Châu Phi 01 nước: Nam Phi

Châu Mỹ 03 nước: 1-Hoa Kỳ, 2-Canada, 3-Argentina

Châu Á 04 nước: 1-Đài Loan, 2-Malaysia, 3-Indonesia, 4-Singapore.



Châu Âu 31 nước: 1-Austria, 2-Belgium, 3-Cyprus, 4-Czech Republic, 5-Denmark, 6-Estonia, 7-Finland, 8-France, 9-Germany, 10-Greece, 11-Hungary, 12-Iceland, 13-Ireland, 14-Israel, 15-Italy, 16-Latvia, 17-Liechtenstein, 18-Lithuania, 19-Malta, 20-Netherlands, 21-Norway, 22-Poland, 23-Portugal, 24-Romania, 25-Slovak Republic, 26-Slovenija, 27-Spain, 28-Sweden, 29-Switzerland, 30-Ukraine, 31-United Kingdom.

Việc áp dụng tiêu chuẩn này vào sản xuất dược phẩm sẽ rất có ích vì chất lượng dược phẩm được đảm bảo nhất quán, chất lượng sản phẩm được nâng cao. uy tín nhà

sản xuất được nâng lên tầm cao mới. Với mục tiêu trở thành biểu tượng niềm tin và sự lựa chọn hàng đầu Việt Nam về thuốc và sản phẩm chăm sóc sức khỏe phục vụ cuộc sống con người, ban lãnh đạo Dược Hà Tây nhận định xây dựng nhà máy sản xuất thuốc đạt chuẩn PIC/S-GMP là chiến lược đầu tư của công ty trong năm 2016

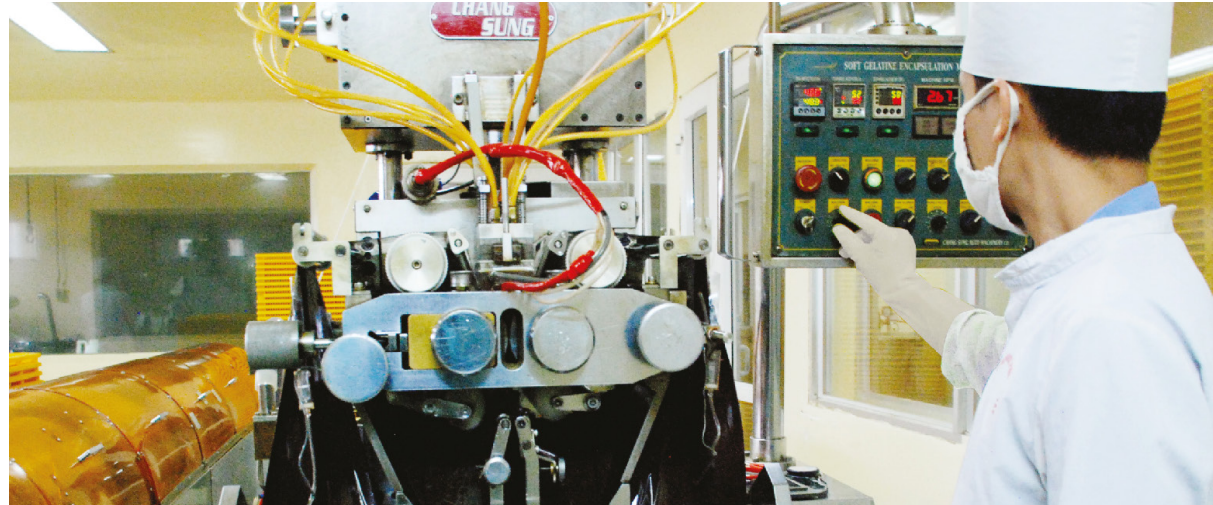
Tuy nhiên, Công ty xác định để có những dây chuyền như vậy đòi hỏi nhiều công sức và sẽ gặp nhiều thách thức như: Cải tiến nhà xưởng - đầu tư trang thiết bị và dây chuyền sản xuất, hệ thống hồ sơ, hệ thống quản lý chất lượng, công tác huấn luyện đào tạo... Năm 2015 Ban lãnh đạo công ty đã cử nhiều cán bộ phụ trách sản xuất, phụ trách chất lượng tham gia nhiều hội thảo về GMP-PIC/S do các đơn vị uy tín tổ chức như Cục quản lý dược - Bộ Y tế, công ty CM Plus Vietnam Co.,Ltd, Công ty ISPE Japan Affiliate, Hiệp hội doanh nghiệp dược Việt Nam.

Để cụ thể hóa cho lộ trình này, cuối năm 2015, Ban lãnh đạo công ty đã và đang hợp tác với nhiều chuyên gia am hiểu GMP-PIC/S trong nước và các chuyên gia đến từ Nhật Bản tư vấn cho công ty xây dựng nhà xưởng, đầu tư thiết bị. Phòng

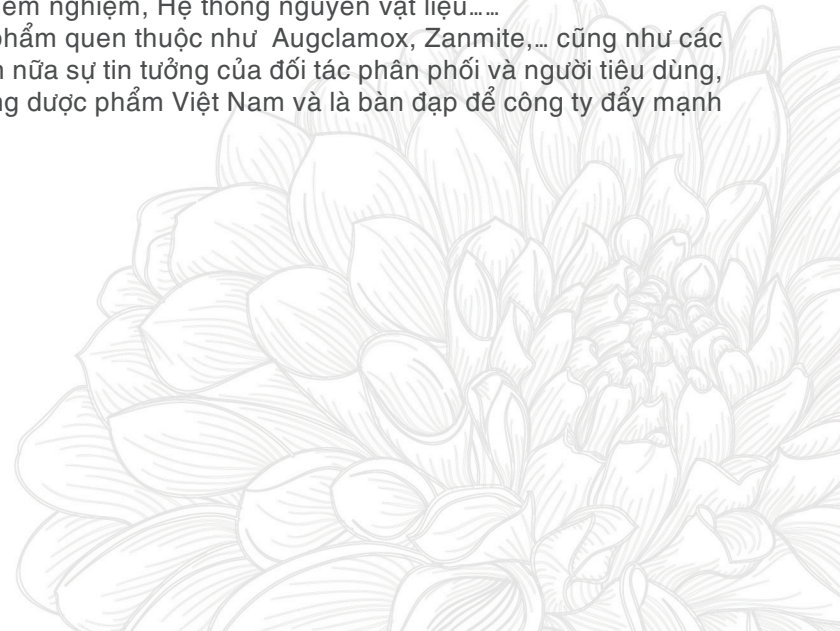
Đảm bảo chất lượng thành lập nhóm gồm các dược sỹ có kinh nghiệm đã được học hỏi qua nhiều đợt hội thảo, tập huấn nghiên cứu, đánh giá nguyên tắc GMP-PIC/S, đối chiếu với GMP-WHO để so sánh điểm giống nhau, khác nhau trong từng nội dung cụ thể và đối chiếu với thực tại trong hệ thống văn bản quy định của nhà máy sản xuất. Cụ thể:

- Hồ sơ PIC/S tương đồng gần 80% với WHO
- Tài liệu theo PICS hướng dẫn nhiều hơn
- Công nghệ theo PIC/S yêu cầu tân tiến hơn GMP-WHO ...

Do vậy, Công ty xác định nội dung để thực hiện trong năm 2016:



1. Đào tạo lại cho cán bộ công nhân viên trong khu vực sản xuất về nguyên tắc cơ bản GMP-PICS, các điểm khác nhau giữa GMP-PICS và GMP-WHO
 2. Đào tạo cho cán bộ phòng Đảm bảo chất lượng hiểu sâu và kỹ về nội dung thanh tra của GMP-PIC/S từ đó đưa ra tiêu chí cụ thể cho các lĩnh vực: Sản xuất, Hệ thống trang thiết bị nhà xưởng, Quản lý phòng kiểm nghiệm, Hệ thống nguyên vật liệu.....
- Việc áp dụng tiêu chuẩn PIC/S-GMP của DƯỢC HÀ TÂY sẽ khiến các sản phẩm quen thuộc như Augclamox, Zanmite,... cũng như các sản phẩm khác trong danh mục sản phẩm chiến lược... nhận được nhiều hơn nữa sự tin tưởng của đối tác phân phối và người tiêu dùng, thúc đẩy gia tăng tính cạnh tranh của thương hiệu Dược Hà Tây trên thị trường dược phẩm Việt Nam và là bàn đạp để công ty đẩy mạnh xuất khẩu, nhất là khu vực Đông Nam Á.



THÀNH LẬP PHÒNG KINH DOANH BƯỚC NGOẶT CHIẾN LƯỢC THỜI KỲ HỘI NHẬP

Phó Tổng giám đốc Lê Anh Trung

Để đáp ứng yêu cầu công việc và theo định hướng phát triển của Công ty, vào ngày 31 tháng 3 năm 2015, Ban lãnh đạo công ty cổ phần dược Hà Tây quyết định thành lập phòng kinh doanh theo QĐ 109/QĐ-DHT.

Phòng Kinh doanh tiên thân là phòng phát triển thị trường (thành lập năm 2012), sáp nhập vào phòng Kế hoạch năm 2014 và chính thức là Phòng ban chịu trách nhiệm chính về hoạt động kinh doanh của công ty vào ngày 1/4/2015, bao gồm các nhiệm vụ: lập kế hoạch kinh doanh và triển khai thực hiện, quản lý chi phí cho hoạt động kinh doanh, quản lý doanh thu, công nợ khách hàng, lập kế hoạch triển khai các hoạt động Marketing và chăm sóc khách hàng...

Phòng kinh doanh có địa bàn hoạt động rộng nhất công ty với hơn 70 thành viên trải đều trên khắp 34 tỉnh thành phía bắc và tại Nghệ An, giúp các sản phẩm do công ty sản xuất có độ phủ rộng hơn ngoài địa bàn truyền thống Hà Nội trước đây. Địa bàn hoạt động trải rộng hơn còn có ý nghĩa thúc đẩy doanh số của hoạt động

kinh doanh và triển khai các dịch vụ chăm sóc của công ty đến tận tay khách hàng. Đây cũng là phòng ban có tuổi đời trẻ nhất công ty. Phòng năng động với đa số các thành viên thế hệ 8X - 9X. Tuổi đời trẻ giúp các thành viên cống hiến trí tuệ với nhiệt huyết đang trào dâng. Họ sẵn sàng tiếp thu tìm hiểu điều mới cũng như đối đầu với khó khăn thách thức và không ngừng sáng tạo. Cán bộ chủ chốt của phòng là những anh chị gắn bó lâu năm với công ty, đã trải qua nhiều vị trí công tác. Một số thành viên là cán bộ chuyển đến từ công ty khác, cảm mến chính sách đãi ngộ và yêu thích công việc của phòng đã gắn bó hợp tác với công ty. Với những kinh nghiệm và nhiệt huyết của mình, họ sẵn sàng đồng hành cùng phòng kinh doanh hoàn thành chỉ tiêu khoán về doanh thu, đảm bảo hoàn thành các mục tiêu của công ty về marketing và doanh số.

Lực lượng bán hàng của công ty được phát triển mạnh hơn cả về số lượng và chất lượng, thể hiện đường lối đổi mới về chiến lược kinh doanh. Trước đây, công ty chủ yếu tập trung vào sản xuất, gia công hàng hóa và bán buôn. Đến nay, công ty đã chú trọng đến đẩy mạnh hàng hóa vào kênh

nhà thuốc, mở rộng địa bàn hoạt động ngoài thị trường truyền thống Hà Nội trước kia. Khi chưa thành lập phòng kinh doanh, số lượng trình dược viên của công ty chưa đến 20 người hoạt động ở một số tỉnh thành miền bắc. Tới nay, con số này đã lên đến gần 60 người trải đều hoạt động hầu khắp các tỉnh thành phía Bắc tổ quốc và một số tỉnh miền Trung. Đội ngũ Trình dược viên là biểu tượng là hình ảnh đại diện của công ty, làm nhiệm vụ tiếp xúc trực tiếp với khách hàng nên họ cũng được đào tạo bài bản kiến thức sản phẩm và kỹ năng bán hàng trước khi đi địa bàn.

Danh mục sản phẩm đưa vào kinh doanh cũng phong phú hơn về chủng loại, đa dạng hơn về mẫu mã. Với dòng sản phẩm bổ gan, trước đây chủ yếu là dạng Nang mềm dành cho người viêm gan, suy giảm chức năng gan... thì hiện nay đội ngũ phát triển sản phẩm của phòng đã khảo sát và cùng bộ phận nghiên cứu mở rộng thêm dạng bào chế và đối tượng sử dụng. Bên cạnh ống uống bổ gan Oraliver Extra dành cho người hay uống nhiều bia rượu, Ống uống Oraliver Kids dành cho các bé nóng trong, táo bón, rôm sảy.... Không chỉ giới hạn kinh doanh ở các thuốc bổ sung vitamin, phòng kinh



doanh còn phát triển thêm các sản phẩm kháng sinh thế hệ mới, các sản phẩm giúp ngủ ngon, an toàn, không gây lệ thuộc thuốc như Dưỡng tâm đan, các sản phẩm tăng cường chức năng sinh lý như Cordyceps... Năm 2012, nhóm hàng chiến lược của công ty chỉ có hơn 10 sản phẩm thì đến nay đã có gần 60 mặt hàng. Danh mục sản phẩm phong phú góp phần hoàn thiện danh mục thuốc cần thiết cho đội ngũ bán hàng và đẩy

mạnh hàng hóa của công ty vào kênh nhà thuốc.

Về Marketing, phòng kinh doanh phát triển nhiều hoạt động hỗ trợ cho đội ngũ bán hàng. Bên cạnh các hoạt động công ty đã thực hiện như hội nghị khách hàng giới thiệu sản phẩm, hội chợ, triển lãm, treo poster, quà tặng khuyến mại kèm hàng hóa, vật phẩm trưng bày đặt trên quầy ... còn có các hoạt động truyền thông

online, bài PR sản phẩm trên báo viết và báo mạng, quảng cáo google, quảng cáo facebook, quà tặng sinh nhật khách hàng, khảo sát nhu cầu khách hàng... Sự mở rộng về số lượng và chất lượng của các hoạt động Marketing không chỉ là sự nhạy bén mà còn là hướng đi chiến lược của công ty, phù hợp với nhu cầu và dịch chuyển tất yếu của hoạt động kinh tế thời kỳ đổi mới.

Như một điều tất yếu của thành quả hoạt động đúng hướng, doanh số nhóm hàng mới (nhóm A, D) đã tăng lên 60 tỷ trong năm 2015 (gấp 6 lần thời điểm mới kinh doanh nhóm hàng này năm 2012 và gấp hơn 1,5 lần năm 2013). Mặc dù doanh số nhóm hàng công ty tự kinh doanh còn khiêm tốn so với tổng doanh số chung của công ty, nhưng sự tăng trưởng hàng năm, đặc biệt là sự bứt phá của năm 2015 chứng tỏ tính đúng đắn của quyết định thành lập phòng kinh doanh và góp phần làm nên sự tăng trưởng doanh thu hàng năm của công ty. Trong xu thế hội nhập ngày nay, đặc biệt khi hiệp định TPP (Hiệp định Đối tác Kinh tế Chiến lược xuyên Thái Bình Dương) có hiệu lực thì quyết định thành lập phòng Kinh doanh tách khỏi phòng Kế hoạch của Dược Hà Tây chính là bước ngoặt thể hiện tầm nhìn chiến lược của ban lãnh đạo công ty, giúp chuyên môn hóa đội ngũ và phù hợp với nhu cầu hội nhập và phát triển của công ty trong thời gian hiện nay.



Nếu ai có dịp ghé thăm, tham dự Đại hội công nhân viên chức của Dược Hà Tây và đặt một câu hỏi “Có bao nhiêu người đã gắn bó với Dược Hà Tây trên 10 năm”, câu trả lời chắc chắn sẽ là “một rừng cánh tay”.

Ra đời từ những năm đất nước còn chiến tranh ác liệt, truyền thống đoàn kết dũng cảm đối đầu với những khó khăn thử thách đã bắt đầu hình thành từ rất sớm tại Dược Hà Tây. Trong thời kỳ bao cấp, gần trăm cán bộ nhân viên của Công ty thường xuyên hoàn thành vượt mức các chỉ tiêu kế hoạch Nhà nước giao, sản xuất và phân phối đầy đủ, kịp thời thuốc men phục vụ công tác chăm sóc sức khỏe cho

NHÂN SỰ - NỀN TẢNG ĐỂ DƯỢC HÀ TÂY GIỮ VỮNG VỊ TRÍ VÀ BỨT PHÁ

Nguyễn Minh Đức
Trưởng phòng Tổ chức hành chính

cán bộ, nhân dân địa phương và chi viện cho tiền tuyến.

Vào những năm cuối của thập niên 80, Dược Hà Tây đứng trước nhiều thách thức khi doanh nghiệp gần như không có máy móc thiết bị, vốn eo hẹp, cuộc sống của người lao động vô cùng thiếu thốn khi thiếu việc làm. Song dưới sự chèo lái của ban lãnh đạo Công ty, việc bố trí đúng người, đúng việc đã phát huy tác dụng, nhiều cán bộ giỏi đã ở lại và nhiều người mới đã đến với Dược Hà Tây. Vượt trên mối quan hệ đồng nghiệp, Dược Hà Tây đã trở thành mái nhà của nhiều thế hệ người lao động. Nơi đây, không có khoảng cách giữa người lãnh đạo và cán bộ công nhân viên, chúng tôi gắn kết với nhau như các thành viên trong một đại gia đình, đoàn kết đồng thuận chính là sức mạnh lớn nhất của Dược Hà Tây. Mọi hoạt động của Công ty đều thực hiện công khai dân chủ, cán bộ nhân viên được biết, thảo luận và tham gia vào các chương trình hành động của Công ty. Nên mọi người đều phấn khởi thực hiện tốt các nhiệm vụ được giao. Nội bộ ổn định đoàn kết nhất trí vì việc chung. Công ty đã

đứng vững, ổn định và phát triển trong cơ chế thị trường.

“Chất lượng thuốc phải là hàng đầu vì vậy chất lượng nguồn nhân lực cũng được Dược Hà Tây quan tâm hàng đầu”, Chủ tịch HĐQT Công ty, dược sỹ Lê Văn Lớ cho biết. Dược Hà Tây là doanh nghiệp đầu tiên ở miền Bắc có phụ cấp cho dược sỹ tốt nghiệp đại học, họ cũng là đối tượng được đóng bảo hiểm luôn không phải chờ qua thời gian thử việc. Dược sỹ còn được ưu tiên về nhà ở so với các nhóm cán bộ khác trong Công ty, Sau 2002, quỹ đất không còn nên công ty xây nhà tập thể cho CBCNV. DSHĐ được thuê nhà với giá ưu đãi thấp hơn các đối tượng khác. Lương thưởng đều hưởng chính sách cạnh tranh. Đặc biệt, công tác đào tạo được ban lãnh đạo Dược Hà Tây rất quan tâm. Các cán bộ công nhân viên trẻ được đào tạo thêm nghiệp vụ khi mới vào nghề, được nâng cao chuyên môn nghiệp vụ thông qua các khóa đào tạo định kỳ và ngắn hạn, Đặc biệt là chủ trương chính sách đào tạo lớp cán bộ kế cận cũng được lãnh đạo công ty quan tâm và coi đây là chủ trương chính



sách của công ty, tạo điều kiện cả về công việc và thu nhập khi đi học.

Với sự xuất hiện của nhiều công ty dược mới, cũng như các hãng dược tên tuổi nước ngoài, thị trường nhân sự ngành dược, đang cạnh tranh khốc liệt, tình trạng chảy máu chất xám diễn ra phổ biến với các doanh nghiệp trong nước. Song ở Dược Hà Tây, tình trạng này không phổ biến dù nhân sự đã qua lò đào tạo Dược Hà Tây luôn trong nhóm được “câu kéo” nhiều nhất trên thị trường.

Tuy vậy, đa đa số các dược sỹ đại học tại Dược Hà Tây vẫn lựa chọn Dược Hà Tây là bến đỗ phát triển nghề nghiệp của mình không chỉ nhờ chính sách ưu đãi của công ty mà còn bằng văn hóa doanh nghiệp. CBCNV trong công ty không chỉ cư xử với nhau bằng tình đồng nghiệp mà còn tương thân tương ái như anh em trong gia

đình. Những buổi teambuilding, ngày hội 27/2, những buổi gala của kỳ nghỉ hè, văn nghệ ngày 8/3, giải bóng đá ... đã xóa tan khoảng cách giữa các bộ phận, tạo động lực gắn kết của các thành viên công ty.

Việc định ra các chủ trương, chính sách về đãi ngộ nhân lực để hạn chế việc chuyển dịch chất xám ra bên ngoài cũng như phân bổ nguồn lực một cách hợp lý, theo dược sỹ Lê Văn Lớ, luôn được Ban lãnh đạo doanh nghiệp coi trọng. Song quan trọng hơn là tạo ra sự tự giác ở bản thân mỗi người. Tại đây, mỗi người lao động đều chung một ý chí đó là tự thân vận động vươn lên không ngừng bằng chính sức lao động của mình, lao động sáng tạo đổi mới và thích nghi với cơ chế mới, để tồn tại và phát triển trong kinh tế thị trường. Trong Công ty luôn đẩy lên một phong trào thi đua trong lao động sản xuất và kinh doanh giữa bộ phận trực tiếp và gián tiếp sản xuất.

Tính đến cuối năm 2015, Dược Hà Tây có 1.100 lao động, gấp gần 10 lần so với trước, trong đó lao động có trình độ đại học, trên đại học là 159 người. Lương thưởng phải đảm bảo mức cạnh tranh, nhưng môi trường làm việc, văn hóa doanh nghiệp, tình người tại Dược Hà Tây chính là yếu tố giữ và thu hút người của doanh nghiệp.

“Dược Hà Tây giờ đây là một thương hiệu lớn của ngành dược Việt Nam. Song chúng ta không bao giờ chủ quan thỏa mãn. Phía trước còn rất nhiều việc cần và phải làm đòi hỏi đội ngũ cán bộ nhân viên người lao động của Dược Hà Tây phải cố gắng hơn nữa. Nhân sự ổn định đoàn kết nhất trí vì việc chung, tạo điều kiện cho cái mới được áp dụng, sự nhiệt tình sáng tạo dược thăng hoa. Trên nền tảng đó Dược Hà Tây nhất định sẽ giữ vững vị thế và tiếp tục phát triển bền vững”, Chủ tịch Hội đồng quản trị Công ty tin tưởng.

Chị Phạm Thị Dung (Nhân viên phòng Kiểm nghiệm - 2 năm công tác)

Công việc là vậy nhưng có lẽ chính bởi sự tận tâm của những người lãnh đạo, sự thân thiện, tinh thần tương thân tương ái của anh chị em đồng nghiệp nơi đây đã dần làm tôi ngày càng gắn bó với nơi đây hơn. Từ xa lạ, qua quá trình làm việc cùng nhau mọi người dần trở nên thân thiết hơn, như những người bạn, người chị em, anh em đối với tôi. Cùng nhau chia sẻ những vất vả, khó khăn trong công việc, cùng ngồi ăn chung một mâm cơm, không biết nơi này dần thân quen với tôi từ bao giờ nữa. Đến công ty mọi người không phải chỉ biết mỗi làm việc để được trả lương, mà nơi đây thực sự đã như ngôi nhà thứ hai của mọi người, là cầu nối tình cảm để mọi người xích lại gần nhau hơn. Những chuyến đi dã ngoại, nghỉ mát, hay sinh hoạt văn nghệ, thể thao trong những dịp đặc biệt thực sự đã giúp các anh chị em thêm gắn bó và yêu mến công ty hơn. Những dịp như vậy, tôi đã có thật nhiều kỉ niệm hơn với mọi người nơi đây và ban lãnh đạo và nhân viên cũng có dịp để gần gũi nhau hơn như thể được Hà Tây là một gia đình thứ hai của mọi người vậy.

Anh Đỗ Văn Dẫn (Tổ trưởng tổ ép vỉ - Phân xưởng thuốc viên - 30 năm công tác)

“Bước chân vào công ty từ những năm 80, tôi đã chứng kiến rất nhiều sự đổi thay: tăng trưởng có, khó khăn cũng nhiều. Tuy nhiên, cá nhân tôi vẫn tin tưởng vào sự lãnh đạo và dẫn dắt của Ban lãnh đạo công ty, đặc biệt là tổng giám đốc Lê Văn Lớ vì ông đã từng có những quyết định mang tính chất đột phá và đã thành công trong những thời điểm khó khăn nhất của cả đất nước như: những đầu tư về máy móc nhà xưởng, chế độ đãi ngộ với các Dược sĩ đại học ... Đặc biệt là chế độ đãi ngộ các Dược sĩ đại học mới về công ty, qua đó anh em cũng đã hiểu được cái tâm và trí của người lãnh đạo: Công ty rất cần cả người lao động có kỹ năng giỏi và đội ngũ kỹ thuật có chất xám cao như các Dược sĩ đại học để đảm bảo cho những sản phẩm xuất xưởng hội tụ đủ các yếu tố: chất lượng tốt, hình thức đẹp, năng suất cao. Cùng với chiến lược phát triển sản xuất kinh doanh, công ty còn quan tâm đến đời sống của CBCNV: tổ chức thăm hỏi, động viên các gia đình khi đau ốm cũng như có việc hiếu hỉ. Hàng năm, công ty còn tổ chức cho anh em đi nghỉ mát, kết hợp giao lưu tăng tình đoàn kết gắn bó với nhau và thêm tin tưởng vào sự phát triển của công ty. Đến nay, anh em rất yên tâm và đồng thuận theo sự lãnh đạo của Ban giám đốc, vì mỗi quyết định của Ban lãnh đạo đều hướng đến sự tồn tại và phát triển chung của toàn công ty, vì cuộc sống của người lao động”.

Chị Trần Thị Huyền (Nhân viên phòng Kinh doanh - 7 năm công tác)

“ Chúng tôi luôn được công ty tạo điều kiện cho đào tạo để có đủ năng lực chuyên môn thực hiện tốt công việc của mình, cụ thể như: Khi mới tuyển dụng: chúng tôi được phổ biến nội quy, chính sách của công ty và hướng dẫn công việc được giao phó. Trong quá trình làm việc chúng tôi luôn nhận được sự hướng dẫn, và trao đổi chuyên môn nhiệt tình từ những anh chị nhiều kinh nghiệm cùng làm việc trực tiếp.

Công ty thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo nội bộ như: đào tạo nội quy, quy chế, các kỹ năng đảm bảo an toàn nơi làm việc, quy trình sản xuất sản phẩm mới, kỹ năng bán hàng cho cán bộ nhân viên của công ty. Huấn luyện là những chuyên gia có trình độ chuyên môn cao có uy tín được mời về giảng dạy cho các cán bộ nhân viên.

Công ty cũng khuyến khích và hỗ trợ tài chính cho chúng tôi đi tham dự các khóa học bên ngoài về: kỹ năng quản lý, kỹ năng marketing, kỹ năng giao tiếp với khách hàng... Những khóa học đó mang đến cho chúng tôi những thông tin mới, để có những điều chỉnh, thay đổi chính sách phù hợp với sự thay đổi của thị trường, giúp nâng cao khả năng cạnh tranh với các công ty trong nước và vươn đến hội nhập quốc tế.”

CÁC PHÒNG BAN

