

TH

True Happiness - Hạnh phúc đích thực

Tôi được sinh ra trên mảnh đất đầy niềm kiêu hãnh: quê hương Chủ tịch Hồ Chí Minh, trong một gia đình thuần Việt. Cha tôi cũng là một nhà giáo, khi đất nước chiến tranh theo tiếng gọi của tổ quốc đã lên đường ra tiền tuyến, bảo vệ quê hương. Mẹ con tôi đùm bọc cấy cấy ruộng vườn, rồi chúng tôi đã vượt qua những ngày tháng cam go nhất đó. Có lẽ chính những hoàn cảnh ấy đã hun đúc lên một phẩm hạnh đầy đủ, lãnh hội một sứ mệnh mà mãi đến bây giờ tôi thấy cuộc đời mình thật may mắn, tuổi thơ đẹp đẽ trên những cánh đồng thẳng cánh cò bay và sự thiếu thốn trong chiến tranh, rồi sự lam lũ của bà con cô bác hàng ngày "**bán mặt cho đất, bán lưng cho trời**" mà không đủ ngày 3 bữa cơm, nhưng tôi thật may mắn chưa một lần tôi thấy mình khổ mà đó là chuỗi ngày nuôi dưỡng ước mơ trở thành một khát vọng như một ngọn lửa hừng hực trong tâm hồn tôi, chỉ có tôi một mình tôi luôn hạnh phúc vì điều đó.

Rồi ngày tháng cứ vô tình cho tôi nhiều cảm nhận xung quanh mình, xã hội, thế giới đã ảnh hưởng và chấp cánh cho tôi để biến ước mơ thành hiện thực nung nấu: Làm thế nào "**để người dân quê tôi có quyền tự hào về mảnh đất của họ**". Vấn nạn an toàn thực phẩm, sự vô cảm và lòng tham của con người đã dần xen lẫn trong đời sống thường nhật, đỉnh điểm để tôi có một quyết định đầy táo bạo, đầy dũng cảm là sự cố sữa nhiễm melamine của Trung Quốc năm 2008, nguy cơ có thể làm cho hàng triệu triệu trẻ em phải chảy máu thận. Vào cái đêm định mệnh đầy nhân duyên đó, sau khi xem truyền hình đưa tin có kèm hình ảnh, tôi đã đau thắt trái tim mình; sáng hôm sau tôi đã khẩn cấp cuộc họp Hội đồng Quản trị và ra quyết định: làm sữa ngay trên đồng đất quê hương mình.



TH true MILK - sữa tươi sạch ra đời vậy đó. Tôi chưa có kiến thức nào về sữa nhưng với sự định vị sản phẩm và trong hoàn cảnh lúc đó Việt Nam 92% nhập khẩu sữa bột, chủ yếu từ Trung Quốc về pha lại, mặc dầu cơ quan chức năng công bố, đất nước chúng tôi sữa không bị nhiễm Melamine nhưng với trực quan của một người mẹ, tôi đã thốt lên: “Không thể chậm trễ hơn nữa” và hệ thống trang trại của Dự án có quy mô lên tới 1,2 tỷ USD nơi miền quê xứ Nghệ ra đời. 7 tháng sau đàn bò đã cho dòng sữa tươi sạch đầu tiên. Và 14 tháng kể từ ngày khởi công xây dựng, ngày 26/12/2010 - sản phẩm sữa TH true MILK đến với người tiêu dùng. Với tôi, đây thực sự là điểm vàng trong kinh doanh. Tới giờ, chúng tôi đã hoàn thành đầu tư giai đoạn 1 500 triệu USD với 45.000 con bò sữa trên diện tích 8.100 ha đất.

Khi làm thương hiệu, tôi đã chia sẻ và tự tay mình viết lên: **“Hãy làm cho trẻ em ly sữa bằng cả trái tim và tấm lòng của người mẹ”**. Bằng một tư duy vượt trội, bằng sự kết hợp giữa khoa học công nghệ và khoa học quản trị để sản xuất ra ly sữa đạt chuẩn quốc tế ngay trên đồng đất quê hương Việt Nam. TH true MILK ra đời bước vào thị trường đầy khốc liệt gần 500 nhãn mác tham gia nhập nhèm về thông tin thật - giả lẫn lộn, trong bối cảnh đó tôi đã chọn cho mình một con đường: **đại dương xanh trong lòng biển đỏ**. Chúng tôi định vị TH là True Happiness - “hạnh phúc đích thực”. Bằng truyền thông lành mạnh đưa hình ảnh thương hiệu chân thực giữa bầu trời xanh, TH kiêu hãnh, chân chính và nghiêm túc đã làm lên một kỳ tích dầy sóng toàn đất Việt. Sự cạnh tranh không lành mạnh của các thương hiệu tham gia thị trường giữa lúc đó đã đẩy thương hiệu TH đến với người tiêu dùng ngoài sự mong đợi.

Bước vào năm 2011, thế giới đối mặt với cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu và Việt Nam cũng không ngoại lệ. Dù khó khăn và sụp đổ của không ít doanh nghiệp, đất nước tôi bước vào thời kỳ tái cấu trúc nền kinh tế và đây là thời điểm thuận lợi cho TH hơn lúc nào hết. Khi khó khăn người ta mới thấy nông nghiệp là cứu cánh.



Đứng trên nền tảng 5 giá trị cốt lõi vững vàng: “**Vì sức khỏe cộng đồng**”, “**Hoàn toàn từ thiên nhiên**”, “**Tươi - Ngon - Bổ dưỡng**”, “**Thân thiện với môi trường**”, “**Tư duy vượt trội và hài hòa lợi ích**”, TH đã ghi dấu ấn về một Dự án nông nghiệp đầy tính nhân văn và được người tiêu dùng yêu quý, đón nhận, trở thành thương hiệu tự hào quốc gia.

Chiến lược sản phẩm và định vị TH đã làm nên kỳ tích cho một thương hiệu non trẻ: chưa đầy 5 năm đã xác lập kỷ lục Trang trại ứng dụng công nghệ cao lớn nhất Châu Á, chiếm trên 40% thị phần sữa tươi của Việt Nam; góp phần làm lành mạnh thị trường sữa bằng cách đấu tranh và kiến nghị các cơ quan chức năng phải minh bạch ngay các tiêu chí về sản phẩm sữa trên bao bì nhãn mác và trên hết là xây dựng được tiêu chuẩn dòng sữa học đường. Rồi đến các sản phẩm khác như rau FVF, TH Herbals ra đời, đạt chứng nhận tiêu chuẩn Organic Châu Âu và Mỹ. Riêng sản phẩm TH Herbals của chúng tôi đã giành được giải thưởng sản phẩm tốt nhất do Tạp chí Beverages Industry của Mỹ bình chọn. Các sản phẩm sữa TH true MILK đã tham gia nhiều hội chợ, triển lãm quốc tế và giành nhiều giải vàng, bạc như: giải thưởng Thực phẩm Tốt nhất ASEAN; giải thưởng thực phẩm tốt nhất tại Triển lãm Thực phẩm Thế giới 2015 tổ chức tại Liên bang Nga; giải thưởng tại Hội chợ Quốc tế chuyên ngành thực phẩm Gulfood tại Dubai 2016, cùng nhiều giải thưởng khác.

Chúng tôi đã làm được điều mình mơ ước ngoài sức tưởng tượng. Tháng 11/2011, Tổng thống Shimon Peres có dịp đến thăm VN và đã có buổi tọa đàm hơn 56 phút đầy nhiệt huyết với Tập đoàn TH. Ông đã nói: “**Khi bắt tay bà, tôi đã cảm nhận ngay nguồn năng lượng mạnh mẽ đầy nhiệt huyết tỏa ra từ Bà. Bà đã làm nên cuộc cách mạng sữa tại Việt Nam**”. Tạp chí tài chính của Mỹ (Forbes) đã bình chọn tôi vào Top 50 nữ doanh nhân quyền lực Châu Á nhiều năm liên tiếp vì đã làm thay đổi bản chất ngành sữa tại Việt Nam. Tôi cũng được Hiệp hội doanh nhân nữ Los Angeles, Mỹ trao tặng giải thưởng Đại sứ thương mại toàn cầu.



Và rồi tôi đang từng bước hoàn thành khát vọng của mình là đưa dòng sữa TH ra thế giới. Khi Liên bang Nga bị cấm vận, TH đã bước chân vào thị trường sữa này với quy mô Dự án đủ lớn, lên tới 2,7 tỷ USD, đầu tư trong 10 năm. Chúng tôi sẽ đón đàn bò đầu tiên về trang trại TH ở Liên bang Nga vào tháng 10/2017 này.

Tất cả rồi sẽ thành hiện thực, những sản phẩm từ nông nghiệp an toàn, sạch, hữu cơ, những dịch vụ chăm sóc sức khỏe tốt nhất, những ngôi trường đẹp như trong mơ và câu chuyện hay cho con trẻ lần lượt ra đời. Chúng tôi sẽ đưa nông nghiệp Việt Nam ra thế giới với những chuẩn mực khắt khe nhất đến hoàn toàn từ thiên nhiên. Để một thương hiệu sống mãi cùng thời gian, khi đã định vị phải kiên trì và theo đuổi trong bất kỳ hoàn cảnh nào và **tính nhân văn là ánh sáng dẫn đường, tỏa sáng cho thương hiệu.**

Và tôi muốn gửi đến các đồng nghiệp, các bạn, quý vị khách quý một thông điệp thay cho lời giới thiệu: **"Tôi là Thái Hương, tôi sinh ra từ Đất - Nước và Gió. Tôi hiền như Đất nhưng cũng mạnh mẽ như Nước và Gió. Chúng ta hãy trân quý Bà mẹ thiên nhiên, Người sẽ cho mình tất cả".**

Madame Thái Hương
Chủ tịch Tập đoàn TH