CÔNG THƯƠNG

TẠP CHÍ CÔNG THƯƠNG - CƠ QUAN THÔNG TIN LÝ LUẬN CỦA BỘ CÔNG THƯƠNG
INDUSTRY AND TRADE MAGAZINE
ISSN: 0866-7756



HÀNG VIỆT

CÂU CHUYỆN SỨC NƯỚC NGÀN NĂM

Số 11 - Tháng 10/2024 ● Website: tapchicongthuong.vn


dầu nhờn Petrolimex
Công nghệ OptiTech
Tăng hiệu suất động cơ mạnh mẽ
Bảo vệ động cơ tối ưu
Kéo dài thời gian thay dầu
ECOSYN
OptiTech
4l
SN/CF; ACEA C3
5W-30
XĂNG
DIESEL
POWERSYN
OptiTech
5l
SN/CF; ACEA C3
0W-30
XĂNG
DIESEL
SẢN XUẤT TẠI VIỆT NAM BỞI TỔNG CÔNG TY HÓA DẦU PETROLIMEX
Tầng 18&19, số 229 Tây Sơn, Q. Đống Đa, TP. Hà Nội, Việt Nam
T: (84-24) 3851 3205 - F: (84-24) 3851 3207
www.plc.petrolimex.com.vn
PETROLIMEX
PLXLUBES



VNSTEEL
PHU MY FLAT STEEL

CÔNG TY TNHH MTV THÉP TẤM LÁ PHÚ MỸ - VNSTEEL

Phu My 1 Industrial Park, Phu My Ward, Phu My Town,
Ba Ria – Vung Tau Province.

(+84254) 3921457 - Sales Office: (+84254) 392 2125

(+84254) 3921458

Vietnam Value

LỄ CÔNG BỐ
SẢN PHẨM ĐẠT THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA VIỆT NAM NĂM 2024

Vươn mình TIẾN VÀO KỶ NGUYÊN Xanh

CƠ QUAN CHỦ TRÌ:
BỘ CÔNG THƯƠNG

CƠ QUAN THỰC HIỆN:
CỤC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI

THỜI GIAN:
19H00 NGÀY 04 THÁNG 11 NĂM 2024

ĐỊA ĐIỂM:
TRUNG TÂM HỘI NGHỊ QUỐC GIA

Truyền hình trực tiếp trên: VTV



TÀI TRỢ KIM CƯƠNG

VINGROUP VNSTEEL THÉP MIỀN NAM ACIT TH

TÀI TRỢ VÀNG

Sanest Sawaco ACV HDBank

TÀI TRỢ BẠC

DUYTAN NUTRICARE TAIKYfeed VAS Group

TÀI TRỢ ĐỒNG

AN CƯỜNG ATAD BRG CADIVI DOJI EDH VTL MIDA mobifone SANCO ACCONEX CANIFA

Trúc Bạch

KIỆT TÁC BIA

DIỆN MẠO MỚI

XỨNG DANH THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA



NGƯỜI DƯỚI 18 TUỔI KHÔNG ĐƯỢC UỐNG RƯỢU, BIA



CUỘC VẬN ĐỘNG
"NGƯỜI VIỆT NAM ƯU TIÊN DÙNG HÀNG VIỆT NAM"
THÀNH TỰU CỦA Ý ĐẢNG LÒNG DÂN

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP
GS.TS. Trần Thọ Đạt
GS.TS. Trần Văn Địch
GS.TS. Nguyễn Bách Khoa
GS.TSKH. Đỗ Ngọc Khuê
GS.TSKH. Bành Tiến Long
GS.TSKH. Nguyễn Xuân Quỳnh
GS.TS. Đinh Văn Sơn
GS.TSKH. Trần Văn Sung
GS.TS. Lê Văn Tán
GS.TS. Phạm Minh Tuấn
GS.TSKH. Đào Trí Úc
GS.TSKH. Đăng Ứng Vận
GS.TS. Võ Khánh Vinh

TỔNG BIÊN TẬP
Nhà báo Đặng Thị Ngọc Thu
ĐT: 0968.939 668

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP
Nhà báo Ngô Thị Diệu Thúy
ĐT: 0903.223 096
Nhà báo Phạm Thị Lệ Nhung
ĐT: 0912.093 191

TÒA SOẠN
Tầng 8, số 655 Phạm Văn Đồng,
Bắc Từ Liêm, Hà Nội.
ĐT: 0243. 2088856 - 0936.131861
Email: tapchicongthuong.moit@gmail.com

VĂN PHÒNG
ĐẠI DIỆN PHÍA NAM
Số 12 Nguyễn Thị Minh Khai,
P. Đa Kao, Q. 1, TP. Hồ Chí Minh
ĐT: (028) 38213488

VĂN PHÒNG
ĐẠI DIỆN MIỀN TRUNG
Số 7 đường Cách mạng tháng Tám,
quận Hải Châu, thành phố Đà Nẵng
ĐT: 0983405777- 0914062428

Giấy phép hoạt động báo chí số:
196/GP-BTTTT
Cấp ngày 5/6/2023
Trình bày: Tại tòa soạn
In tại Công ty CP Phát triển In Việt Nam

Website: www.tapchicongthuong.vn
Giá: 20.000đ

MỤC LỤC

2

Tầm nhìn phát triển kinh tế của Chủ tịch Hồ Chí Minh: Tự chủ, tự cường để giữ vững quyền tự do độc lập

6

Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Tô Lâm: Khơi thông nguồn lực, tạo dựng những nền tảng mới cho sự phát triển đột phá

9

Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên: Điều cần làm trước mắt và lâu dài là chăm lo, bồi đắp nguồn lực trong nước

40

Bảo vệ thị trường trong nước nhìn từ câu chuyện mía đường

16

Những đại sứ hàng Việt

25

Vượt qua tình huống "con gà - quả trứng" hình thành nền công nghiệp tự chủ

28

Cuộc vận động cho chúng ta nhiều bài học kinh nghiệm về điều hành thị trường trong nước

36

Hệ thống Thương vụ cầu nối đưa hàng Việt ra thế giới









Bác Hồ thăm Khu Gang Thép Thái Nguyên (năm 1964) - Ảnh: TTXVN

TẦM NHÌN PHÁT TRIỂN KINH TẾ CỦA CHỦ TỊCH HỒ CHÍ MINH:

TỰ CHỦ, TỰ CƯỜNG ĐỂ GIỮ VỮNG QUYỀN TỰ DO ĐỘC LẬP

NGAY SAU NGÀY THÀNH LẬP NƯỚC VIỆT NAM DÂN CHỦ CỘNG HÒA, TRONG BỐI CẢNH MUÔN VÀN KHÓ KHĂN CỦA MỘT ĐẤT NƯỚC NGHÈO NÀN, LẠC HẬU DO HẬU QUẢ CỦA HƠN 80 NĂM NÔ LỆ, CHỦ TỊCH HỒ CHÍ MINH ĐÃ XÁC ĐỊNH PHẢI TỰ CHỦ, TỰ CƯỜNG VỀ KINH TẾ ĐỂ GIỮ VỮNG QUYỀN TỰ DO, ĐỘC LẬP.

● ĐẶNG THÁI

Những trụ cột cơ bản của một nền kinh tế tự chủ

Theo tư tưởng của Chủ tịch Hồ Chí Minh, một nền kinh tế tự chủ phải đáp ứng được các nhu cầu bên trong và đủ sức giao lưu với bên ngoài. Nếu sản xuất yếu kém, phụ thuộc vào nước ngoài thì trước sau cũng dẫn đến bị phụ thuộc về chính trị, không bảo vệ được quyền tự do, độc lập của đất nước.

Để hiểu thêm quan điểm của Chủ tịch Hồ Chí Minh, cần điểm lại thực trạng của nền kinh tế Việt Nam sau ngày 02/9/1945. Cùng lúc, chính quyền cách mạng Việt Nam non trẻ phải đối phó với "giặc đói", "giặc dốt", và "giặc ngoại xâm". Cụ thể, nông nghiệp lạc hậu, bị tàn phá nặng nề bởi chiến tranh, nạn đói, lũ lụt lớn, hạn hán kéo dài; một nửa số ruộng đất không canh tác được. Các ngành sản xuất đều bị sa sút, ngưng trệ, hàng hóa khan hiếm, thương mại đình đốn, tiêu điều. Kho bạc hoàn toàn trống rỗng. Lạm phát phi mã, giá gạo từ chỗ 4 - 5 đồng/tạ, đến giữa năm 1945 đã lên tới 700 - 800 đồng/tạ. GDP bình quân đầu người năm 1945 chỉ đạt 60 đồng, tương đương 35 USD. Hơn 90% dân số Việt Nam vẫn không biết đọc, biết viết; cuộc sống của đại bộ phận nhân dân ở mức cùng cực…

Chính vì vậy, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã kêu gọi "tăng gia sản xuất là cái thiết thực nhất của chúng ta để giữ vững quyền tự do, độc lập". Để tăng gia sản xuất, theo Người. có 4 điều cần coi trọng.

Một là, "Công - Tư đều lợi". Bác chủ trương xây dựng nền kinh tế nhiều thành phần để kết hợp công - tư, trong đó có kinh tế quốc doanh, hợp tác xã, tư bản nhà nước, tư bản tư nhân, cá thể, tiểu chủ… đều là những "lực lượng cần thiết" cho kiến thiết kinh tế nước nhà, nhưng phải phù hợp với sự lãnh đạo của kinh tế quốc gia.

Hai là, "Chủ - Thợ đều lợi". Đây chính là quan điểm xây dựng quan hệ lao động hài hòa mà chúng ta đang nỗ lực thực hiện.

Ba là, "Công - Nông giúp nhau" qua phát triển thương nghiệp làm sợi dây đoàn kết "Liên minh Công - Nông".

Bốn là, "Lưu thông Trong - Ngoài", tức là mở cửa, là hội nhập quốc tế.

Như vậy, tư duy phát triển kinh tế của Chủ tịch Hồ Chí Minh là vững mạnh công nghiệp, nông nghiệp và thương nghiệp để đảm bảo nhu cầu tiêu dùng cho nhân dân và nguyên liệu đầu vào cho các ngành sản xuất.

Và từ cơ sở tự chủ tiến tới hợp tác quốc tế "Trên nguyên tắc bình đẳng và hai bên cùng có lợi, Việt Nam sẵn sàng đặt quan hệ ngoại giao và thương mại với tất cả các nước".

Cần lưu ý, quan điểm về hội nhập kinh tế quốc tế của Người được thể hiện ở thời điểm cách đây gần 80 năm. Từ năm 1945, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã chủ trương trải thảm đỏ mời các nhà đầu tư Pháp vào Việt Nam: "Chúng ta hoan nghênh những người Pháp muốn đem tư bản vào xứ ta khai thác những nguồn nguyên liệu chưa có ai khai thác. Chúng ta sẽ mời những nhà chuyên môn Pháp cũng như Mỹ, Nga hay Tàu đến đây giúp việc cho chúng ta trong công cuộc kiến thiết quốc gia. Nhưng điều kiện chính là họ phải thừa nhận nền độc lập của xứ này".

Những quan điểm tương tự, cũng được Hồ Chủ tịch nêu rõ trong Lời kêu gọi gửi Liên hợp quốc giai đoạn 1945 - 1946. Trong văn kiện này, Bác viết: Việt Nam sẵn sàng thực thi chính



Bác Hồ thăm Xưởng May 10 (năm 1959) - Ảnh: TTXVN



Bác Hồ thăm Nhà máy Sứ Hải Dương (năm 1962) - Ảnh: TTXVN

sách mở cửa và hợp tác trong mọi lĩnh vực, dành thuận lợi cho đầu tư của các nhà tư bản, nhà kỹ thuật nước ngoài trong tất cả các lĩnh vực công nghệ. Việt Nam sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho sự buôn bán và quá cảnh quốc tế. Việt Nam sẽ tham gia mọi tổ chức hợp tác kinh tế quốc tế dưới sự lãnh đạo của Liên hợp quốc.

Vì vậy có thể nói rằng, công cuộc Đổi mới kinh tế ở Việt Nam, khởi đầu từ Đại hội Đảng lần thứ VI (năm 1986) chính là sự trở lại với tư tưởng Hồ Chí Minh đã xây dựng ngay từ thời điểm những năm đầu thế kỷ.

Những bài học còn nguyên giá trị

Tư duy về các mô hình phát triển kinh tế của Chủ tịch Hồ Chí Minh cũng vô cùng sắc sảo, thể hiện qua bản Di chúc bất hủ. Theo đó, Người định nghĩa thật đơn giản, dễ hiểu về năng suất: "Sản xuất phải nhanh, nhiều, tốt, rẻ" và muốn nâng cao năng suất phải sáng kiến, sáng tạo. Theo đó, phải làm tốt cả 2 khía cạnh: "ở tầm sáng tạo lớn, có ảnh hưởng rộng là phát minh, sáng chế; ở tầm thấp, nhỏ hơn thì là sáng kiến cải tiến kỹ thuật". Trong quản lý sản xuất, Chủ tịch Hồ Chí Minh dạy "cải tiến kỹ thuật và giữ vững kỷ luật lao động".

Cần lưu ý, Hồ Chủ tịch cổ vũ người Việt Nam



Bác Hồ thăm Mỏ Đèo Nai (năm 1959) - Ảnh: TTXVN



Bác Hồ thăm lớp học bổ túc văn hóa và kỹ thuật buổi tối của công nhân Nhà máy Ô tô 1-5, lá cờ đầu của phong trào bổ túc văn hóa ngành Công nghiệp Hà Nội (ngày 19/12/1963) Ảnh: TTXVN



Bác Hồ thăm gia đình công nhân Nhà máy Cao su Sao Vàng (năm 1964) - Ảnh: TTXVN

dùng hàng Việt Nam, nhưng cũng luôn căn dặn doanh nghiệp Việt Nam phải sản xuất ra hàng hóa đáp ứng yêu cầu của người dân, phải kinh doanh có văn hóa, có trách nhiệm xã hội, hàng hóa dịch vụ phải bảo đảm sức cạnh tranh.

Chính vì vậy, Người nhiều lần nhắc nhở: "Đồng bào ta nồng nàn yêu nước nên rất muốn dùng hàng của ta sản xuất. Nhưng trước hết, người sản xuất phải làm hàng tốt và rẻ. Người sản xuất phải thật thà sản xuất hàng tốt cho đồng bào dùng, không nên làm hàng trưng bày thì tốt mà hàng bán thì xấu, giá cả phải chăng không lừa dối người mua".

Từ góc độ này, có thể thấy các Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam", "Người Việt Nam tự hào dùng hàng Việt Nam", "Hàng Việt Nam chinh phục người tiêu dùng Việt Nam" và phong trào "năng suất Việt Nam"… mà ngành Công Thương đã và đang nỗ lực thực hiện theo chỉ đạo của Bộ Chính trị, Chính phủ chính là cụ thể hóa mong muốn lúc sinh thời của Chủ tịch Hồ Chí Minh.

Nhìn lại và suy ngẫm những lời dạy của Chủ tịch Hồ Chí Minh, chúng ta thấy rõ tầm tư tưởng vượt thời đại về khát vọng đất nước giàu mạnh, hội nhập sâu rộng, toàn diện. Đó là ngọn đuốc soi đường cho toàn Đảng, toàn dân ta trên chặng đường "bước tới đài vinh quang để sánh vai các cường quốc năm châu" như ước nguyện của Người■

TỔNG BÍ THƯ, CHỦ TỊCH NƯỚC TÔ LÂM:

KHƠI THÔNG NGUỒN LỰC, TẠO DỰNG NHỮNG NỀN TẢNG MỚI CHO SỰ PHÁT TRIỂN ĐỘT PHÁ

NGÀY 20/10, TẠI THỦ ĐÔ HÀ NỘI, BỘ CHÍNH TRỊ, BAN BÍ THƯ TRUNG ƯƠNG ĐẢNG TỔ CHỨC HỘI NGHỊ TOÀN QUỐC QUÁN TRIỆT, TRIỂN KHAI THỰC HIỆN NGHỊ QUYẾT HỘI NGHỊ LẦN THỨ 10 BAN CHẤP HÀNH TRUNG ƯƠNG ĐẢNG KHÓA XIII.

Phát biểu chỉ đạo Hội nghị, Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Tô Lâm nêu rõ, với những thành tựu vĩ đại sau gần 80 năm lập nước, với thế và lực đã tích lũy được, với thời cơ, vận hội mới, chúng ta đã hội tụ đủ điều kiện và đang đứng trước cơ hội lịch sử để đưa đất nước bước vào kỷ nguyên mới, kỷ nguyên vươn mình của dân tộc, kỷ nguyên phát triển, giàu mạnh, thực hiện thành công tâm nguyện của Chủ tịch Hồ Chí Minh và ước vọng của toàn dân tộc, xây dựng thành công nước Việt Nam dân giàu, nước mạnh, xã hội dân chủ, công bằng, văn minh, sánh vai với các cường quốc năm châu.

Đột phá về thể chế phát triển, tháo gỡ điểm nghẽn, rào cản

Về một số nội dung trọng tâm tập trung quán triệt, triển khai, Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Tô Lâm khẳng định, cần tạo sự thống nhất nhận thức trong toàn Đảng về quyết tâm chính trị thực hiện thắng lợi Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng, hoàn thành mọi mục tiêu, chỉ tiêu đã đề ra. Đây là yêu cầu của Trung ương, là chỉ tiêu pháp lệnh, cần nỗ lực cao nhất, tập trung mọi biện pháp, nguồn lực để thực hiện cho được, tuyệt đối không bàn lùi.

Cấp ủy, tổ chức đảng, đảng viên, nhất là người đứng đầu phải gương mẫu, đi đầu và chịu trách nhiệm thực hiện. Mỗi cấp ủy, tổ chức cơ sở đảng phải khẩn trương rà soát các mục tiêu, chỉ tiêu đã đề ra trong Nghị quyết đại hội đảng bộ các cấp nhiệm kỳ 2020-2025, nhất là các chỉ tiêu về phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội, môi trường, xây dựng con người xã hội chủ nghĩa để tập trung hoàn thành sớm nhất với chất lượng cao nhất.

Chính phủ, người đứng đầu các ban, bộ, ngành, địa phương phải thực sự quyết tâm, quyết làm, có các giải pháp quyết liệt, dứt điểm, tăng tốc để thực hiện thành công nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội năm 2025 được Trung ương thông qua, đạt cho được các chỉ tiêu, nhất là chỉ tiêu tăng trưởng GDP.



Tập trung triển khai ngay một số đột phá chiến lược đã được Trung ương thống nhất đưa vào văn kiện Đại hội XIV. Trong đó, đối với đột phá về thể chế phát triển, tháo gỡ điểm nghẽn, rào cản, ngay sau Hội nghị Trung ương 10 khóa XIII, Quốc hội, Chính phủ đã gương mẫu, đi đầu, làm ngay, làm rất quyết liệt với tinh thần đổi mới, cải cách, hết lòng vì sự nghiệp chung.

Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Tô Lâm nhấn mạnh, phải lan tỏa mạnh mẽ tinh thần này trong toàn hệ thống chính trị. Yêu cầu các bộ, ngành, cấp ủy, chính quyền các cấp trong phạm vi chức năng, nhiệm vụ phải tập trung rà soát, sửa đổi, bổ sung các quy định, quy chế, quy trình với tinh thần tháo gỡ triệt để điểm nghẽn, rào cản, cải cách triệt để thủ tục hành chính, mở rộng không gian cho phát triển, lấy người dân, doanh nghiệp làm trung tâm, tất cả vì sự phát triển kinh tế - xã hội, đảm bảo quốc phòng, an ninh của đất nước, không ngừng nâng cao đời sống của nhân dân; cùng với các giải pháp cụ thể phù hợp thực tiễn để huy động, khơi thông mọi nguồn lực bên trong, bên ngoài, nguồn lực trong dân. Các địa phương đánh giá thấu đáo khả năng tự chủ, tự cường để đề xuất cụ thể việc phân cấp, phân quyền, bảo đảm đáp ứng cao nhất yêu cầu của thực tiễn phát triển; phân cấp, phân quyền tối đa theo tinh thần Trung ương 10 đã thống nhất "địa phương quyết, địa phương làm, địa phương chịu trách nhiệm".

Cùng với đó, khởi xướng và thực hiện cách mạng chuyển đổi số; Tập trung hoàn thành mục tiêu xây dựng kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội; Sơ kết đánh giá việc thực hiện Nghị quyết số 18 Hội nghị lần thứ sáu Ban Chấp hành Trung ương khóa XII " một số vấn đề về tiếp tục đổi mới, sắp xếp tổ chức bộ máy của hệ thống chính trị tinh gọn, hoạt động hiệu lực, hiệu quả" trong toàn hệ thống chính trị…

Nâng cao năng lực tự lực, tự cường

Về các công việc chuẩn bị đại hội đảng bộ các cấp tiến tới Đại hội lần thứ XIV của Đảng, Tổng Bí thư, Chủ tịch nước nhấn mạnh, tập trung xây dựng, bảo đảm chất lượng dự thảo văn kiện đại hội đảng bộ các cấp và dự thảo văn kiện đại hội XIV của Đảng.

Cấp ủy các cấp có kế hoạch cụ thể, tập trung nghiên cứu để thảo luận, đóng góp ý kiến xây dựng Dự thảo Văn kiện Đại hội XIV của Đảng. Trọng tâm là: Vấn đề quản trị quốc gia và quản trị địa phương; tính cấp bách, nội hàm quản trị địa phương để nâng cao năng lực tự lực, tự cường. Mối quan hệ giữa tư duy quản lý và tư duy phát triển từ thực tiễn công tác bộ, ngành, địa phương. Cách thức thực hiện các chương trình mục tiêu quốc gia để bảo đảm hiệu quả, chống lãng phí; Đổi mới tư duy, quan điểm, quy trình xây dựng Luật, cơ quan làm luật. Vấn đề đúng vai, thuộc bài trong thực hiện "Đảng lãnh đạo, Nhà nước quản lý, Nhân dân làm chủ"; chính sách an sinh xã hội đi đôi với phát triển xã hội.

Đại hội đảng bộ các cấp tập trung chuẩn bị tốt nhất nhân sự, chú trọng đào tạo, bồi dưỡng, thử thách đối với các đồng chí là nhân sự được quy hoạch tham gia cấp ủy, ban thường vụ cấp ủy các cấp, bảo đảm lựa chọn ra được cấp ủy, nhất là người đứng đầu có năng lực lãnh đạo, có sức chiến đấu cao, dám nghĩ, dám làm, dám chịu trách nhiệm, dám đổi mới sáng tạo vì sự nghiệp chung, có năng lực lãnh đạo thực hiện thắng lợi các chủ trương của Đảng, đưa nghị quyết của Đảng vào thực tiễn cuộc sống trên từng lĩnh vực, địa bàn.

Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Tô Lâm lưu ý, Nghị quyết đã đúng, trúng thì tổ chức thực hiện là khâu đặc biệt quan trọng, có ý nghĩa then chốt đưa Nghị quyết vào cuộc sống, biến chủ trương của Đảng thành hành động cách mạng, tạo ra của cải vật chất, sản phẩm tinh thần, đưa đất nước phát triển mạnh mẽ, vượt bậc.

Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Tô Lâm tin tưởng, với những tư duy, nhận thức mới đã thấu suốt, với khí thế, quyết tâm cao, thống nhất về tư tưởng và hành động, sẽ khơi thông mọi nguồn lực, huy động cao nhất sức người, sức của, tiếp tục tạo dựng những nền tảng mới cho sự phát triển đột phá của đất nước trong những năm tiếp theo.

NGỌC HÂN



Ảnh: Thy Thảo

BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG THƯƠNG NGUYỄN HỒNG DIÊN:

ĐIỀU CẦN LÀM TRƯỚC MẮT VÀ LÂU DÀI LÀ CHĂM LO, BỒI ĐẮP NGUỒN LỰC TRONG NƯỚC

NGÀY 31/7/2009, BAN CHẤP HÀNH TRUNG ƯƠNG ĐẢNG BAN HÀNH VĂN BẢN SỐ 264-TB/TW THÔNG BÁO KẾT LUẬN CỦA BỘ CHÍNH TRỊ VỀ TỔ CHỨC CUỘC VẬN ĐỘNG "NGƯỜI VIỆT NAM ƯU TIÊN DÙNG HÀNG VIỆT NAM" (SAU ĐÂY GỌI TẮT LÀ CUỘC VẬN ĐỘNG). NHÌN LẠI 15 NĂM NGÀNH CÔNG THƯƠNG THỰC HIỆN CUỘC VẬN ĐỘNG, KHÁI QUÁT NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN TỪ THỰC TIỄN, ĐỊNH HƯỚNG TRIỂN KHAI TRONG THỜI GIAN TỚI, BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG THƯƠNG NGUYỄN HỒNG DIÊN ĐÃ DÀNH CHO TẠP CHÍ CÔNG THƯƠNG BÀI TRẢ LỜI PHỎNG VẤN. XIN TRÂN TRỌNG GIỚI THIỆU CÙNG BẠN ĐỌC.



Ngày 25/4/2023, tại TP. Hồ Chí Minh, Bộ Công Thương đã tổ chức Hội nghị "Tháo gỡ khó khăn cho sản xuất - kinh doanh và đẩy mạnh xuất khẩu". Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên, Thứ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Sinh Nhật Tân chủ trì Hội nghị - Ảnh: Thy Thảo

Cuộc vận động đã góp phần hoàn thành và hoàn thành vượt mức các chỉ tiêu kinh tế

TCCT: *Xin Bộ trưởng cho biết những điểm nhấn của ngành Công Thương trong thực hiện Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" do Bộ Chính trị phát động trong 15 năm qua?*

BỘ TRƯỞNG NGUYỄN HỒNG DIÊN: 15 năm qua, ngành Công Thương đã bám sát, triển khai thực hiện nghiêm các nghị quyết, kết luận, chỉ thị, chương trình, kế hoạch của Trung ương và Chính phủ; chủ động phối hợp chặt chẽ với các ban, bộ, ngành trung ương và các địa phương kịp thời triển khai các chương trình, kế hoạch hành động theo từng năm nhằm thực hiện có hiệu quả Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" do Bộ Chính trị phát động.

Với vai trò, chức năng là cơ quan quản lý nhà nước về sản xuất công nghiệp và thương mại, Bộ Công Thương đã kịp thời cụ thể hóa Thông báo số 264-TB/TW, ngày 31/7/2009 của Bộ Chính trị; Kết luận số 107-KL/TW, ngày 10/4/2015 và Chỉ thị số 03-CT/TW ngày 19/5/2021 của Ban Bí thư thành các nhiệm vụ cụ thể.

Để bảo đảm hài hòa giữa "bảo vệ phát triển thị trường trong nước" và "thực hiện cam kết quốc tế", Bộ Công Thương đã ra quyết sách mang tính chiến lược: Bảo vệ thị trường, không bảo hộ doanh nghiệp. Theo đó, việc rà soát chính sách cũ và xây dựng chính sách mới đều hướng đến hỗ trợ (nhưng không bảo hộ) doanh nghiệp tham gia vào chuỗi sản xuất, phân phối trong nước và nước ngoài; xây dựng môi trường đầu tư kinh doanh thuận lợi, lành mạnh nhằm thu hút mọi thành phần kinh tế yên tâm đầu tư, ứng dụng khoa học, công nghệ, nâng cao năng lực cạnh tranh, phát triển sản xuất - kinh doanh ổn định, hiệu quả…

Cụ thể, Bộ đã luôn chú trọng và là cơ quan tiên phong trong công tác rà soát, cắt giảm (hoặc đề xuất cấp có thẩm quyền cắt giảm) các quy định, điều kiện đầu tư kinh doanh và các thủ tục hành chính thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ, bảo đảm công khai, minh bạch, tiết giảm chi phí tuân thủ pháp luật cho doanh nghiệp; tích cực phối hợp với các bộ, ngành liên quan tham mưu, đề xuất với Chính phủ ban hành các chiến lược, đề án, chương trình hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng

lực, tham gia vào chuỗi sản xuất, phân phối trong nước và nước ngoài, như: Chiến lược Phát triển thương mại trong nước, Chương trình Phát triển thương mại miền núi, vùng sâu, vùng xa và hải đảo, Chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia, Chương trình Thương hiệu quốc gia, Chương trình Khuyến công quốc gia, Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" do Bộ Chính trị phát động, Đề án Đổi mới phương thức kinh doanh tiêu thụ nông sản... Đặc biệt, Bộ Công Thương đã xây dựng nhiều cơ chế, chính sách thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp nền tảng như năng lượng, chế biến, chế tạo, hóa chất, vật liệu mới nhằm xây dựng nền công nghiệp tự chủ, hiện đại hỗ trợ những tập đoàn kinh tế đủ mạnh đóng vai trò dẫn dắt các ngành công nghiệp; hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ để hình thành một hệ sinh thái công nghiệp hoàn chỉnh trong tương lai.

Trong môi trường kinh doanh thuận lợi đó, nhiều doanh nghiệp đã chủ động đầu tư phát triển sản phẩm thay thế hàng nhập khẩu, hình thành nét văn hóa cạnh tranh bằng chất lượng sản phẩm. Các địa phương tổ chức nhiều hoạt động kết nối tiêu thụ hàng Việt, gắn Cuộc vận động với hoạt động bình ổn thị trường. Hệ thống phân phối hiện đại ưu tiên phân phối hàng Việt Nam. Đặc biệt, trong những năm gần đây, việc hỗ trợ tiêu thụ hàng Việt trên các sàn giao dịch thương mại điện tử được triển khai bài bản, quy mô. Công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, cũng như thông tin tuyên truyền ngày càng hiệu quả. Từ đó, sự quan tâm của người tiêu dùng Việt Nam đối với các sản phẩm nội địa cũng được nâng cao. Theo kết quả thăm dò dư luận xã hội do Viện Dư luận xã hội - Ban Tuyên giáo Trung ương triển khai vào tháng 9/2022 cho biết, có 87% người được hỏi cho rằng, Cuộc vận động đã làm tốt việc khuyến khích, động viên người tiêu dùng Việt Nam ưu tiên sử dụng hàng Việt Nam.

15 năm qua, Cuộc vận động đã góp phần hoàn thành và hoàn thành vượt mức các chỉ tiêu kinh tế theo hướng kiềm chế lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, nổi bật như: Tổng mức lưu chuyển hàng hóa bán lẻ và dịch vụ từ năm 2009 trở lại đây liên tục đạt mức tăng trưởng trên dưới 10% so với năm trước; Chỉ số giá tiêu dùng (CPI) từ mức lạm phát phi mã 19,8% năm 2008 đã giảm xuống dưới 5% từ năm 2014 đến nay; Cán cân thương mại được cải thiện theo hướng giảm nhập siêu và tiến tới xuất siêu liên tục từ năm 2016; Tỷ lệ hàng Việt tại các các kênh phân phối chiếm tỷ lệ khá cao (trên 80% tại các siêu thị và từ 60% trở lên tại kênh bán lẻ truyền thống).

Chăm lo, bồi đắp nguồn lực trong nước

TCCT: *Bộ trưởng từng nhận định, thực tế đã chứng minh khi nền kinh tế thế giới có biến động dị biệt, đe dọa chuỗi cung ứng toàn cầu như đại dịch Covid-19, xung đột Nga - Ukraina... quốc gia nào có nền sản xuất vững mạnh thì mức độ thiệt hại sẽ được giảm thiểu. Và như Bộ trưởng từng đề cập, những bất ổn, biến động - thậm chí dị biệt của kinh tế thế giới là điều tất yếu trong khi nền kinh tế nước ta đang tiếp tục hội nhập sâu rộng. Vậy xin Bộ trưởng cho biết, ngành Công Thương có những giải pháp nào để tiếp tục thực hiện Cuộc vận động?*

BỘ TRƯỞNG NGUYỄN HỒNG DIÊN: Chủ tịch Hồ Chí Minh từng dạy rằng, một nền kinh tế tự chủ phải đáp ứng được các nhu cầu bên trong và đủ sức giao lưu với bên ngoài. Nếu sản xuất yếu kém, phụ thuộc vào nước ngoài thì trước sau cũng sẽ dẫn đến bị phụ thuộc về chính trị, không bảo vệ được quyền tự do, độc lập của đất nước. Như vậy, để triển khai có hiệu quả Cuộc vận động trong tình hình mới, điều cần làm trước mắt và lâu dài đó là chăm lo bồi đắp nguồn lực trong nước.

Kế thừa tư tưởng của Chủ tịch Hồ Chí Minh, quan điểm của Đảng và Nhà nước ta xác định gốc của xuất khẩu và tiêu dùng trong nước là sản xuất công nghiệp. Trình độ sản xuất công nghiệp quyết định khả năng cạnh tranh của sản phẩm ở trong và ngoài nước. Đây cũng là vấn đề mà Bộ Công Thương đã dành nhiều thời gian cho hoạch định chính sách xây dựng một nền sản xuất công nghiệp tự chủ để doanh nghiệp có nhiều không gian phát triển trong kỷ nguyên toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế; trong đó, tập trung hoàn thiện thể chế, khẩn trương xây dựng, sửa đổi, bổ sung các luật liên quan đến ngành, lĩnh vực được giao quản lý, như: Luật Hóa chất (sửa đổi), Luật Điện lực (sửa đổi), Luật Sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả (sửa đổi), Luật Sản xuất sản phẩm công nghiệp trọng điểm và hàng loạt nghị định, thông tư liên quan nhằm tháo gỡ vướng mắc, khơi thông các nguồn lực cho phát triển kinh tế - xã hội. Đặc biệt, việc xây dựng Luật Sản xuất sản phẩm công nghiệp trọng điểm nhằm tạo hành lang pháp lý và chế tài đủ mạnh, khả thi, hỗ trợ cho sự phát triển của các ngành công nghiệp nền tảng, công nghiệp hỗ trợ, công nghiệp ưu tiên và công nghiệp mũi nhọn. Bên cạnh đó, hàng loạt chiến lược phát triển các ngành công nghiệp ô tô, thép, giấy, sữa, điện lực, sản xuất hydrogen, dịch vụ logistics, thị trường bán lẻ giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050 và các chương trình: Hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ tham gia chuỗi giá trị toàn cầu; Phát triển công nghiệp hóa dược; Phát triển bền vững dệt may, da giày… cũng đang được khẩn trương xây dựng,

trình cấp có thẩm quyền ban hành.

Đây là những vấn đề đòi hỏi nguồn lực và thời gian, nhưng tâm thế và tư tưởng trong chỉ đạo, điều hành của Bộ Công Thương đã truyền cảm hứng đến cách nghĩ, nếp làm của đội ngũ cán bộ, công chức, người lao động trong Ngành, mở lối cho sản xuất công nghiệp phát triển theo hướng tăng tỷ trọng ngành công nghiệp chế biến, chế tạo, giảm tỷ trọng ngành công nghiệp khai khoáng; chuyển từ các ngành thâm dụng lao động, thâm dụng vốn sang các ngành công nghiệp thâm dụng công nghệ…

Hướng tới môi trường đầu tư kinh doanh thuận lợi cho doanh nghiệp - chủ thể quan trọng của Cuộc vận động - nhiều năm qua, Bộ Công Thương đã tiến hành phân cấp mạnh cho địa phương và doanh nghiệp theo đúng tư tưởng chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ. Hiện nay, Bộ chủ yếu tập trung thực hiện 3 chức năng chính, đó là: (1) Xây dựng quy hoạch, chiến lược; (2) hoạch định cơ chế, chính sách và (3) thanh tra, kiểm tra. Cũng trên tinh thần xây dựng nền kinh tế tự chủ, bồi đắp nguồn lực trong nước, Bộ đặt ra yêu cầu đẩy mạnh phát triển hạ tầng của Ngành, đặc biệt với hạ tầng năng lượng - một trong ba đột phá chiến lược của Ngành.

Bốn (4) quy hoạch ngành quốc gia mà Bộ tham mưu xây dựng, bao gồm: Quy hoạch điện VIII; Quy hoạch tổng thể về năng lượng quốc gia; Quy hoạch thăm dò, khai thác, chế biến và sử dụng các loại khoáng sản và Quy hoạch hạ tầng dự trữ, cung ứng xăng dầu, khí đốt quốc gia được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt đã mở ra không gian phát triển mới cho ngành Năng lượng và ngành Khai khoáng Việt Nam hiệu quả hơn, bền vững hơn, phù hợp với xu hướng phát triển kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, kinh tế các-bon thấp và khả năng thực tế của đất nước cũng như xu thế phát triển của quốc tế; đồng thời là cơ sở để đẩy mạnh thu hút đầu tư, tạo ra những cực tăng trưởng, liên kết vùng, giảm áp lực về đầu tư từ ngân sách nhà nước. Điển hình là, trong Quy hoạch điện VIII đã đề xuất cơ chế đầu tư xây dựng hạ tầng truyền tải điện, tách bạch với độc quyền nhà nước về truyền tải điện; Quy hoạch năng lượng quốc gia đề xuất một loạt cơ chế mới "Đa dạng hóa hình thức đầu tư", "Đa dạng hóa các nguồn vốn, các hình thức huy động vốn, thu hút có hiệu quả các nguồn vốn trong và ngoài nước"; Quy hoạch hạ tầng xăng dầu, khí đốt đề ra cơ chế: "Thu hút nhà đầu tư trong và ngoài nước tham gia phát triển cơ sở hạ tầng dự trữ, cung ứng xăng dầu, khí đốt"; với Quy hoạch thăm dò, khai thác, chế biến và sử dụng các loại khoáng sản, Ban soạn thảo đã phân loại cụ thể các nguồn vốn (gồm vốn ngân sách nhà nước, vốn quốc tế, vốn tư nhân…) đối với từng lĩnh vực, tạo thuận lợi trong huy động các nguồn vốn đầu tư cho thăm dò và khai thác khoáng sản.

Hiện nay, Bộ Công Thương cũng đang phối hợp chặt chẽ với các bộ, ngành, địa phương triển khai các tiêu chí cơ sở hạ tầng thương mại nông thôn, tiêu chuẩn Việt Nam TCVN 11856 về chợ kinh doanh thực phẩm; đồng thời, tiếp tục thúc đẩy phát triển hạ tầng thương mại điện tử, góp phần tạo ra không gian phát triển mới và nguồn lực mới, giúp doanh nghiệp năng động, tự chủ, sẵn sàng cạnh tranh bằng chất lượng sản phẩm, gây dựng niềm tin của người tiêu dùng trong và ngoài nước với hàng hóa, thương hiệu Việt Nam.

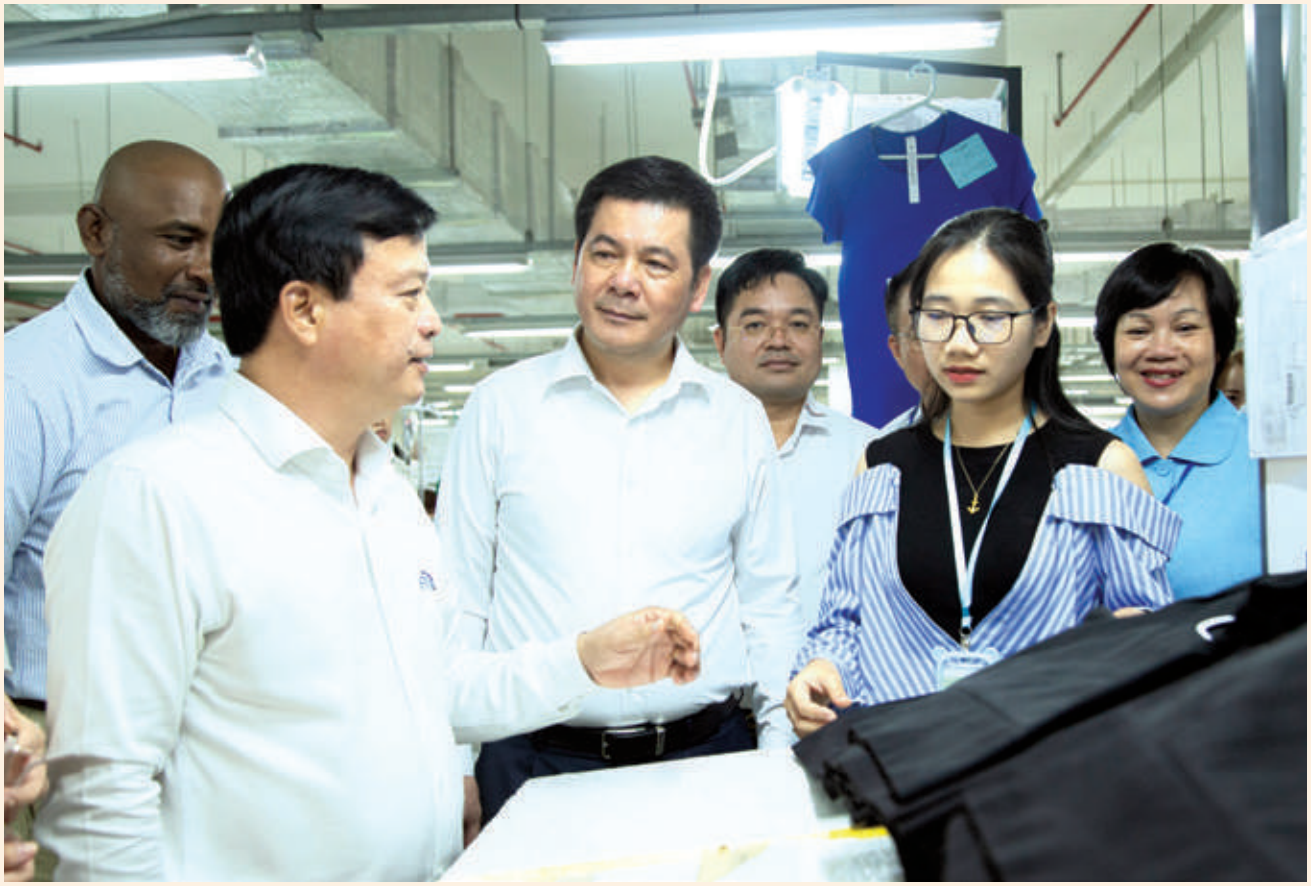
Xây dựng văn hóa công sở ứng với "vạn biến"

TCCT: *Có chuyên gia cho rằng, thông thường chúng ta ứng phó, hóa giải rất tốt khi đối mặt với sức ép hay nguy cơ mang tính thời điểm, dị biệt. Nhưng công tác quản lý, điều hành nền kinh tế nói chung và ngành Công Thương nói riêng lại đòi hỏi tính nhất quán, ổn định, có thể dự báo được. Theo Bộ trưởng, làm thế nào để dung hòa được những mặt ưu việt của hai phương pháp này?*

BỘ TRƯỞNG NGUYỄN HỒNG DIÊN: Mục tiêu cũng như các cam kết của Đảng và Nhà nước ta là xây dựng thể chế phục vụ phát triển kinh tế có tính nhất quán, ổn định, có thể dự báo. Nhưng cũng cần lưu ý rằng, biến động là một phần tất yếu của thế giới ngày nay. Do đó, với cán bộ, công chức, viên chức ngành Công Thương, hỗ trợ xây dựng các mối liên kết nhằm thích ứng với biến động đã được xem như một nội dung trong quy trình hoạt động tiêu chuẩn cần được chuẩn bị trước.

Trong bối cảnh chuỗi cung ứng toàn cầu ngày càng trở nên bất định, Công Thương là Bộ đi đầu trong kết nối doanh nghiệp nội địa với các tập đoàn đa quốc gia triển khai các chương trình nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam. Mối liên kết này giúp doanh nghiệp trong nước học những kỹ năng thích ứng với sự thay đổi của thị trường và công nghệ - hai yếu tố chính luôn biến động trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Bên cạnh đó, Bộ Công Thương cũng đẩy mạnh kết nối song phương, đa phương. Trong nhiệm kỳ 2021-2026, từ năm 2021 đến nay, Bộ Công Thương đã nỗ lực phối hợp với các Bộ, ngành liên quan tham mưu với Chính phủ đàm phán, ký kết và thực thi 4 Hiệp định thương mại tự do, gồm: Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Vương quốc Anh (UKVFTA), Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP), Hiệp định Thương mại tự do với Israel (VIFTA), Hiệp định



Ngày 09/8/2024, trong khuôn khổ chuyến công tác tại miền Trung - Tây Nguyên, Đoàn công tác do Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên dẫn đầu đã đến thăm và làm việc tại Công ty TNHH Delta Galil Việt Nam (Cụm công nghiệp Cát Trinh, huyện Phù Cát, tỉnh Bình Định) - Ảnh: Hạ Vĩ

Đối tác kinh tế toàn diện (CEPA) giữa Việt Nam và Các Tiểu vương quốc Ả-rập Thống nhất (UAE); đồng thời đàm phán nâng cấp các FTA giữa Việt Nam và khối thương mại tự do châu Âu (EFTA FTA) và Hiệp định giữa ASEAN với các đối tác Canada, Australia, New Zealand, Trung Quốc, Hàn Quốc…

Triển khai Cuộc vận động theo tinh thần "Mỗi cán bộ, công chức, viên chức ngành Công Thương là một đại sứ hàng Việt", Bộ Công Thương chỉ đạo các Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài thường xuyên tham gia và hỗ trợ hoạt động của các Hội doanh nhân Việt kiều tại địa bàn phụ trách. Bước đầu đã xây dựng được cơ sở dữ liệu về các doanh nhân Việt kiều; giúp kết nối hệ thống doanh nghiệp Việt kiều và doanh nghiệp trong nước. Thời gian qua, mạng lưới kiều bào đã hỗ trợ nhiều doanh nghiệp trong nước tìm hiểu và mở rộng thị trường xuất khẩu, đồng thời đây cũng là lực lượng tuyên truyền, quảng bá về chất lượng hàng xuất khẩu của Việt Nam…

Ý thức công vụ về hỗ trợ mối liên kết giữa doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp FDI, giữa doanh nhân trong nước và doanh nhân Việt kiều, bồi đắp nguồn lực trong nước, đẩy mạnh phát triển hạ tầng công nghiệp và thương mại… là những giải pháp trọng tâm mà Bộ Công Thương đã, đang và sẽ chú trọng thực hiện, nhằm không chỉ góp phần quan trọng làm chuyển biến căn bản chuỗi sản xuất và cung ứng trên thị trường nội địa, mà còn xây dựng được một nền tảng văn hóa công sở theo hướng lấy xây dựng nền kinh tế tự chủ là nhân tố "bất biến" để "ứng vạn biến" với các yếu tố bên ngoài; đồng thời, giúp mỗi cán bộ, đảng viên, các cấp ủy, tổ chức đảng, đơn vị chức năng trong ngành Công Thương thấy rõ trách nhiệm của mình theo tinh thần "rõ người, rõ việc, rõ tiến độ, rõ hiệu quả" trong lãnh đạo, chỉ đạo tổ chức thực hiện Cuộc vận động; từ đó, thúc đẩy mở rộng thị trường trong nước, bảo đảm nguồn cung hàng Việt Nam thiết yếu, cũng như nguồn cung nguyên, nhiên, vật liệu Việt Nam phục vụ sản xuất, tiêu dùng trong nước và xuất khẩu.

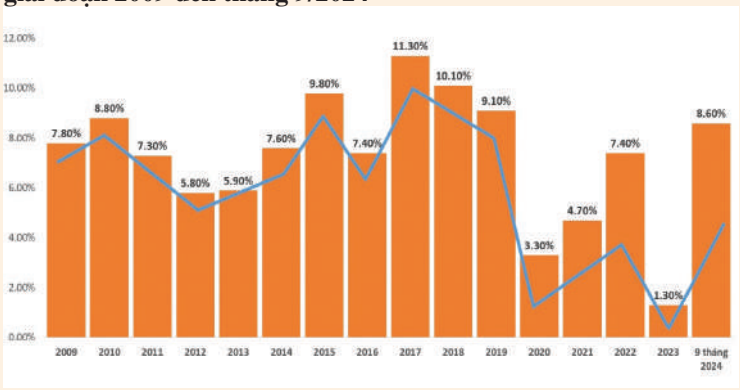
Xin trân trọng cảm ơn Bộ trưởng!

LAM NGỌC (*thực hiện*)

CUỘC VẬN ĐỘNG ĐÃ GÓP PHẦN HOÀN THÀNH XUẤT SẮC CÁC CHỈ TIÊU KINH TẾ

NĂNG LỰC CẠNH TRANH CÔNG NGHIỆP TOP 10 CHÂU Á VÀ CHÂU ĐẠI DƯƠNG

Chỉ số sản xuất công nghiệp (IIP) so với cùng kỳ trước đó giai đoạn 2009 đến tháng 9/2024

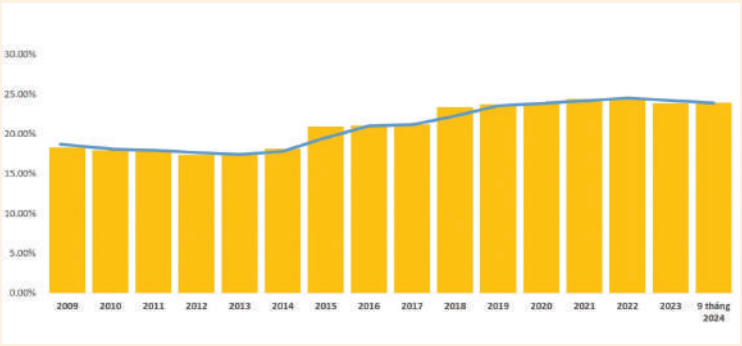


(Nguồn: Tổng cục Thống kê; đvt: %)

● Việt Nam đã vươn lên trở thành một trong những quốc gia có chỉ số năng lực cạnh tranh công nghiệp (CIP) ở mức khá cao, từ vị trí thứ 44 trên thế giới năm 2018 lên vị trí thứ 30 vào năm 2021, đứng thứ 10 khu vực châu Á và châu Đại dương. (Nguồn: UNIDO, Niên giám Thống kê công nghiệp quốc tế 2023).

CÔNG NGHIỆP CHẾ BIẾN, CHẾ TẠO TĂNG NHANH VÀ CHIẾM TỶ TRỌNG CAO TRONG GDP

Tỷ trọng ngành Công nghiệp chế biến, chế tạo trong GDP hàng năm theo giá hiện hành giai đoạn 2009 đến tháng 9/2024

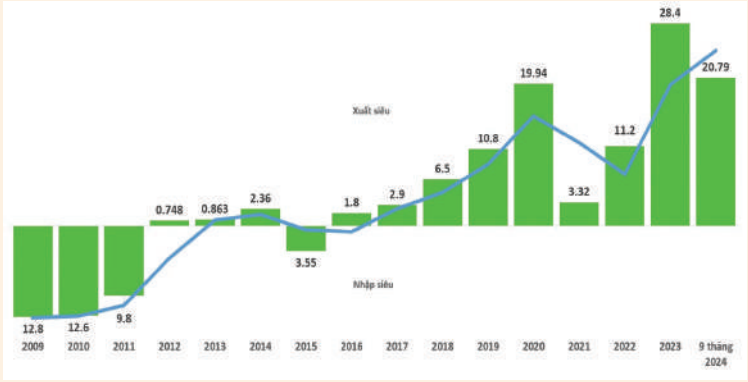


(Nguồn: Tổng cục Thống kê; đvt: %)

● Công nghiệp chế biến, chế tạo tăng nhanh và bền vững qua các năm, luôn chiếm tỷ trọng cao nhất và vượt trội trong cơ cấu Tổng sản phẩm trong nước (GDP) hàng năm.

XUẤT SIÊU LIÊN TỤC TỪ NĂM 2016 ĐẾN NAY

Cán cân thương mại hàng hóa giai đoạn 2009 đến tháng 9/2024

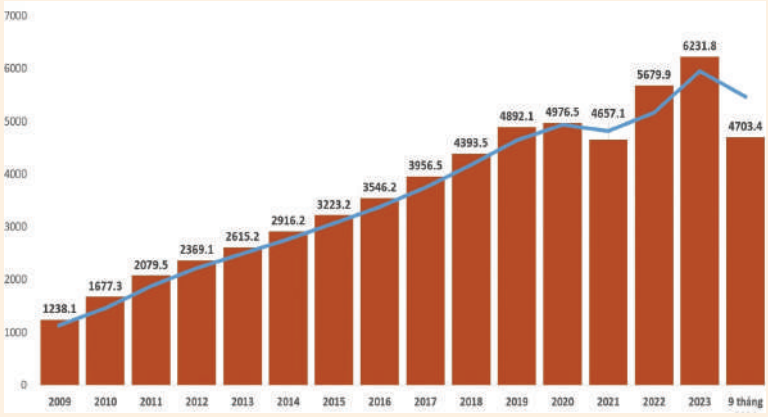


(Nguồn: Tổng cục Thống kê; đvt: tỷ USD)

● Về cán cân thương mại hàng hóa, tỷ lệ nhập siêu hàng hóa giảm mạnh, tiến tới xuất siêu liên tục từ năm 2016 đến nay.

TỔNG MỨC BÁN LẺ HÀNG HÓA TĂNG CAO, ĐÁP ỨNG ĐẦY ĐỦ TIÊU DÙNG CỦA NHÂN DÂN

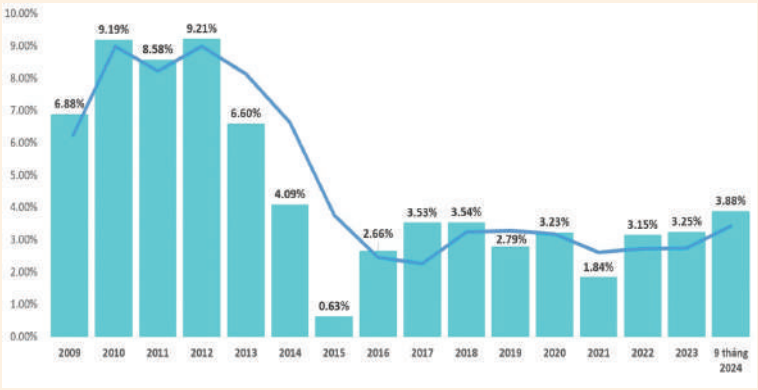
Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng hàng năm giai đoạn 2009 đến tháng 9/2024



(Nguồn: Tổng cục Thống kê; đvt: nghìn tỷ đồng)

CHỈ SỐ GIÁ TIÊU DÙNG (CPI) HÀNG NĂM ĐƯỢC KIỂM SOÁT TỐT

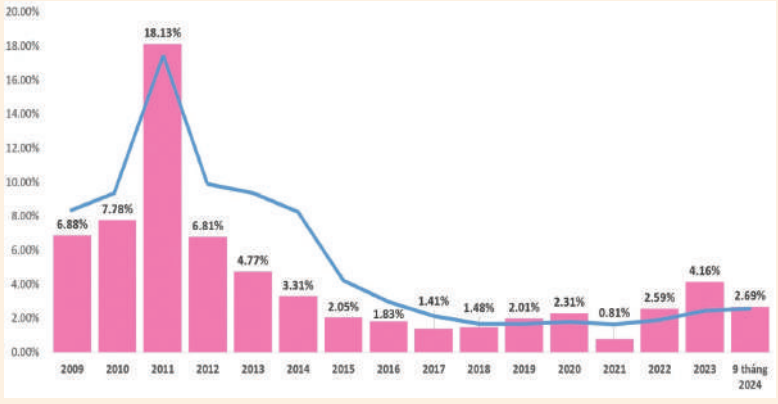
Tốc độ tăng chỉ số giá tiêu dùng (CPI) hàng năm giai đoạn 2009 đến tháng 9/2024



(Nguồn: Tổng cục Thống kê; đvt: %)

TỶ LỆ LẠM PHÁT KIỂM SOÁT DƯỚI MỤC TIÊU ĐỀ RA

Tỷ lệ lạm phát hàng năm từ năm 2009 đến tháng 9/2024



(Nguồn: Tổng cục Thống kê; đvt: %)

● Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tăng cao qua từng năm, đáp ứng đầy đủ nhu cầu tiêu dùng hàng hóa của nhân dân.

● Tỷ lệ hàng Việt tại các kênh phân phối tăng trưởng tích cực qua từng năm và chiếm tỷ lệ khá cao, cả ở kênh bán lẻ hiện đại như các siêu thị và tại kênh bán lẻ truyền thống.

+ Hàng Việt chiếm hơn 90% trong hệ thống phân phối của doanh nghiệp trong nước.

+ Hàng Việt chiếm từ 60% - 90% tại hệ thống phân phối của doanh nghiệp nước ngoài.

+ Hàng Việt chiếm từ 60% trở lên tại kênh bán lẻ truyền thống.

+ Tại hệ thống Co.op mart: Hàng Việt chiếm hơn 90%.

+ Tại hệ thống WinMart, WinMart+: Hàng Việt chiếm khoảng từ 80% - 90%.

+ Tại hệ thống GO!/Big C: Hàng Việt chiếm hơn 90%.

+ Tại hệ thống AEON: Hàng Việt chiếm khoảng 80%.

● Tỷ lệ lạm phát hằng năm từ mức cao giảm dần và được kiểm soát dưới mục tiêu Quốc hội đề ra.

VIỆT HẰNG - TIẾN THÀNH

NHỮNG ĐẠI SỨ HÀNG VIỆT

TRIỂN KHAI CUỘC VẬN ĐỘNG THEO TINH THẦN "MỖI CÁN BỘ, CÔNG CHỨC, VIÊN CHỨC NGÀNH CÔNG THƯƠNG LÀ MỘT ĐẠI SỨ HÀNG VIỆT", NGÀNH CÔNG THƯƠNG QUYẾT TÂM ĐOÀN KẾT, THỐNG NHẤT PHÁT HUY CAO NHẤT TINH THẦN "TỰ CHỦ, TỰ TIN, TỰ LỰC, TỰ CƯỜNG, TỰ HÀO DÂN TỘC" NHƯ CHỈ ĐẠO TỔNG BÍ THƯ TÔ LÂM ĐỂ ĐƯA ĐẤT NƯỚC BƯỚC VÀO KỶ NGUYÊN MỚI "KỶ NGUYÊN VƯƠN MÌNH CỦA DÂN TỘC VIỆT NAM".



Ngày 13/10/2024, Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên thăm Khu Triển lãm Sản phẩm nông nghiệp đặc sắc của Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc do Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, các bộ, cơ quan, địa phương liên quan tổ chức



Ngày 14/12/2023, tại Hà Nội, Bộ Công Thương đã tổ chức Hội nghị tổng kết 10 năm thi hành Nghị định số 45/2012/NĐ-CP của Chính phủ về khuyến công. Thứ trưởng Bộ Công Thương Phan Thị Thắng thăm quan triển lãm trưng bày sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu
Ảnh: Huyền My



Ngày 21/4/2023, Đoàn công tác của Bộ Công Thương do Thứ trưởng Nguyễn Sinh Nhật Tân dẫn đầu đi kiểm tra công tác an toàn hồ đập tại Nhà máy Thủy điện Sông Ba Hạ
Ảnh: Thy Thảo



Ngày 30/9/2024, Thứ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hoàng Long chủ trì Hội nghị Giao ban Xúc tiến thương mại với hệ thống Thương vụ Việt Nam ở nước ngoài tháng 9/2024 với chủ đề "Khuyến nghị liên quan đến việc điều tra chống trợ cấp đối với hàng xuất khẩu Việt Nam"
Ảnh: Huyền My



Ngày 17/10/2024, tại Hà Nội, Thứ trưởng Bộ Công Thương Trương Thanh Hoài cùng đoàn đại biểu tham quan các gian hàng tại Triển lãm Quốc tế lần thứ 5 về Công nghiệp hỗ trợ và Chế biến chế tạo Việt Nam - VIMEXPO 2024
Ảnh: Huyền My



Tỷ trọng hàng Việt chi phối trên tất cả các kênh phân phối. Với siêu thị và trung tâm thương mại, hàng Việt chiếm từ 80% đến trên 90%; trên kênh truyền thống từ 60% trở lên



Tổng cục Quản lý thị trường giới thiệu sản phẩm để nhận diện hàng thật, hàng giả trong lĩnh vực thực phẩm
Ảnh: N.KH - Báo Tuổi trẻ



Nhằm hỗ trợ tiêu thụ các sản phẩm nông sản của các địa phương sản xuất tập trung trong bối cảnh dịch Covid-19 diễn biến phức tạp, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số Bộ Công Thương chủ trì và phối hợp chặt chẽ với 6 sàn thương mại điện tử lớn tại Việt Nam để tổ chức việc hỗ trợ tiêu thụ mặt hàng vải thiều Bắc Giang. Đây là lần đầu tiên, vải thiều Bắc Giang được tổ chức phân phối một cách bài bản có hệ thống và có tổ chức trên đồng loạt cả 6 sàn thương mại điện tử



Chương trình hỗ trợ kết nối tiêu thụ sản phẩm OCOP do Vụ Thị trường trong nước và Tạp chí Công Thương thực hiện
Ảnh: TCCT



Vòng chung kết Cuộc thi "Tìm hiểu pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng" năm 2022. Với sự tham gia của 12 nghìn sinh viên đến từ 10 trường đại học do Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng (nay là Ủy ban Cạnh tranh quốc gia) và Tạp chí Công Thương tổ chức



Công đoàn Công Thương Việt Nam và Vụ Thị trường trong nước tổ chức chương trình đưa hàng Việt về các khu công nghiệp

15 NĂM

CUỘC VẬN ĐỘNG "NGƯỜI VIỆT NAM ƯU TIÊN DÙNG HÀNG VIỆT NAM"

THÀNH TỰU CỦA Ý ĐẢNG LÒNG DÂN



Chương trình kích cầu tiêu dùng hàng Việt Nam, nhận diện hàng Việt Nam, năm 2020 - Ảnh: TCCT





Công nhân May 10 tại Xưởng may Thiệu Đô (Thanh Hóa) Ảnh: Quang Phúc









Chương trình nhận diện hàng Việt Nam - Tự hào hàng Việt Nam và Cuộc thi sinh viên nhận diện hàng Việt Nam do Vụ Thị trường trong nước và Tạp chí Công Thương tổ chức - Ảnh: TCCT

Sự chỉ đạo xuyên suốt của Đảng

2009 là năm thứ ba Việt Nam trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO). Đây là bước ngoặt lớn trên hành trình đổi mới và hội nhập. Song những thách thức đặt ra không nhỏ, khi phải thực hiện cam kết giảm thuế trong bối cảnh sản xuất trong nước mới chiếm 30 - 50% nhu cầu đối với nhiều loại hàng hóa tiêu dùng. Đồng thời, tâm lý sính hàng ngoại và thích sử dụng hàng trôi nổi giá rẻ của người tiêu dùng còn khá phổ biến. Hệ quả là, hàng năm đất nước phải nhập khẩu nhiều chục tỷ USD hàng tiêu dùng, nguyên, nhiên, vật liệu, gây căng thẳng cho cán cân thanh toán, sự ổn định kinh tế vĩ mô. Trong khi, một phần đáng kể lượng hàng nhập khẩu này, trong nước có thể tự sản xuất thay thế được.

Việt Nam đã kịp thời nhìn nhận lại vai trò của thị trường trong nước. Ngày 07/5/2009, Ban Tuyên giáo Trung ương có Tờ trình số 115-TTr/BTGTW về Đề án tổ chức Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam". Tại phiên họp ngày 15/6/2009, lãnh đạo Ban Tuyên giáo Trung ương báo cáo với Bộ Chính trị về Đề án này. Ngày 31/7/2009, Ban Bí thư ra Văn bản số 264-TB/TW Thông báo "Bộ Chính trị đồng ý chủ trương tổ chức Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam".

Năm 2015, sau Hội nghị tổng kết 5 năm thực hiện Cuộc vận động, Ban Bí thư Trung ương Đảng ban hành Kết luận số 107-KL/TW về tiếp tục tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với thực hiện Cuộc vận động. Kết luận số 107-KL/TW khẳng định vai trò, trách nhiệm của cấp ủy, tổ chức đảng, chính quyền các cấp trong lãnh đạo, chỉ đạo thực hiện Cuộc vận động trong phạm vi, lĩnh vực, địa bàn quản lý, phụ trách, gắn với quá trình xây dựng và thực hiện các quy hoạch, chiến lược, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, quốc phòng, an ninh của các cấp, ngành, địa phương…

Báo cáo chính trị tại Đại hội Đảng XIII đã đề ra phương hướng: "Nâng cao khả năng chống chịu của nền kinh tế trước tác động tiêu cực từ những biến động của bên ngoài; chủ động hoàn thiện hệ thống phòng vệ





Chương trình nhận diện hàng Việt Nam - Tự hào hàng Việt Nam do Vụ Thị trường trong nước và Tạp chí Công Thương tổ chức - Ảnh: TCCT

để bảo vệ nền kinh tế, doanh nghiệp, thị trường trong nước phù hợp với các cam kết quốc tế". Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021 - 2030 cũng khẳng định: "Thúc đẩy phát triển thương mại trong nước theo hướng hiện đại, tăng trưởng nhanh và bền vững, gắn với nâng cao uy tín, chất lượng hàng Việt Nam chinh phục người tiêu dùng Việt Nam".

Sau Đại hội, ngày 19/5/2021, Ban Bí thư Trung ương Đảng ban hành Chỉ thị số 03-CT/TW về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với Cuộc vận động. Chỉ thị 03-CT/TW một lần nữa nhấn mạnh trách nhiệm của các cấp ủy, tổ chức đảng trong lãnh đạo, chỉ đạo tổ chức thực hiện Cuộc vận động. Đồng thời, tiến thêm một bước nữa "đề cao trách nhiệm nêu gương của cán bộ, đảng viên, nhất là người đứng đầu trong việc tiêu dùng hàng Việt Nam".

15 năm qua, Cuộc vận động được triển khai dưới sự chỉ đạo sát sao, xuyên suốt của Đảng, huy động được sức mạnh của cả hệ thống chính trị, từ các cấp ủy, chính quyền, mặt trận và các đoàn thể chính trị - xã hội từ Trung ương đến cơ sở, cơ quan, đơn vị, hiệp hội ngành nghề, doanh nghiệp, gia đình, mỗi người dân.

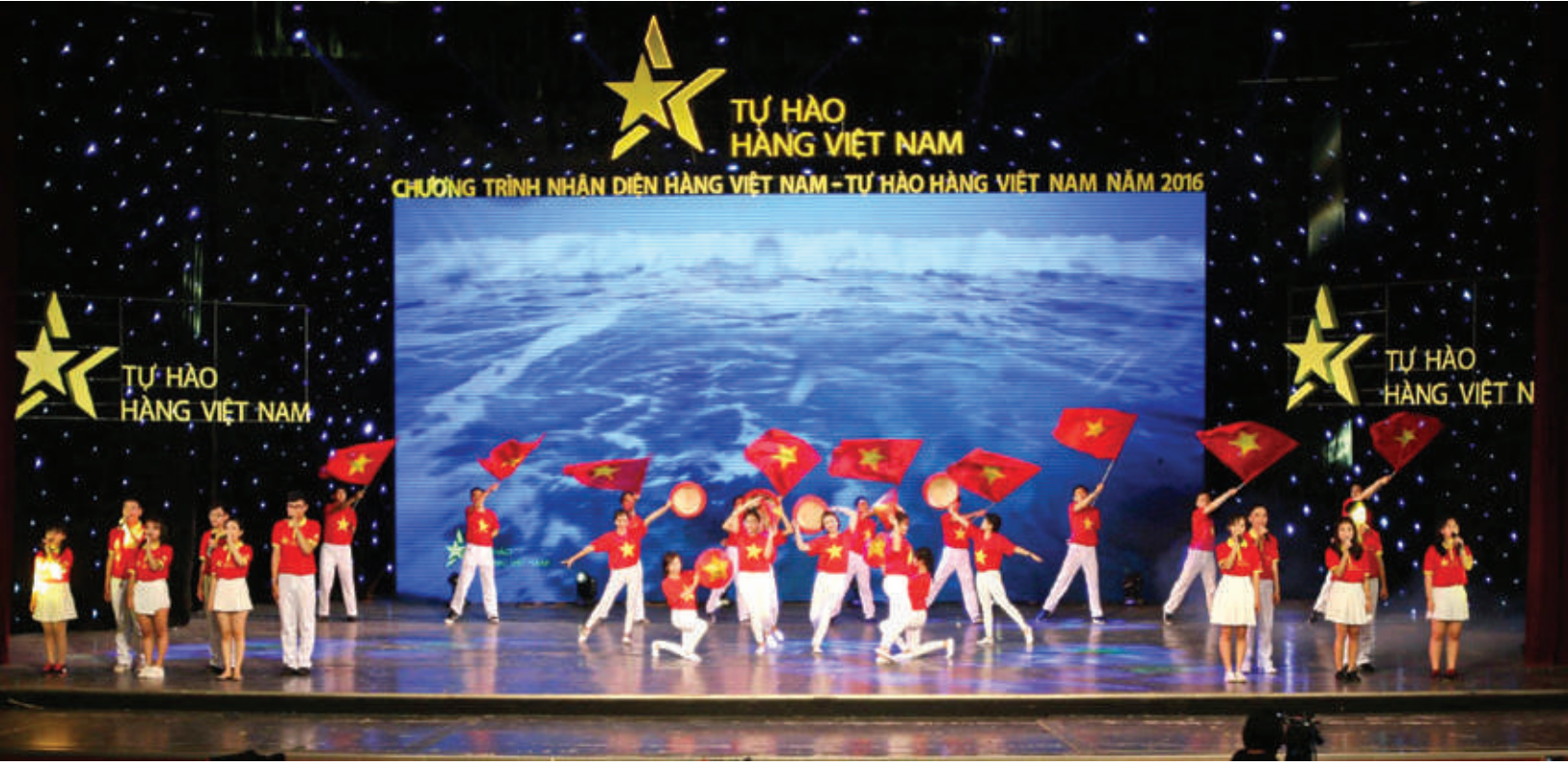
Kết nối sản xuất, sử dụng hàng Việt

Đối với ngành Công Thương, Cuộc vận động tập trung vào 5 nội dung trọng tâm, gồm: (i) Tuyên truyền chủ trương chính sách của Đảng, Chính phủ thực hiện Cuộc vận động. (ii) Rà soát các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh. (iii) Tôn vinh doanh nghiệp tiêu biểu, bình chọn sản phẩm chất lượng. (iv) Tăng cường kiểm tra, kiểm soát thị trường. Và (v) Tăng cường trách nhiệm của các cơ quan, tổ chức trong bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

5 nội dung trọng tâm này là một hệ thống đồng bộ các giải pháp đã thổi bùng lên sức sống mãnh liệt của hàng Việt, là chất xúc tác giúp doanh nghiệp sản xuất, người tiêu dùng, nhà quản lý, nhà phân phối, cùng nhau xây dựng một môi trường sinh thái mà trong đó, các chuỗi giá trị được gắn kết với nhau bằng công nghệ, bằng quản trị và cả bằng lòng tự hào, tự tôn dân tộc của người Việt Nam.

Bộ Công Thương đã phối hợp với các ban, ngành, địa phương bám sát chỉ đạo của Ban chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động và thực tiễn triển khai đã chủ động tham mưu, đưa ra những quyết sách đẩy mạnh thực hiện Cuộc vận động. Những đề án, chương trình, chiến lược như: Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"; Chương trình "Nhận diện hàng Việt Nam"; Chiến lược "Phát triển thương mại trong nước"; Đề án "Thúc đẩy Doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp các mạng phân phối nước ngoài",... đã củng cố và khơi thông mạch nguồn để dòng chảy Cuộc vận động đến từng ngôi nhà, ngõ xóm trên khắp dải đất hình chữ S.

Trong môi trường kinh doanh thuận lợi đó, nhiều doanh nghiệp chủ động đầu tư phát triển sản phẩm thay thế nhập khẩu và tham gia đấu thầu các dự án, như Công trình giàn khoan tự nâng ở độ sâu 90m nước phù hợp với điều kiện Việt Nam; Cụm công trình "Nghiên



Cuộc thi sinh viên nhận diện hàng Việt Nam
do Vụ Thị trường trong nước và Tạp chí Công Thương tổ chức - Ảnh: TCCT

cứu, phát triển và hoàn thiện công nghệ thu gom, xử lý, vận chuyển dầu thô trong điều kiện đặc thù của các mỏ liên doanh Việt - Nga Vietsovpetro và các mỏ kết nối trên thềm lục địa Việt Nam" - được đánh giá đặc biệt xuất sắc, làm thay đổi hoàn toàn quan điểm thiết kế hệ thống công nghệ do Liên Xô xây dựng ban đầu theo mô hình mỏ ở biển Caspi, đặt cơ sở vận hành an toàn các mỏ Bạch Hổ, mỏ Rồng. Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN) có 6 sản phẩm được công nhận "Make by EVN". Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam (TKV) nội địa hóa nhiều thiết bị cơ khí như chế tạo thành công giàn mềm GM 20/30, giá thủy lực phân thể GCTL1600/16/24F; chế tạo thành công xe khoan ME-01-DE, mở ra bước phát triển đột phá trong việc ứng dụng công nghệ mới trong khoan đào lò. Bên cạnh đó, nhiều phần mềm tiên phong công nghệ Việt liên tục trình làng: Bộ giải pháp công nghệ toàn diện cho xe hơi của Công ty TNHH Phần mềm FPT; Trung tâm số điều hành sản xuất - kinh doanh của Công ty Cổ phần Bóng đèn, Phích nước Rạng Đông; Hệ thống robot Delta trong sản xuất bánh kẹo của Công ty Cổ phần Giải pháp công nghệ cao VAS…

"Chúng ta là một"

15 năm qua, Cuộc vận động như "lời hịch" non sông, truyền đi tiếng gọi thiêng liêng của Tổ quốc, truyền đi khát vọng kết nối hàng Việt đã chạm đến tầng trầm tích sâu lắng nhất của mỗi con tim người Việt, kết nối vào chung một dòng chảy, kết nối 100 triệu người tiêu dùng, nhà sản xuất Việt Nam thành một khối thống nhất, liên thông với gần 6 triệu đồng bào Việt Nam ở nước ngoài.

Dòng chảy của Cuộc vận động đã thúc đẩy năng lượng tích cực của hệ giá trị Việt ngày càng lan tỏa, mang đến thông điệp "chúng ta là một" hết sức trực quan, sinh động.

Từ hoàn cảnh hết sức khó khăn: "Tâm lý sính dùng hàng ngoại vẫn tồn tại trong một bộ phận không nhỏ người tiêu dùng, nhiều doanh nghiệp phải hạn chế sản xuất, số người thất nghiệp tăng cao…" (Trích Kết luận số 264-TB/TW), đến nay, Cuộc vận động đã góp phần hoàn thành xuất sắc các chỉ tiêu kinh tế theo hướng kiềm chế lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô. Tỷ lệ hàng Việt tại các các kênh phân phối chiếm tỷ lệ khá cao, trên 80% tại các siêu thị; từ 60% trở lên tại kênh bán lẻ truyền thống.

Kết quả thăm dò dư luận xã hội gần đây về thực hiện Cuộc vận động của Viện Dư luận xã hội (Ban Tuyên giáo Trung ương) cho thấy, Cuộc vận động đã thu hút sự quan tâm của đông đảo cán bộ, đảng viên và các tầng lớp nhân dân: Trên 80% người được hỏi cho rằng, công tác thông tin, tuyên truyền về cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" đã làm tốt nhiệm vụ. Và có đến 87% người được hỏi cho rằng, Cuộc vận động đã khuyến khích, động viên người tiêu dùng ưu tiên sử dụng hàng Việt Nam; 82% người được hỏi cho rằng Cuộc vận động đã khơi dậy ý chí tự lực tự cường, trí tuệ, bản lĩnh, trách nhiệm, khát vọng vươn lên của người Việt Nam trong sản xuất - kinh doanh, quảng bá và sử dụng hàng Việt Nam; 81% người được hỏi cho rằng, Cuộc



Giải chạy Tự hào hàng Việt Nam năm 2023 do Vụ Thị trường trong nước và Tạp chí Công Thương tổ chức Ảnh: TCCT

vận động đã cổ vũ và khơi dậy tinh thần yêu nước của cộng đồng người Việt trong và ngoài nước.

Cuộc vận động không chỉ góp phần giáo dục ý thức tự lực, tự cường, tự tôn dân tộc của người Việt Nam trong sản xuất và tiêu dùng; không chỉ nâng đỡ xuất hiện nhiều mô hình, điển hình tốt trong nghiên cứu, ứng dụng công nghệ tiên tiến, đổi mới quản lý, khẳng định vị trí của hàng hóa Việt Nam trong lòng người tiêu dùng trong và ngoài nước, mà quan trọng hơn, còn từng bước hình thành bộ máy, cách thức tổ chức, huy động nguồn lực, đưa thị trường trong nước trở thành một trong những động lực trọng yếu vào tăng trưởng, trở thành tuyến phòng ngự vững chắc của nền kinh tế, góp phần bảo đảm an sinh xã hội khi có những biến động từ bên ngoài, khi nước ta ngày càng hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới.

Hội nhập là câu chuyện liên thông của thị trường trong nước với thế giới, để hàng hóa chúng ta hòa nhập vào dòng chảy lớn. Nhưng hội nhập còn là ý thức tự tôn dân tộc, với sự chung tay góp sức của gần 100 triệu người nuôi dưỡng sức sống của hàng Việt, để khi thị trường liên thông, hàng Việt sẵn sàng chảy đi muôn phương; và khi thị trường biến động, làm gián đoạn nguồn cung, hay suy giảm nhu cầu, thì hàng Việt trên thị trường nội địa sẽ trở thành điểm tựa cho tăng trưởng, duy trì sự phát triển của doanh nghiệp, đảm bảo nhu cầu tiêu dùng và an sinh xã hội.

Cuộc vận động đã góp phần quan trọng làm sáng tỏ quan điểm chỉ đạo trong Nghị quyết số 22-NQ/TW năm 2013 của Bộ Chính trị: "Hội nhập quốc tế là sự nghiệp của toàn dân và của cả hệ thống chính trị dưới sự lãnh đạo của Đảng và sự quản lý của Nhà nước. Mọi cơ chế, chính sách phải phát huy tính chủ động, tích cực và khả năng sáng tạo của tất cả các tổ chức, cá nhân, khai thác hiệu quả các tiềm năng của toàn xã hội, của các tầng lớp nhân dân, bao gồm cả cộng đồng người Việt Nam đang sinh sống và làm việc ở nước ngoài". Cuộc vận động cũng góp phần làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn, bổ sung, phát triển tư duy lý luận của Đảng ta trong giải quyết mối quan hệ giữa độc lập, tự chủ và hội nhập quốc tế; giữa hội nhập quốc tế với nâng cao sức mạnh tổng hợp, huy động tiềm năng của toàn xã hội. Từ đó, đề ra định hướng chiến lược lớn tại Đại hội Đảng XIII: "chủ động và tích cực hội nhập quốc tế toàn diện, sâu rộng, có hiệu quả".

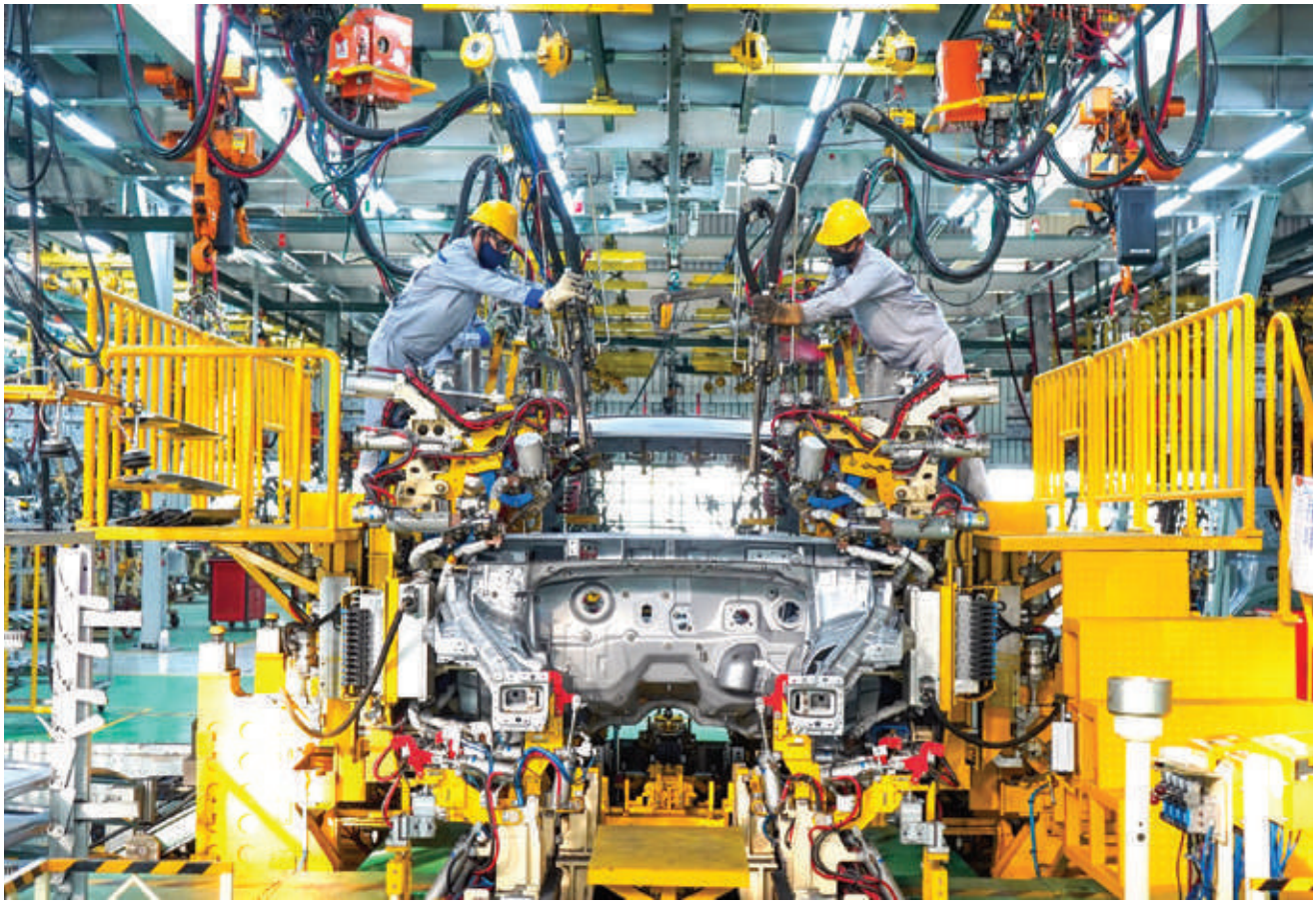
HƯƠNG GIANG

VƯỢT QUA TÌNH HUỐNG "CON GÀ - QUẢ TRỨNG"

HÌNH THÀNH NỀN CÔNG NGHIỆP TỰ CHỦ

BƯỚC ĐỘT PHÁ MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG CHO SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP ĐÃ GIÚP VƯỢT QUA TÌNH HUỐNG "CON GÀ-QUẢ TRỨNG"; TRỞ THÀNH ĐỘNG LỰC XÂY DỰNG TÍNH TỰ CHỦ CỦA NỀN CÔNG NGHIỆP TRONG NƯỚC, GÓP PHẦN THỰC HIỆN TỐT CUỘC VẬN ĐỘNG "NGƯỜI VIỆT NAM ƯU TIÊN DÙNG HÀNG VIỆT NAM".

● NGUYỄN VĂN



Không khí làm việc tại Nhà máy THACO KIA nhộn nhịp, sôi nổi. Dự kiến trong năm 2024, Nhà máy sẽ sản xuất 37.300 xe, tăng 41,7% so với năm 2023; xuất khẩu 680 bộ BIP xe KIA sang thị trường Ấn Độ

Từ 3 thực trạng

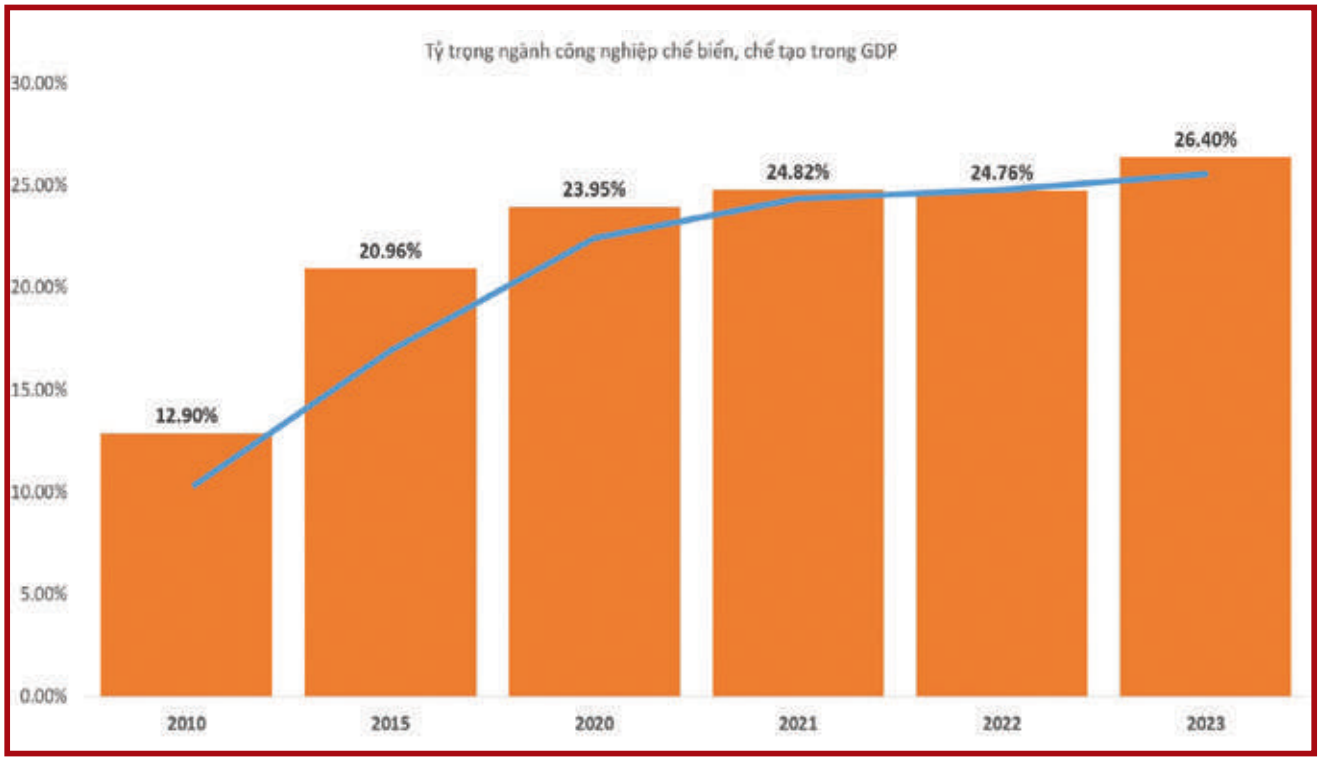
Chủ trương, đường lối của Đảng, Nhà nước xuyên suốt quá trình phát động, triển khai Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" (Cuộc vận động) là từng bước hình thành nền công nghiệp tự chủ, gắn phát triển công nghiệp với hình thành chuỗi cung ứng trong nước.

Xây dựng nền công nghiệp tự chủ cũng là một trong những định hướng mà Chính phủ đã xác định thông qua các mục tiêu cụ thể về kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội tại Đại hội Đảng lần thứ XI (năm 2011), lần thứ XII (năm 2016) và lần thứ XIII (năm 2021) nhằm "sản xuất ra nhiều hàng Việt Nam có chất lượng, sức cạnh tranh cao, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu" theo Thông báo số 264-TB/TW ngày 31/7/2009 của Bộ Chính trị về tổ chức Cuộc vận động.

Bài toán xây dựng nền công nghiệp tự chủ khá hóc búa trong giai đoạn đầu triển khai Cuộc vận động, khi sản xuất trong nước mới chiếm 30-50% nhu cầu đối với nhiều loại hàng hóa; khi nhiều nền tảng căn bản về quản trị và công nghệ đang còn hạn chế. Do đó, doanh nghiệp trong nước và cả doanh nghiệp FDI phụ thuộc nhiều vào nhập khẩu nguyên vật liệu, các sản phẩm trung gian, máy móc thiết bị sản xuất. Các ngành công nghiệp xuất khẩu chủ lực như dệt may, da giày, điện tử nhập khẩu từ 70% đến 90% linh kiện, nguyên phụ liệu.

Những hạn chế cụ thể trên xuất phát từ 3 tình trạng: *Thứ nhất,* công nghiệp chế biến, chế tạo của Việt Nam hầu hết chưa làm chủ được công nghệ nguồn. Bên cạnh đó, các công nghệ rèn, dập, hàn, đúc, xử lý nhiệt, xử lý bề mặt, nhuộm, hoàn tất vải, thuộc da... là nền tảng cơ bản cho các hoạt động gia công, sản xuất cũng chưa phát triển. *Thứ hai,* khối doanh nghiệp FDI thường sử dụng nguồn nhân lực của Việt Nam ở các khâu gia công, lắp ráp nên lao động Việt Nam vẫn đứng bên lề trong làm chủ công nghệ. *Thứ ba,* công nghiệp chế biến, chế tạo là ngành thường có rào cản gia nhập thị trường lớn. Đây là những rào

Tỷ trọng ngành công nghiệp chế biến, chế tạo trong GDP



(Nguồn: Tổng cục Thống kê; đvt: %)

Tỷ lệ thu mua nguyên, vật liệu của doanh nghiệp Nhật Bản tại Việt Nam tăng nhanh, đạt 41,9% (tăng gần 10% trong 10 năm). Trong đó, thu mua từ các doanh nghiệp địa phương là 17,2%, tăng 2,2% so với năm trước và cao hơn mức trung bình 10,4% từ ASEAN.
(Báo cáo của Tổ chức Xúc tiến thương mại Nhật Bản (JETRO) tại Việt Nam, công bố tháng 01/2024)

cản của tự nhiên do đặc thù của ngành như đầu tư ban đầu lớn, thời gian quay vòng vốn dài; đòi hỏi nguồn nhân lực chất lượng cao, sản xuất tác động lớn đến môi trường... khiến công nghiệp chế biến, chế tạo kém hấp dẫn trong việc thu hút đầu tư của xã hội hơn các ngành kinh tế khác.

Cú hích mang tên "thị trường"

Với 3 thực trạng trên, việc xây dựng công nghiệp tự chủ rơi vào tình huống "con gà - quả trứng": Vì hạn chế vốn và công nghệ, ít doanh nghiệp tham gia vào công nghiệp chế biến chế tạo; vì không nhiều doanh nghiệp công nghiệp chế biến, chế tạo nên có những khoảng trống về công nghệ nguồn và công nghệ nền tảng.

Trong bối cảnh đó, chúng ta đã chọn "thị trường" làm khâu đột phá, mà cú hích là xây dựng cơ chế đặt hàng sản xuất và mua sắm công theo hướng ưu tiên sử dụng hàng nội địa, đặc biệt với các tập đoàn, doanh nghiệp nhà nước. Khởi đầu là thỏa thuận giữa các tập đoàn, tổng công ty trực thuộc Bộ Công Thương ưu tiên sử dụng sản phẩm của nhau vào năm 2012. Sau một năm thực hiện, các thỏa thuận đã đáp ứng nhu cầu mua sắm, tiêu thụ hàng hóa của các tập đoàn, tổng công ty với giá trị lên đến hàng trăm tỷ đồng và góp phần giảm tồn kho của ngành công nghiệp chế biến, chế tạo, cũng như tăng thị phần trong nước của các tập đoàn, tổng công ty.

Những thành công bước đầu gợi mở cho nhiều đơn vị tiến tới hợp tác ở mức cao hơn: Hợp tác chiến lược. Điển hình như EVN, TKV và PVN ký thỏa thuận hợp tác chiến lược trên 6 lĩnh vực, bao gồm quy hoạch phát triển ngành; thực hiện các dự án đầu tư; đầu tư khai thác và vận chuyển than; vận hành các nhà máy điện; hợp tác sử dụng dịch vụ và hợp tác truyền thông.

Hợp tác sử dụng sản phẩm của nhau và hợp tác chiến lược từ các đơn vị trong Bộ Công Thương đã lan rộng sang các doanh nghiệp trong cả nước. Theo thống kê sơ bộ, tính từ năm 2020 đến nay, đã có gần 200 nghìn dự án, công trình thuộc các doanh nghiệp, đơn vị trong khối doanh nghiệp Trung ương sử dụng vật tư, nguyên, vật liệu trong nước, với tổng giá trị gần 1 triệu tỷ đồng.

Hợp tác là nhân tố tích cực cho hình thành chuỗi cung ứng một số ngành công nghiệp có lợi thế và phát triển những doanh nghiệp có tiềm năng thành những tập đoàn kinh tế đủ mạnh, dẫn dắt các phân ngành công nghiệp phát triển theo, như PVN, EVN, TKV, Petrolimex, Vinatex, Công ty CP Ô tô Trường Hải, Vinfast, Công ty CP Tập đoàn Thành Công, Công ty CP Tập đoàn Hòa Phát, Vinamilk…

Nhiều chuỗi cung ứng trong nước được hình thành, đó là: Chuỗi cung ứng điện năng, khí LNG, điện tử, thép, dệt may - thời trang, da giày, đồ gỗ… Việt Nam cũng tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu thông qua các doanh nghiệp FDI. Theo điều tra của VCCI, năm 2021 có 52,4% doanh nghiệp FDI sử dụng hàng hóa và dịch vụ đầu vào của các doanh nghiệp Việt Nam, tăng lên 63,3% trong năm 2023, cao hơn rất nhiều so với mức 12,4% vào năm 2010.

Bước đột phá mở rộng thị trường cho sản phẩm công nghiệp đã giúp vượt qua tình huống "con gà - quả trứng"; trở thành động lực xây dựng tính tự chủ của nền công nghiệp trong nước. Tỷ trọng trong GDP của ngành công nghiệp chế biến, chế tạo tăng nhanh và bền vững qua các năm. Việt Nam đã vươn lên trở thành một trong những quốc gia có nền công nghiệp có năng lực cạnh tranh toàn cầu (CIP) ở mức khá cao, thuộc vào nhóm các quốc gia có năng lực cạnh tranh công nghiệp trung bình cao với vị trí thứ 44 trên thế giới năm 2018 và đứng thứ 30 vào năm 2021, góp phần thực hiện tốt Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"■

TS. LÊ VIỆT NGA - NGUYÊN PHÓ VỤ TRƯỞNG
VỤ THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC:

CUỘC VẬN ĐỘNG CHO CHÚNG TA NHIỀU BÀI HỌC KINH NGHIỆM VỀ ĐIỀU HÀNH THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC

LÀ NGƯỜI CÓ 15 NĂM TRỰC TIẾP THAM GIA NHIỀU CHƯƠNG TRÌNH, HOẠT ĐỘNG HƯỞNG ỨNG CUỘC VẬN ĐỘNG "NGƯỜI VIỆT NAM ƯU TIÊN DÙNG HÀNG VIỆT NAM", TIẾN SĨ LÊ VIỆT NGA - NGUYÊN PHÓ VỤ TRƯỞNG VỤ THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC (BỘ CÔNG THƯƠNG) ĐÃ DÀNH CHO TẠP CHÍ CÔNG THƯƠNG CUỘC TRAO ĐỔI THÚ VỊ VỀ HÀNH TRÌNH 15 NĂM NHIỀU Ý NGHĨA NÀY. XIN TRÂN TRỌNG GIỚI THIỆU CÙNG BẠN ĐỌC.

● THY THẢO - HUYỀN MY *(thực hiện)*

PV: *Là người được trực tiếp tham gia Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" từ những ngày đầu, thưa TS. Lê Việt Nga, với bà, kỷ niệm về Cuộc vận động chắc hẳn còn rất sâu sắc?*

TS. LÊ VIỆT NGA: Đã 15 năm, nhưng cho tới nay tôi vẫn nhớ tháng 7/2009, Bộ Chính trị chính thức ra thông báo Kết luận triển khai Cuộc vận động và Bộ Công Thương là đơn vị đầu tiên được ký Chương trình hành động để triển khai Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam".

Sau khi Chương trình hành động được ban hành, "cơn bão" khủng hoảng kinh tế thế giới năm 2009 bùng nổ, hàng hóa Việt Nam vì thế không thể xuất khẩu được, doanh nghiệp rơi vào tình trạng vô cùng khó khăn. Vụ Thị trường trong nước đã tham mưu lãnh đạo Bộ Công Thương đề ra Kế hoạch, Chương trình hành động cho Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" với 4 nhóm nhiệm vụ chính: (i) đẩy mạnh truyền thông; (ii) tăng cường kết nối cung cầu; (iii) xây dựng hạ tầng, những điểm bán hàng Việt Nam; và (iv) nâng cao năng lực, kỹ năng của doanh nghiệp trong kinh doanh hàng Việt Nam.

Đến năm 2012, tại cuộc họp sơ kết 6 tháng đầu năm, đồng chí Trương Quang Hoài Nam - Phó trưởng ban Đối ngoại Trung ương (lúc bấy giờ là Vụ trưởng Vụ Thị trường trong nước, Bộ Công Thương) đã có bài phát biểu ngắn với Lãnh đạo Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam đại ý: Ngành Công Thương nhận thức đây là một lợi ích tự thân của Ngành, nên chúng tôi sẵn sàng tham gia Cuộc vận động một cách tích cực nhất, hãy giao cho chúng tôi nhiệm vụ được tham mưu nhiều hơn cho Mặt trận Tổ quốc Việt Nam trong triển khai Cuộc vận động,...



TS. Lê Việt Nga - Ảnh: TCCT



TS. Lê Việt Nga tại Cuộc thi Sinh viên nhận diện hàng Việt Nam (năm 2017), do Vụ Thị trường trong nước và Tạp chí Công Thương tổ chức - Ảnh: TCCT



Chương trình kết nối sản xuất và tiêu thụ sản phẩm miền núi vùng sâu, vùng xa và hải đảo do Vụ Thị trường trong nước và Tạp chí Công Thương thực hiện - Ảnh: TCCT



Phiên chợ đưa hàng Việt về nông thôn Ảnh: Internet

Với những tâm huyết đó, cùng sự quan tâm sát sao của Đảng, Nhà nước và Bộ Chính trị, Cuộc vận động đã bắt đầu triển khai bằng những thông tin đầu tiên, thành lập Ban Chỉ đạo, Ban Giúp việc và xây dựng kế hoạch hằng năm để triển khai trên toàn quốc. Kế hoạch này không chỉ là dành riêng cho thị trường trong nước, mà dựa vào đó phải thể chế hóa, cải cách hành chính để lồng ghép các lĩnh vực khác trong toàn ngành Công Thương, như: quản lý thị trường, phòng vệ thương mại, cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng, thị trường nước ngoài…

Cùng với đó, huy động sự chung tay, vào cuộc liên ngành, phối hợp giữa cơ quan quản lý nhà nước với khối doanh nghiệp, kết nối giữa các doanh nghiệp với nhau, xây dựng cộng đồng "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam".

PV: Kết nối tiêu thụ hàng Việt và bình ổn thị trường là những hoạt động mà ngành Công Thương và các địa phương đã làm rất hiệu quả trong những năm qua, bà có thể cho biết thêm thông tin về những hoạt động này?

TS. LÊ VIỆT NGA: Giai đoạn năm 2011 - 2012 là đỉnh điểm của khó khăn. Trước yêu cầu bức bách đưa nền kinh tế đất nước vượt qua thách thức, Bộ Công Thương đã đề nghị các doanh nghiệp trong nước ưu tiên tiêu thụ hàng hóa nguyên, nhiên, vật liệu của nhau. Lúc bấy giờ, 11 tập đoàn, tổng công ty đã cùng ngồi lại với nhau với quyết tâm: Chung

tay cứu lấy thị trường. Điển hình là việc Tập đoàn Dệt may Việt Nam (Vinatex) nhập hàng hóa, nguyên, phụ liệu từ các doanh nghiệp trong nước để may đồng phục cho Tổng công ty Hàng không Việt Nam (Vietnam Airlines).

Rồi từ mô hình đầu tiên này, Sở Công Thương TP. Hồ Chí Minh đã chủ động tới gặp Vụ Thị trường trong nước bày tỏ mong muốn cùng đồng hành, giúp Sở lồng ghép chương trình hàng Việt vào hỗ trợ bình ổn thị trường. Mục tiêu để Thành phố không bị lũng đoạn về giá, về nguồn hàng, khi lạm phát tăng đến 20% vào năm 2012. Chương trình kết nối cung cầu của TP. Hồ Chí Minh với các tỉnh Đông, Tây Nam bộ ra đời trong hoàn cảnh đó. TP. Hồ Chí Minh đã chủ trì, ký kết giữa các tỉnh với nhau, đưa hàng hóa từ TP. Hồ Chí Minh về các tỉnh và ngược lại, để bình ổn thị trường và kiềm chế lạm phát. Ngày hôm đó, các địa phương, doanh nghiệp, hộ sản xuất nhỏ lẻ về tham dự rất đông. Bên bán, bên mua và cả những hệ thống siêu thị Việt Nam như Saigon Co.op hay SATRA cũng rất háo hức và hăng hái. Từ đây, những hợp đồng đầu tiên cũng đã được ký kết, 10 triệu người dân tại TP. Hồ Chí Minh đã được mua những sản phẩm, hàng hóa vừa ngon, vừa rẻ, với giá cả ổn định.

Thành công này lan rộng tới các địa phương, làm thay đổi tư duy về xúc tiến thương mại cho hàng Việt. Từ mô hình của TP. Hồ Chí Minh, đã có hơn 50 tỉnh/thành phố tham gia chương trình dùng hàng Việt để bình ổn thị trường; 100% các tỉnh/thành phố thiết lập nên những điểm bán hàng Việt; tăng cường tổ chức kết nối cung cầu cho hàng hóa Việt Nam. Từ đó, chương trình xúc tiến thương mại hàng năm được tập trung vào kích cầu tiêu dùng hàng Việt, khi thì OCOP, khi thì đặc sản vùng miền,… nhờ vậy, tỷ lệ hàng Việt vẫn được duy trì trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam mở cửa.

Nhờ đó, chỉ số giá tiêu dùng sau đó luôn được dao động quanh ngưỡng 5%. Đây là thành công lớn nhất của Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" và của ngành Công Thương trong hỗ trợ bình ổn thị trường, không để thị trường bị vỡ, kiềm chế lạm phát, gỡ khó cho nhà sản xuất.

Một câu chuyện khác về kết nối, đó là năm 2014, do ách tắc tại biên giới, toàn bộ vải thiều Bắc Giang ùn ứ, Bộ Công Thương với đội ngũ dày dặn kinh nghiệm đã cùng nhau bàn cách "giải cứu" vải. Bộ Công Thương đã tích cực liên hệ với các tỉnh Đông, Tây Nam bộ, giới thiệu và quảng bá về quả vải thiều Bắc Giang mọng nước thế nào, ăn ngọt ra sao… (vì bà con mình trong đó còn rất xa lạ với quả vải).

Mặt khác, Bộ cũng nhờ những thương nhân chuyên thu mua vải thiều xuất khẩu, hỗ trợ công nghệ đóng gói, bảo quản để vận chuyển từ Bắc vào Nam mà vẫn giữ được độ tươi ngon cho quả vải.

Bằng cách này, toàn bộ vụ vải thiều 300.000 tấn của Bắc Giang đã được giải cứu thành công. Có được kết quả đó cũng là nhờ Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam".

Có thể nói, Cuộc vận động đã đem lại cho chúng ta nhiều kinh nghiệm về công tác kết nối để có được nguồn hàng duy trì với giá cả bình ổn, kể cả khi dịch Covid-19 bùng nổ và diễn biến phức tạp tại Việt Nam.

PV: *Sau 15 năm Cuộc vận động đã có bước tiến dài từ lượng sang chất, từ góc nhìn Công Thương, bà có đánh giá gì về ý kiến này?*

TS. LÊ VIỆT NGA: Năm 2012, Thủ tướng Chính phủ giao Bộ Công Thương tham mưu cho Thủ tướng ban hành Chỉ thị về tăng cường triển khai Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam". Bộ Công Thương đã nhanh chóng triển khai điều tra, khảo sát toàn quốc, từ các bộ, ngành liên quan đến các địa phương và đề xuất phương án triển khai.

Nhờ đó, Chỉ thị số 24/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường thực hiện Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" ngày 17/9/2012 chính thức được ban hành, trong đó đề xuất nhiệm vụ cụ thể của từng bộ, ngành. Bộ Công Thương được giao xây dựng, triển khai đề án phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động nhằm kích cầu tiêu dùng hàng Việt Nam. Theo đó, Cuộc vận động đã lồng ghép thêm chương trình đưa sản phẩm, hàng hóa an toàn thực phẩm của Việt Nam vào hệ thống phân phối hiện đại, thiết lập chuỗi cung ứng thực phẩm Việt an toàn.

Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" từ đây đã bước sang giai đoạn mới, chuyển dần sang tạo động lực cho sản xuất trong nước phát triển.

Cuộc vận động tiếp tục được đẩy mạnh triển khai hơn nữa khi triển khai thành Đề án thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam tham gia vào hệ thống phân phối nước ngoài do Vụ Thị trường châu Âu - châu Mỹ làm đầu mối và lan rộng đến Cục Công nghiệp, xây dựng Đề án, Chương trình công nghiệp hỗ trợ được duy trì đến ngày hôm nay.



Đội QLTT số 1 giám sát, nắm tình hình cung ứng hàng hóa tại địa bàn thành phố Cao Bằng

Nếu như cách đây 10 năm, nguyên, nhiên, vật liệu trong nước chỉ cung ứng được khoảng 20 - 25% cho ngành Dệt May, Da Giày, đến nay, đã tăng lên đến 50 - 60% và sẽ còn tăng cao hơn nữa.

Hay trước đây, khi Uniqlo xuất hiện ở Việt Nam, chỉ có khoảng 20 - 25% là hàng Made-in-Vietnam. Nhờ vận động của Bộ Công Thương, đến năm nay, Uniqlo đã đạt 60% và phấn đấu đạt 70% hàng hóa Made-in-Vietnam được đưa vào hệ thống và xuất khẩu vào năm tới.

Tại AEON Việt Nam cũng đặt mục tiêu hướng tới đạt 1 tỷ USD xuất khẩu hàng AEON TopValu - gia công tại Việt Nam, bán trong hệ thống AEON toàn cầu.

Hay tại Lotte Mart đã gia công 800 sản phẩm Choice L tại Việt Nam để tiêu thụ tại thị trường trong nước và xuất khẩu, đồng thời Lotte Mart cũng mở ra những quầy, kệ hàng sản phẩm OCOP ở những vị trí đẹp mắt nhằm đẩy mạnh tiêu dùng các sản phẩm trong nước.

Từ những thành công đó, Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" tiếp tục chuyển mình, vươn lên tầm thế mới, đó là "Tự hào hàng Việt Nam", "Tinh hoa hàng Việt Nam", chuyển đổi từ lượng đến chất, từ tỷ lệ hàng Việt cung cấp cho thị trường đến chất lượng hàng Việt phục vụ thị trường.

Để tiếp tục nhân rộng mô hình này, Bộ Công Thương đã tham mưu cho Mặt trận Tổ quốc trong việc vận động các bộ, ngành liên quan. Theo đó, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã xây dựng nên Chương trình OCOP - "Mỗi xã một sản phẩm". Chỉ sau 6 năm, đến nay, đã có đến 12.000 sản phẩm đạt chất lượng OCOP, là những sản phẩm chất lượng, thấm đẫm giá trị văn hóa, lịch sử…

Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" thành công, còn có sự đóng góp của công tác quản lý thị trường, phòng vệ thương mại. Ngay cả trên môi trường mới như thương mại điện tử, Bộ Công Thương cũng đã vận động nhiều sàn giao dịch thương mại điện tử, nhiều nền tảng như TikTok, Shopee... "xắn tay" tham gia vào tuyên truyền về sản phẩm, hàng hóa Việt Nam, mở các gian hàng Việt…

Có thể thấy rằng, vai trò của Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" là rất quan trọng trong đời sống hằng ngày cũng như trong những lúc giải quyết khủng hoảng (vì trong mọi tình huống, phải đảm bảo được hàng hóa lưu thông, phục vụ được cho sản xuất). Đây là công cụ vô cùng quý mà Bộ Chính trị tạo ra cho ngành Công Thương, giúp cho ngành Công Thương hoàn thành được các nhiệm vụ được giao và góp phần cho Ngành phát triển.

***PV:** Xin cảm ơn bà!*



NGƯỜI KỂ CHUYỆN LÀNG NGHỀ

Bà Hà Thị Vinh - Chủ tịch Hiệp hội Thủ công mỹ nghệ và Làng nghề Hà Nội rất tâm đắc với chỉ đạo của Bộ Công Thương về việc hướng dẫn các địa phương triển khai các hoạt động gắn văn hóa, du lịch với thương mại. Bà là thế hệ thứ 15 của một gia đình có nghề gốm gia truyền lâu đời. Làng nghề Bát Tràng của bà có hai điểm đặc biệt, một là có nghề rồi mới có làng. Theo giải thích của bà, tổ tiên xưa của làng là làng gốm cổ Bồ Bát (nay là làng Bạch Liên, thuộc xã Yên Thành, huyện Yên Mô, tỉnh Ninh Bình) theo Vua Lý Công Uẩn rời đô ra Thăng Long và mang theo nghề đến lập nên làng Bát Tràng ngày nay. Hai là, có làng mà không có ruộng, vì cư dân ở đây chỉ làm gạch và hàng thủ công mỹ nghệ.

Khi nhu cầu thế giới suy giảm, bà mới thấm thía chủ trương "gắn văn hóa, du lịch với thương mại". Trung tâm Tinh hoa làng nghề Việt do bà xây dựng là một trong những địa điểm du lịch thú vị của làng nghề Bát Tràng. Ở đây có trên 60 gian hàng của các nghệ nhân. Mỗi gian hàng là một dòng sản phẩm riêng, với những câu chuyện riêng. Đó là những câu chuyện hấp dẫn, lôi cuốn, có thể là chuyện về ý tưởng ban đầu của sản phẩm, biến thiên ra sao trong quá trình sáng tạo; về chuyện họ phải giải quyết những bài toán nào, khi biến ý tưởng thành sản phẩm… Qua đó, du khách cảm nhận được những thông điệp nhân văn và văn hóa, cốt cách con người Bát Tràng.

Trung tâm còn có một khu trại sáng tác để thu hút các nghệ nhân, họa sỹ, những người yêu gốm tạo nên những tác phẩm gốm độc đáo. Trong không gian văn hóa đó, du khách có cơ hội trải nghiệm làm nghề, giao lưu với các thế hệ tiền bối ngay tại vùng sản xuất gốm sứ nổi tiếng.

Theo bà Vinh, Bát Tràng đã thể hiện xuất sắc chủ trương "gắn văn hóa, du lịch với thương mại". Trong bối cảnh nhu cầu thế giới suy giảm, Bát Tràng vẫn ăn nên làm ra, du khách vẫn tấp nập ra vào. Sợi dây du lịch - thương mại đã tạo ra hệ giá trị văn - hóa - kết - nối hài hòa giữa người tiêu dùng, người sản xuất và nhà phân phối hàng Việt.

Từ làng RA BIỂN LỚN

ĐƯA HÀNG VIỆT RA THẾ GIỚI LÀ MỘT HÀNH TRÌNH ĐẦY THỬ THÁCH, VÀ NHỮNG NGƯỜI THÀNH CÔNG LÀ NHỮNG NGƯỜI DŨNG CẢM, SÁNG TẠO NHẤT. HÀNH TRÌNH VƯỢT KHÓ CỦA HỌ LÀ NHỮNG CÂU CHUYỆN TRUYỀN CẢM HỨNG. BỞI NHIỀU TRONG SỐ HỌ ĐỀU XUẤT PHÁT TỪ NHỮNG DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ SIÊU NHỎ.

● NGUYỄN VĂN - THY THẢO

TỪ MỘT CỬA HÀNG NHỎ TỚI NHÀ SẢN XUẤT CÓ HƠN 3.000 ĐỐI TÁC TOÀN CẦU

Công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển sáng tạo Đông Dương (Indochina JSC) xuất phát điểm là một cửa hàng bán sản phẩm thủ công mỹ nghệ ở 93 Mã Mây (Hoàn Kiếm, Hà Nội) từ năm 2015, chủ yếu phục vụ khách du lịch quốc tế đến Thủ đô.

Nhận thấy xu hướng yêu thích và ưa chuộng các sản phẩm được bày bán tại cửa hàng, Indochina JSC mạnh dạn thành lập Phòng Kinh doanh xuất nhập khẩu vào tháng 6/2015, khi ấy chỉ có 3 người gồm Giám đốc Hoàng Thanh Tâm và 2 nhân viên kinh doanh.

Tháng 8/2015, Indochina JSC đăng ký thành công 1 tài khoản Gold Supplier (nhà cung cấp vàng) trên Alibaba.com, bắt đầu những đơn hàng đầu tiên kinh doanh trên sàn thương mại điện tử sau 2 tháng.

"Chỉ khoảng 1 tháng sau đã có đơn hàng đầu tiên, dù khá nhỏ thôi nhưng thời điểm đó chúng tôi rất vui và hạnh phúc", Giám đốc Indochina JSC Hoàng Thanh Tâm chia sẻ.

Những kết quả kinh doanh thể hiện xu hướng tích cực, khi đến tháng 7/2017, Indochina JSC nâng cấp tài khoản ban đầu từ gói Standard (Tiêu chuẩn) lên Premium (Cao cấp) và tiếp tục đăng ký thêm 1 tài khoản Gold Supplier thuộc ngành hàng thủ công mỹ nghệ và sản phẩm nghệ thuật đặc sắc. Ở đây, Indochina JSC tập trung khai thác thế mạnh sản xuất khác nhau, hướng đến đối tượng khách hàng khác nhau và cung cấp các giá trị tiêu dùng khác nhau. 2 tài khoản hoạt động song song cũng giúp tăng độ nhận diện của doanh nghiệp, dễ dàng kết nối những khách hàng tiềm năng chuyên biệt, góp phần tăng doanh thu, lợi nhuận.

Biết đến Indochina JSC qua gian hàng trên Alibaba.com, năm 2017, một đối tác Ả Rập đã tìm đến tận văn phòng và showroom của Indochina JSC để tìm hiểu về thiết kế, mẫu mã sản phẩm. Sau 3 ngày làm việc với cường độ cao, trải qua nhiều lần thương lượng mới đi đến kết quả. May mắn, đối tác đã tin tưởng và đặt hàng 2 container xuất khẩu - một đơn hàng không hề nhỏ đối với doanh nghiệp mới chỉ "chập chững" trên đường ra biển lớn.

"Đến giờ, chúng tôi vẫn là đối tác tốt của nhau", Giám đốc Indochina JSC Hoàng Thanh Tâm cho biết.

Tham gia thương mại điện tử, Indochina JSC ký kết thành công nhiều hợp đồng lớn, doanh thu xuất khẩu tăng trưởng rõ rệt qua từng năm. Phòng Kinh doanh xuất nhập khẩu từ 3 nhân viên đã tăng lên 12 nhân viên kinh doanh trong tổng số 20 nhân sự, với nhiều phòng, ban mới như: Phòng Marketing, Phòng Bán hàng, Phòng Mua hàng, Bộ phận Quản lý chất lượng…

Năm 2018, để chủ động nguồn cung, Indochina JSC đầu tư xây dựng một nhà máy đạt tiêu chuẩn của Mỹ và châu Âu, trở thành thành viên trong chuỗi cung ứng BSCI, tức doanh nghiệp đáp ứng hệ thống tuân thủ xã hội trong kinh doanh - là hệ thống giám sát xã hội của châu Âu đối với doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng.

Tháng 12/2021, bất chấp khó khăn giữa đại dịch Covid-19, Indochina JSC xây dựng nhà máy thứ 2 ở Chương Mỹ (Hà Nội), tạo điều kiện cho việc kinh doanh liên tục mở rộng.

Đầu tư vào sản xuất cũng là tiền đề để Indochina JSC tự tin đăng ký làm Verified Suppier (nhà cung cấp được xác minh) trên Alibaba.com. Để trở thành Nhà cung cấp được xác minh, Indochina JSC đã trải qua chương trình đánh giá bởi tổ chức giám định độc lập quốc tế SGS, liên quan đến 100 tiêu chí thuộc 8 danh mục, đó là: Đảm bảo hậu mãi, Hồ sơ công ty, Sản phẩm chính, Chất lượng quản lý, Khả năng sản xuất, Khả năng nghiên cứu và phát triển, Khả năng Dịch vụ và Khả năng của chuỗi cung ứng.

Thành công "nâng cấp", Indochina JSC tiếp tục phát triển hệ thống khách hàng và tập trung thiết kế sản phẩm. Sản phẩm của Indochina JSC được khách hàng biết đến nhiều hơn trước đây, bởi gian hàng có 60 sản phẩm được trưng bày thay vì 20 sản phẩm như trước. Lượng tương tác tăng hơn 50%, lượng khách hỏi hàng tăng gấp 3 lần, số lượng đơn hàng chốt thành công đã tăng hơn 30%,… so với trước đó, phần nào bởi khách hàng hài lòng và yên tâm hợp tác hơn khi tất cả những thông tin về Indochina JSC đã được xác minh bởi SGS và Alibaba.com.

Đến nay, lượng khách ghé vào gian hàng của Indochina JSC trên Alibaba.com mỗi tháng dao động khoảng 20.000 - 30.000, với 300 - 400 yêu cầu nhận hàng. Con số này cao gấp 6 lần trung bình ngành hàng thủ công mỹ nghệ trên Alibaba.com, và giá trị giao dịch của Indochina JSC đã đạt tới 5 triệu USD.

Từ một cửa hàng bán lẻ ở Mã Mây, đến một gian hàng trên thương mại điện tử, Indochina JSC giờ có trong tay 3 nhà máy sản xuất và hệ thống lên tới hơn 3.000 đối tác toàn cầu từ các quốc gia như Mỹ, Canada, Pháp, Đan Mạch, Nhật Bản,...

LÊN TÀ XÙA ĐỂ TÌM LỐI ĐI RIÊNG

Anh Phạm Vũ Khánh sinh năm 1972, vốn là kỹ sư cơ khí tài năng tại Công ty Cổ phần Cơ khí ô tô 3-2. Năm 2005, anh từ bỏ công việc, chuyển hướng sang theo đuổi ngành trà. Điều anh muốn không chỉ làm nhà máy chế biến trà, mà phải chủ động từ vùng nguyên liệu chè, và bắt đầu tư Bản Bẹ, Tà Xùa (huyện Bắc Yên, tỉnh Sơn La). Khi ấy, Tà Xùa còn chưa có đường, chưa có điện.

Đồng bào ở Tà Xùa chủ yếu thuộc dân tộc H'mông, có nhịp sống khá chậm. Dù sở hữu một trong những giống chè hiếm nhất thế giới là Shan Tuyết, nhưng người dân nơi đây cũng chỉ coi như loại chè bình thường trên rẻo cao, không hề ý thức về giá trị nó có thể mang lại.

Chưa kể, cây chè Shan Tuyết cổ thụ quý hiếm, thậm chí lúc đó còn bị đặt ở vùng quy hoạch bỏ đi. Nguyên nhân búp chè cổ thụ thường rất to, bà con quen xao chè bằng củi lửa, không đủ nhiệt để diệt men, dẫn đến khi ra trà bị đắng, người mua không thích. Búp chè của cây Shan Tuyết cổ thụ chỉ được bán với giá 20.000 đồng/kg chè tươi, trong khi chè của cây mới trồng lại bán được giá 40.000/kg, nghịch lý vô cùng.

Biết là khó, nhưng anh Khánh vẫn quyết tâm làm. Anh đến sống với người dân Tà Xùa, học tiếng H'mông, dành hàng năm trời để khảo sát khoanh vùng nguyên liệu, hỗ trợ người dân với tư cách cá nhân. Sau đó, anh thành lập Công ty TNHH Trà và Đặc sản Tây Bắc (TAFOOD), khởi động việc đem chè Shan Tuyết xuống núi với thương hiệu Shanam - có nghĩa là trà Shan Tuyết Việt Nam.

Vì chè là cây ăn lá, nếu hái đúng kỹ thuật thì mùa sau cây sẽ lại ra nhiều búp hơn, và cứ như vậy sản lượng sẽ tăng. Hơn nữa, nếu hái đúng kỹ thuật "một tôm hai lá" thì chè Shan Tuyết thực sự là "vàng xanh, vàng trắng" giúp bà con thay đổi cuộc sống.

Nhưng để bà con hiểu được việc đó cũng không đơn giản. Những ngày đầu, bà con vẫn hái theo cách lâu nay làm, búp ra đến đâu hái đến đó. Đến ngày hái chè, hôm thì bà con bận đi đám cưới, hôm lại bận làm nương, vậy là qua ngày tốt cho thu hoạch.

Để giúp bà con, TAFOOD bắt tay với địa phương thành lập Hợp tác xã Trà Tà Xùa. Hợp tác xã một mặt

dạy bà con cách hái đúng, chọn chè tốt; mặt khác đứng lên thu mua cho bà con, đưa chè đạt tiêu chuẩn vào nhà máy của TAFOOD. Nhà máy bao tiêu hết cả vùng nguyên liệu của Hợp tác xã, bà con không lo về đầu ra, yên tâm gắn bó với Công ty.

Đồng thời, TAFOOD cũng tuyên bố mua chè Shan Tuyết với giá 40.000 đồng/kg chè tươi, bà con không cần chế biến mà chỉ cần hái đúng kỹ thuật, ai hái đúng kỹ thuật thì bán được chè giá cao hơn, bà con vui vẻ làm theo. Hiện giá mua chè tươi bình quân của TAFOOD tại Tà Xùa là 80.000 đồng/kg, chè của một số nhà hái theo kỹ thuật cao mức giá lên tới 150.000-160.000 đồng/kg, có thể nói là cao nhất Việt Nam.

Dần dần, người dân nơi đây hình thành được ý thức và thấy yêu cây chè hơn, hiểu rõ giá trị và lợi ích mình có được.

Bà con Tà Xùa những ngày đầu được tuyển vào nhà máy làm công nhân còn không biết chữ, cán bộ đến dạy mấy tháng liền cũng chỉ biết ký tên, giờ đã đọc thông, viết thạo và thậm chí giao tiếp với người Kinh rất giỏi. Đến nay, công nhân thu mua chè nguyên liệu, công nhân trong nhà máy và cả nhân viên văn phòng, nhân viên bán hàng của Shanam ở Tà Xùa đều là người H'mông, được trả lương, được mua bảo hiểm, biết dùng máy vi tính.

Cũng nhờ tăng thêm giá trị cho cây chè, thu nhập ổn định, bà con có vốn mở rộng nuôi trâu, bò, đầu tư trang trại rau màu. Từ một xã Vùng III đặc biệt khó khăn, nhiều bà con Tà Xùa mua sắm được những tiện nghi đắt tiền như tivi, tủ lạnh, xe máy…

Nhờ dự án của TAFOOD, lãnh đạo địa phương đã đầu tư một con đường bê tông nối với bản Bẹ. 200 cây chè Shan Tuyết có tuổi đời từ 124 đến 280 năm nằm ở bản Bẹ được công nhận là Cây Di sản Việt Nam.

Còn về TAFOOD, thay vì sử dụng địa danh Tà Xùa làm thương hiệu trà, Công ty xây dựng thương hiệu Shanam, giữ vững chính sách "3 phải": Người hái chè phải là bà con dân tộc; người bảo vệ cây chè phải là bà con; người hưởng lợi từ cây chè phải là bà con.

Đến nay, thương hiệu Shanam đã đủ mạnh để "bảo lãnh" cho thương hiệu những cây chè Shan Tuyết cổ thụ ở Tà Xùa. Không chỉ thành công chinh phục thị trường trong nước, với 50 dòng trà khác nhau, Shanam cũng ghi dấu ấn trên thương trường quốc tế, đạt giải Bạc (không có giải Vàng) tại cuộc thi trà khu vực châu Á - Thái Bình Dương, giải Đồng thế giới tại Pháp dành cho các doanh nghiệp quy mô nhỏ nhưng có sản phẩm đặc biệt tốt trên toàn thế giới; được Tổ chức Tea Epicure của Hoa Kỳ xếp vào Top 1 dòng trà xanh trên thế giới với số điểm là 94/100 điểm.

Mô hình tại Tà Xùa cũng được TAFOOD đưa đến nhân rộng tại Sùng Đô (huyện Văn Chấn, tỉnh Yên Bái) - nơi có 100 cây chè Shan tuyết cổ thụ đã được công nhận là quần thể Cây Di sản Việt Nam■



HỆ THỐNG THƯƠNG VỤ CẦU NỐI ĐƯA HÀNG VIỆT RA THẾ GIỚI

BẰNG SỰ CHẮT CHIU CƠ HỘI, NỖ LỰC BỀN BỈ CỦA CHÍNH PHỦ, BỘ CÔNG THƯƠNG VÀ CỘNG ĐỒNG DOANH NGHIỆP, ĐẾN NAY, NHIỀU SẢN PHẨM HÀNG VIỆT ĐÃ CÓ MẶT TẠI 200 QUỐC GIA VÀ VÙNG LÃNH THỔ. ĐỂ ĐẠT ĐƯỢC KẾT QUẢ NÀY, CÓ SỰ GÓP SỨC QUAN TRỌNG CỦA HỆ THỐNG CƠ QUAN THƯƠNG VỤ - NHỮNG "SỨ GIẢ" KINH TẾ LÀM CẦU NỐI ĐƯA NHỮNG THƯƠNG HIỆU VIỆT ĐI XA HƠN.

● ĐẶNG THÁI

Từ khát vọng về "Made in Việt Nam"

Nhớ lại thời điểm Việt Nam mới gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), khi trao đổi với lãnh đạo Bộ Công nghiệp (nay là Bộ Công Thương), một doanh nghiệp sản xuất đã bày tỏ mong ước đến một ngày nào đó, hàng hóa "Made in Việt Nam" tiếp cận được hệ thống phân phối của nước ngoài, có được vị thế trên thị trường thế giới như "Made in Japan", "Made in Korea".

Đến nay, với đường lối đúng đắn, kiên định về hội nhập kinh tế của Đảng và Nhà nước ta, hàng hóa "Made in Vietnam" đã được xuất khẩu tới hơn 200 quốc gia và vùng lãnh thổ. Việt Nam cũng từng bước trở thành điểm đến được lựa chọn hàng đầu của nhiều tập đoàn, công ty hàng đầu thế giới. Dòng chữ "xuất xứ từ Việt Nam" đã được người tiêu dùng ở nhiều thị trường "khó tính" như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Australia... tin cậy, lựa chọn.

Việt Nam đã có tên trong top 30 quốc gia, vùng lãnh thổ có giá trị xuất khẩu hàng hóa lớn nhất trên thế giới. Việt Nam cũng trở thành một nền kinh tế có độ mở cao nhất trên thế giới, cán cân thương mại hàng hóa được cải thiện, chuyển dần từ nhập siêu sang xuất siêu nhiều năm liền.

Theo thống kê gần đây của WTO, trong số 50 quốc gia có nền thương mại hàng hóa lớn nhất thế giới, Việt Nam có mức tăng trưởng lớn nhất khi dịch chuyển từ vị trí thứ 39 vào năm 2009 lên vị trí 23 sau đó chỉ 10 năm (năm 2019). Năm 2023, dù kim ngạch xuất nhập khẩu giảm theo bối cảnh chung của toàn cầu, nhưng cán cân thương mại tiếp tục giữ vững năm thứ 8 liên tiếp, với mức thặng dư rất lớn, lên tới 28 tỷ USD.

Trong thành tích chung đó, có sự đóng góp rất quan trọng của hệ thống thương vụ Việt Nam tại nước ngoài. Đặc biệt, cùng với sự phát triển của công nghệ, hệ thống Thương vụ Việt Nam đã kết nối với cộng đồng doanh nghiệp và cơ quan quản lý "ở nhà" để kịp thời cung cấp bằng những thông tin giá trị về những biến động trong chính sách quản lý, thị hiếu của người tiêu dùng tại nhiều thị trường trọng điểm.

Phát biểu tại Hội nghị trực tuyến về công tác phát triển thị trường với các cơ quan đại diện thương mại Việt Nam ở nước ngoài ngày 19/8/2022, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính đánh giá, hệ thống thương vụ Việt Nam tại nước ngoài thời gian qua đã làm tốt nhiệm vụ cung cấp thông tin về chính sách, nhu cầu thị trường, xúc tiến thương mại, kết nối giao thương, hỗ trợ tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp trong nước.

Tuy nhiên, từ khi đại dịch Covid-19 bùng phát và



Ngày 07/4/2022, tại Hà Nội, Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên đã chủ trì buổi "Gặp gỡ đối tác châu Âu - châu Mỹ năm 2022" - Ảnh: TCCT

giai đoạn sau đó, bối cảnh kinh tế thế giới có nhiều biến động dị biệt, chưa từng có tiền lệ, đòi hỏi công tác thương vụ phải đổi mới mạnh mẽ, toàn diện để đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ trong tình hình mới.

Theo đó, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên đã nêu rõ quan điểm phải đổi mới công tác Thương vụ; hoạt động của Thương vụ phải mang tính hiệu quả, thiết thực như là khâu đột phá trong xuất khẩu của công tác xúc tiến thương mại. Không được để cơ quan quản lý bị động, doanh nghiệp chịu thiệt thòi vì chậm nắm bắt thông tin, tuột mất cơ hội hợp tác, giao thương...

Từ chỉ đạo của Bộ trưởng, các cuộc giao ban xúc tiến thương mại giữa các đại diện Thương vụ Việt Nam tại các nước với cộng đồng doanh nghiệp trong nước đã diễn ra định kỳ cuối mỗi tháng. Từng cuộc giao ban đều có các chủ đề rõ ràng về khu vực thị trường, về ngành hàng xuất khẩu... Có thể thấy rõ không khí tương tác đổi mới, sôi nổi và đặc biệt thiết thực như thông điệp của Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên nhiều lần lưu ý, thước đo về hội nhập không phải là ký kết, thực hiện bao nhiêu hiệp định FTA, mà vấn đề chủ yếu nằm ở chỗ doanh nghiệp Việt Nam đã tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu tới đâu, khai thác cơ hội từ các FTA đến mức nào.

Tinh thần trao đổi, tương tác nhiều chiều đã khích lệ các địa phương, doanh nghiệp và chuyển thành tâm thế làm việc chủ đạo của các cơ quan chuyên môn thuộc Bộ. Các đơn vị chức năng đã cung cấp, cập nhật thường xuyên cho doanh nghiệp các thông tin tình hình thị trường, những biến động và thay đổi trong chính sách thương mại, chính sách quản lý xuất nhập khẩu của các nước sở tại, cũng như khuyến nghị những biện pháp vượt qua hàng rào kỹ thuật, vượt qua các công cụ bảo hộ mậu dịch mới…

Bền bỉ, tiếp nối thành công

Quay trở lại câu chuyện ước mơ đưa hàng Việt thâm nhập hệ thống phân phối nước ngoài ở đầu bài viết. Có thể khẳng định, bên cạnh những kênh tiếp xúc đàm phán cấp cao của Chính phủ, Bộ Công Thương liên tục trong những năm qua, hệ thống thương vụ Việt Nam đã miệt mài, bền bỉ để đưa hàng Việt Nam tiếp cận các chuỗi phân phối nước ngoài, trực tiếp bán cho người tiêu dùng bản địa dưới thương hiệu Việt Nam.

Có thể kể đến hàng loạt hoạt động xúc tiến thương mại, Tuần hàng Việt Nam được tổ chức tại nhiều quốc gia trong những năm qua. Thành công có và cũng có cả những vấn đề chưa được như kỳ vọng. Nhưng những







người làm công tác thương vụ hiểu rất rõ rằng đây là một phương thức hiệu quả, bền vững và có tầm quan trọng trong công tác xây dựng, định vị thương hiệu quốc gia.

Cũng cần nói thêm rằng, đây là một nhiệm vụ không hề dễ dàng. Khi đa phần những mặt hàng thế mạnh như của Việt Nam cũng là mục tiêu cạnh tranh của một số nước trong khu vực tại các thị trường lớn như EU, Hoa Kỳ, Trung Quốc, Australia, Trung Đông...

Từ nỗ lực không ngừng nghỉ những năm qua, năm 2024 đánh dấu những bước chuyển rất ấn tượng trong công tác đưa thương hiệu Việt thâm nhập hệ thống phân phối nước ngoài.

Đơn cử như sản phẩm gạo mang thương hiệu "Cơm Vietnam rice" của Tập đoàn Lộc Trời (An Giang) hay các đặc sản gia vị của DHFoods và các loại sốt của Cholimex - những doanh nghiệp "thuần Việt" đã dần xuất hiện ngày một nhiều trong các hệ thống phân phối lớn ở Pháp như siêu thị Carrefour và E.Leclerc. Đây là một thành công hết sức có ý nghĩa. Bởi với gần 600 đại siêu thị và hàng trăm siêu thị nhỏ trên toàn lãnh thổ Pháp, thì E.Leclerc là một trong những hệ thống bán lẻ lớn nhất ở quốc gia này và châu Âu.

Hay như thị trường Australia, hiện Việt Nam nằm trong các quốc gia có nhà cung cấp gạo lớn nhất vào Australia với kim ngạch tăng trưởng tốt, năm 2023 đạt hơn 30 triệu USD. Trong tháng 4/2024, kim ngạch xuất khẩu gạo tăng 18%.

Cùng với gạo, trái cây là mặt hàng có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu tốt. Hiện ngoài 4 sản phẩm của Việt Nam được cấp phép xuất khẩu sang Australia là xoài, nhãn, vải, thanh long, còn có quả bưởi đang được xem xét mở cửa thị trường. Giữa tháng 5/2024 vừa qua, hơn 1 tấn vải thiều Thanh Hà đã được xuất khẩu thành công sang Australia qua đường hàng không.

Tương tự, quả vải thiều Việt Nam vào hệ thống siêu thị Hoa Kỳ cũng thể hiện sự nỗ lực kết nối không mệt mỏi của Thương vụ Việt Nam tại quốc gia này. Hành trình đưa được quả vải thiều vào hệ thống siêu thị lớn của Hoa Kỳ như Costco, Safeway, Albertsons, khó khăn nhất là khâu chiếu xạ theo yêu cầu của Cơ quan Kiểm dịch động thực vật Hoa Kỳ (APHIS), trong khi ở







Việt Nam mới có cơ sở chiếu xạ tại TP. Hồ Chí Minh. Do đó, Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ đã đàm phán với APHIS chấp thuận cho Việt Nam bổ sung thêm một đối tác giao dịch và ký thỏa thuận với APHIS trong quá trình phê duyệt cơ sở chiếu xạ cho sản phẩm.

Cùng với vải thiều, hiện có thanh long, xoài, nhãn, vải, chôm chôm, vú sữa, bưởi và dừa của Việt Nam đã được xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ.

Đây là những bước phát triển quan trọng trong thúc đẩy hợp tác thương mại nông sản giữa hai nước, mở đường cho các loại hoa quả tiềm năng khác của Việt Nam thâm nhập vào thị trường Hoa Kỳ trong tương lai.

Hoặc như với thị trường tỷ dân Trung Quốc, những hoạt động xúc tiến, kết nối tiêu thụ nông, lâm thủy sản Việt Nam được Bộ Công Thương, cơ quan thương vụ hết sức chú trọng.

Gần nhất, tại Lễ hội trái cây Việt Nam lần thứ nhất với chủ đề "Trái cây Việt Nam - Bốn mùa thơm ngon" (29-30/9/2024) tại Trung tâm Phân phối Nông sản Tân Phát Địa, quận Phong Đài, thủ đô Bắc Kinh (Trung Quốc) do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn phối hợp với Bộ Công Thương, Đại sứ quán Việt Nam tại Trung Quốc và Hiệp hội Rau Quả Việt Nam tổ chức có sự tham gia của đông đảo các doanh nghiệp nông sản lớn tại Việt Nam và các hiệp hội chuyên ngành nông sản, nhà nhập khẩu, cung tiêu của Trung Quốc.

Đây là hoạt động quảng bá về hình ảnh và thương hiệu để phát triển xuất khẩu trái cây bền vững và thu được giá trị cao hơn, đi sâu hơn nữa vào thị trường chiếm tới hơn 60% kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam.

Có thể nói, từ những bước đi khiêm tốn ban đầu, cả hệ thống Thương vụ đều đã và đang nỗ lực "bắc cầu" cho hàng hóa Việt Nam đi khắp thế giới, góp phần quan trọng vào việc thực thi hiệu quả các FTA, mở rộng các thị trường xuất khẩu, được định lượng bằng giá trị kim ngạch nhập khẩu cụ thể từng năm. Đó là một nhiệm vụ xuyên suốt, nằm lòng của hệ thống Thương vụ Việt Nam ở nước ngoài, và cũng là trách nhiệm của những người làm công tác ngoại giao kinh tế đối với công cuộc hội nhập và phát triển đất nước■

NĂM 2020, ĐƯỜNG GIÁ RẺ CỦA THÁI LAN Ồ ẠT TRÀN VÀO VIỆT NAM KHIẾN 17 TRONG SỐ 30 NHÀ MÁY ĐƯỜNG ĐANG HOẠT ĐỘNG BỊ THUA LỖ. KHOẢNG 3.300 NGƯỜI LAO ĐỘNG ĐÃ BỊ MẤT VIỆC LÀM VÀ 93.225 HỘ NÔNG DÂN BỊ ẢNH HƯỞNG. TRƯỚC TÌNH HÌNH ĐÓ, VIỆT NAM ĐÃ TIẾN HÀNH ĐIỀU TRA VÀ ÁP DỤNG BIỆN PHÁP CHỐNG BÁN PHÁ GIÁ ĐỐI VỚI MẶT HÀNG MÍA ĐƯỜNG NHẬP KHẨU TỪ THÁI LAN, ĐƯA NGÀNH MÍA ĐƯỜNG THOÁT KHỎI KHỦNG HOẢNG.

TỪ CÂU CHUYỆN CỦA NGÀNH MÍA ĐƯỜNG, CÓ THỂ THẤY, VIỆC SỬ DỤNG HIỆU QUẢ CÁC CÔNG CỤ PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI ĐÃ TẠO RA MÔI TRƯỜNG CẠNH TRANH CÔNG BẰNG, LÀNH MẠNH GIỮA HÀNG HÓA NHẬP KHẨU VÀ HÀNG HÓA SẢN XUẤT TRONG NƯỚC; BẢO VỆ DOANH NGHIỆP VIỆT NAM, HÀNG HÓA VIỆT NAM VÀ NGƯỜI DÂN VIỆT NAM THEO ĐÚNG NHỮNG TẬP QUÁN THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ.

CHÚNG TA CÙNG NHÌN LẠI CÂU CHUYỆN MÍA ĐƯỜNG NĂM 2020.

BẢO VỆ THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC NHÌN TỪ CÂU CHUYỆN MÍA ĐƯỜNG

● HUYỀN MY

Cuộc "khủng hoảng mía đường" năm 2020

Năm 2020, ngành đường Việt Nam phải chịu tác động kép bởi giá đường thế giới giảm mạnh do nhu cầu tiêu thụ giảm sút vì dịch Covid-19, đồng thời phải cạnh tranh với một lượng lớn đường nhập khẩu theo cam kết của Hiệp định thương mại hàng hóa ASEAN (ATIGA). Theo cam kết, Việt Nam phải cắt giảm thuế đối với sản phẩm đường nhập khẩu từ các thành viên ASEAN, trong đó có Thái Lan - một trong những nhà cung cấp, xuất khẩu đường hàng đầu thế giới.

Trước năm 2020, thời điểm Việt Nam chưa thực thi Hiệp định ATIGA đối với sản phẩm đường, đường nhập khẩu chủ yếu là đường thô, được nhập khẩu theo hạn ngạch thuế quan. Đến năm 2020, đường nhập khẩu có xuất xứ Thái Lan gia tăng nhanh chóng. Trong đó, đường tinh luyện RS và RE tăng gấp 13 lần so với năm 2019. Tổng lượng đường nhập khẩu trong năm 2020 là xấp xỉ 1,3 triệu tấn, thậm chí còn cao hơn tổng sản lượng sản xuất đường của tất cả các nhà máy trong nước (xấp xỉ 1 triệu tấn) trong niên vụ 2019/2020.

Sức ép từ đường nhập khẩu đã gây ảnh hưởng rất lớn đến ngành sản xuất đường trong nước, do không thể cạnh tranh với đường giá rẻ có xuất xứ từ Thái Lan.

Trong 30 nhà máy đang hoạt động, có 17 nhà máy bị thua lỗ. Khoảng 3.300 người lao động đã bị mất việc làm và 93.225 hộ nông dân bị ảnh hưởng. Diện tích trồng mía bị thu hẹp đáng kể do thu nhập từ cây mía không đảm bảo cuộc sống của người nông dân. Người nông dân trồng mía bỏ không đầu tư chăm sóc cây mía, hoặc chuyển đổi sang trồng cây khác, dẫn đến năng suất, chất lượng và sản lượng mía đều giảm so với những niên vụ trước đó.

Trong bối cảnh đó, các doanh nghiệp sản xuất đường mía cũng như Hiệp hội Mía đường Việt Nam đã nộp hồ sơ lên Cục Phòng vệ thương mại (Bộ Công Thương) đề nghị yêu cầu điều tra chống bán phá giá



Thu hoạch mía ở Kon Tum - Ảnh: Quang Vinh

đối với mặt hàng đường mía nhập khẩu từ Thái Lan.

Ngày 21/9/2020, Bộ Công Thương đã chính thức ban hành Quyết định số 2466/QĐ-BCT về việc điều tra chống bán phá giá và chống trợ cấp đối với một số sản phẩm đường mía có xuất xứ từ Vương quốc Thái Lan.

Theo đó, căn cứ các thông tin thu thập được và bản trả lời câu hỏi của các bên liên quan, kết luận điều tra sơ bộ vụ việc và kết luận điều tra cuối cùng của cơ quan điều tra, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 1578/QĐ-BCT ngày 15/06/2021 áp dụng biện pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp chính thức với mức thuế lần lượt là 42,99% và 4,65%.

Thuế chống bán phá giá và chống trợ cấp đã thiết lập lại môi trường cạnh tranh công bằng giữa hàng hóa sản xuất trong nước với hàng hóa nhập khẩu, ngành đường mía đã có cơ hội hồi phục. Theo đó, lượng đường nhập khẩu từ Thái Lan giảm rất mạnh, sức mua của thị trường đối với đường sản xuất trong nước dần tăng lên.

Đến năm 2021, lượng đường nhập khẩu xuất xứ từ Thái Lan đã giảm đáng kể xuống chỉ còn xấp xỉ 350 nghìn tấn. Trên thực tế, ngay từ thời điểm ban hành quyết định điều tra vào tháng 9/2020, đường xuất xứ Thái Lan nhập khẩu đã có xu hướng giảm rõ rệt do lo ngại việc áp thuế khiến giá đường Thái Lan tăng giá.

Dưới tác động của các biện pháp phòng vệ thương mại, Việt Nam dần giảm nhập khẩu đường từ Thái Lan. Trong năm 2022 và nửa đầu năm 2023, lượng đường Thái Lan nhập khẩu lần lượt giảm chỉ còn 115 nghìn tấn và gần 35 nghìn tấn.

Thiết lập môi trường kinh doanh công bằng, minh bạch

Ngày 21/9/2021, Bộ Công Thương tiếp tục ban hành Quyết định số 2171/QĐ-BCT về việc điều tra áp dụng biện pháp chống lẩn tránh biện pháp phòng vệ thương mại đối với sản phẩm đường mía có xuất xứ

Diễn biến nhập khẩu đường Thái Lan từ năm 2016 đến hết 6 tháng năm 2023

(đơn vị: tấn)

Khoản mục	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	6 tháng 2023
Đường thô	153.941	54.066	144.890	237.550	489.567	164.024	46.000	
Đường RS - RE			69.412	61.688	798.422	185.026	68.747	34.587
TỔNG	**153.941**	**54.066**	**214.303**	**299.238**	**1.287.989**	**349.050**	**114.747**	**34.587**

(Nguồn: Cục Phòng vệ thương mại)

từ Vương quốc Thái Lan trên cơ sở Hồ sơ yêu cầu của đại diện ngành sản xuất trong nước và Hiệp hội Mía Đường Việt Nam. Các doanh nghiệp sản xuất trong nước và Hiệp hội Mía đường Việt Nam đã cáo buộc đường Thái Lan lẩn tránh thông qua 05 nước ASEAN bao gồm: Campuchia, Indonesia, Lào, Malaysia và Myanmar để tiếp tục nhập khẩu vào Việt Nam.

Đến ngày 01/08/2022, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 1514/QĐ-BCT áp dụng biện pháp chống lẩn tránh biện pháp phòng vệ thương mại đối với sản phẩm đường mía có xuất xứ từ Vương quốc Thái Lan được nhập khẩu vào Việt Nam thông qua 05 nước Campuchia, Indonesia, Lào, Malaysia và Myanmar. Mức thuế chống lẩn tránh với biện pháp chống bán phá giá và chống trợ cấp được quy định lần lượt là 42,99% và 4,65%.

Tương tự đường Thái Lan, do thuế nhập khẩu đường theo Hiệp định ATIGA giảm xuống 5% kể từ năm 2020, 05 quốc gia bao gồm Lào, Indonesia, Malaysia, Myanmar và Campuchia đã gia tăng xuất khẩu đường sang Việt Nam, trong đó chủ yếu là đường đã tinh luyện RS và RE.

Năm 2021 - khi đường Thái Lan bị áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại, đường nhập khẩu từ 05 các quốc gia nêu trên đã tăng lên xấp xỉ 906 nghìn tấn. Xét tổng thể, dòng chảy đường nhập khẩu đã chuyển từ Thái Lan sang 05 quốc gia ASEAN trong năm 2021 và năm 2022.

Kể từ sau khi biện pháp chống lẩn tránh biện pháp phòng vệ thương mại được áp dụng, lượng đường nhập khẩu đã giảm rõ rệt. Trong nửa đầu năm 2023, lượng đường nhập khẩu từ các quốc gia trên đã giảm xuống chỉ còn dưới 175 nghìn tấn.

Trên cơ sở áp dụng đồng thời các biện pháp phòng vệ thương mại, nhu cầu đối với đường sản xuất trong nước đã tăng trở lại, doanh thu của ngành sản xuất trong nước theo đó cũng đã tăng lên đáng kể so với giai đoạn thiệt hại do đường nhập khẩu từ Thái Lan tràn vào năm 2020.

Kết thúc niên vụ 2022/2023, doanh thu của ngành sản xuất trong nước đạt mức cao nhất với hơn 13,2 nghìn tỷ đồng, tăng 1,6 lần so với giai đoạn khó khăn trước đây.

Kết quả này có được một phần nhờ tác động tích cực của các biện pháp phòng vệ thương mại đã được áp dụng, bên cạnh việc đảm bảo môi trường cạnh tranh, công bằng giữa hàng hóa nhập khẩu và hàng hóa sản xuất trong nước, cũng khuyến khích và tạo điều kiện để thúc đẩy tiêu thụ trong nước đối với những sản phẩm, hàng hóa quan trọng như đường.

Việc khuyến khích sản xuất, tiêu dùng không chỉ đem lại cơ hội phát triển cho các doanh nghiệp sản xuất trong nước mà còn đem lại cơ hội phát triển cho toàn bộ chuỗi cung ứng, đặc biệt trong chuỗi sản xuất đường mía, từ thu nhập của người dân, người lao động đến địa phương.

TÍNH ĐẾN HẾT THÁNG 9/2024, VIỆT NAM ĐÃ PHẢI ĐỐI MẶT VỚI 265 VỤ VIỆC PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI DO NƯỚC NGOÀI KHỞI XƯỚNG ĐIỀU TRA ĐỐI VỚI HÀNG HÓA XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM.
Ở CHIỀU NGƯỢC LẠI, VIỆT NAM ĐÃ SỬ DỤNG HIỆU QUẢ CÁC CÔNG CỤ PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI ĐỂ BẢO VỆ NGÀNH SẢN XUẤT TRONG NƯỚC TRƯỚC HÀNG HÓA NHẬP KHẨU VÀO VIỆT NAM. ĐẾN HẾT THÁNG 9/2024, VIỆT NAM ĐÃ TIẾN HÀNH 30 CUỘC ĐIỀU TRA VÀ ÁP DỤNG BIỆN PHÁP PHÒNG VỆ THƯƠNG MẠI VỚI CÁC NHÓM SẢN PHẨM NHƯ THÉP, ĐỒ GỖ, NHỰA, XƠ SỢI, PHÂN BÓN, ĐƯỜNG, BỘT NGỌT…

Đến nay, mức thu nhập của người dân trồng mía tại các địa phương như Gia Lai, Kon Tum, Phú Yên, Khánh Hòa, Sơn La, Nghệ An, Thanh Hóa,… đã tăng đáng kể so với với thời điểm 2020-2021, đạt 1,2-1,4 triệu đồng/tấn.

Từ câu chuyện của ngành mía đường, có thể thấy rằng việc sử dụng hiệu quả các công cụ phòng vệ thương mại đã tạo ra môi trường cạnh tranh công bằng, lành mạnh giữa hàng hóa nhập khẩu và hàng hóa sản xuất trong nước; bảo vệ doanh nghiệp Việt Nam, hàng hóa Việt Nam và người dân Việt Nam theo đúng những tập quán thương mại quốc tế và phù hợp với các cam kết quốc tế.

Đây cũng là những kinh nghiệm rất thiết thực để Bộ Công Thương (Cục Phòng vệ thương mại) phối hợp tốt hơn nữa với các cơ quan hữu quan trong nước, nhằm bảo vệ lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp, nhà sản xuất Việt Nam trong tình hình mới. Bên cạnh đó, qua những "cọ xát" kể trên, hệ thống pháp lý về phòng vệ thương mại của chúng ta sẽ không ngừng cải thiện, đảm bảo các quy định luôn phù hợp với chuẩn mực quốc tế và đáp ứng yêu cầu thực tế của thị trường. Sự minh bạch và hiệu quả trong công tác phòng vệ thương mại sẽ giúp cộng đồng doanh nghiệp tự tin, phát huy tối đa tiềm năng, góp phần vào sự phát triển bền vững của đất nước.

Đồng thời, qua đó cũng giúp các các doanh nghiệp nhận thức rõ cần thúc đẩy năng lực đổi mới sáng tạo, nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ để gia tăng giá trị trong chuỗi cung ứng toàn cầu■

Diễn biến nhập khẩu đường 5 nước ASEAN từ năm 2016 đến hết 6 tháng năm 2023

(đơn vị: tấn)

Khoản mục	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	6 tháng 2023
Đường thô	343	9.974	22.192	29.416	30.854	81.588	16.066	11.621
Đường RS - RE			1.346	25	210.721	824.690	742.255	163.101
TỔNG	**343**	**9.974**	**23.538**	**29.441**	**241.575**	**906.278**	**758.321**	**174.722**

(Nguồn: Cục Phòng vệ thương mại)

HỌC CÁCH DỰA TRÊN VAI NGƯỜI KHỔNG LỒ

CÂU CHUYỆN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ, THƯƠNG MẠI XUYÊN BIÊN GIỚI KHÔNG CÒN LÀ XA VỜI ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP VÀ CÁC HỘ SẢN XUẤT KHI CÁC SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ, CÁC NỀN TẢNG CÙNG VÀO CUỘC HỖ TRỢ HÀNG VIỆT KHAI THÁC THỊ TRƯỜNG.

● VIỆT HẰNG *(ghi)*



ÔNG NGUYỄN THẾ ANH - GIÁM ĐỐC TRUNG TÂM KINH DOANH PHÂN PHỐI, TỔNG CÔNG TY BƯU ĐIỆN VIỆT NAM (VNPOST)

THAY ĐỔI MÔ HÌNH TIÊU THỤ NÔNG SẢN VIỆT TRÊN SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Về vấn đề tiêu thụ nông sản, Bưu điện Việt Nam với vai trò là doanh nghiệp bưu chính quốc gia thấy rằng trách nhiệm của mình rất lớn. Chúng tôi đã xây dựng một số nền tảng, trong đó có nền tảng thương mại điện tử Postmart.vn - chúng tôi gọi đó là Sàn Nông sản Việt.

Trên các sàn thương mại điện tử, việc tiêu thụ theo mô hình B2C đối với sản phẩm tươi là một thách thức rất lớn. *Giải pháp thứ nhất,* chúng tôi đã thay đổi mô hình sang B2B2C. Sàn thương mại điện tử là nơi giới thiệu các sản phẩm, nhưng toàn bộ hoạt động giao dịch là trực tiếp. Chúng tôi giúp thu mua và bán sản phẩm của bà con trên 63 tỉnh, thành phố thông qua hơn 13.000 điểm phục vụ, đồng thời ấn định trong tuần những ngày nào là ngày trả hàng. Điều này khác với phương thức vận hành B2C là đến thẳng tay người tiêu dùng. Nhưng B2B2C sẽ đảm bảo chất lượng sản phẩm và giảm được chi phí.

Giải pháp thứ hai, chúng tôi tiến hành chuẩn hóa lại khâu đóng gói, sàng lọc. Mỗi loại sản phẩm có kiểu cách đóng gói khác nhau. Thách thức ở đây là phải hướng dẫn cho bà con nông dân, hộ sản xuất đóng gói theo quy định để khi vào hệ thống sẽ được nhận diện và phân luồng.

Hiện Postmart.vn có khoảng 5 triệu người thường xuyên truy cập và khoảng 20.000 bà con nông dân hiện diện trên đó. Liên minh Hợp tác xã Việt Nam đã đặt vấn đề và hơn 10.000 hợp tác xã sẵn sàng đưa tất cả các sản phẩm nông sản lên sàn Postmart.vn. Chúng tôi cũng đang phối hợp với các địa phương rà soát, cập nhật toàn bộ hơn 10.000 sản phẩm OCOP trên toàn quốc. Ngành Công Thương cũng có hơn 2.700 sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu là những sản phẩm chất lượng tốt, sản lượng lớn, chúng tôi định hướng thông qua sàn để xuất khẩu các sản phẩm này.



ÔNG TRỊNH KHẮC TOÀN - GIÁM ĐỐC KHU VỰC MIỀN BẮC AMAZON GLOBAL SELLING VIỆT NAM:

SẢN PHẨM VIỆT NAM CÓ THỂ TIẾP CẬN 300 TRIỆU KHÁCH HÀNG TRÊN TOÀN CẦU

Amazon Global Selling là một chương trình do Tập đoàn Amazon thành lập ở Việt Nam vào năm 2019. Đội ngũ Amazon Global Selling luôn sát cánh cùng với rất nhiều doanh nghiệp, nhà sản xuất, nhà bán hàng cá nhân ở Việt Nam trong hành trình đưa những sản phẩm "Made in Việt Nam" ra quốc tế.

Thông qua quá trình làm việc này, tôi có rút ra hai điều: *Thứ nhất,* Việt Nam có rất nhiều sản phẩm có sự khác biệt, thân thiện với môi trường. Đó là chất liệu để xây dựng những câu chuyện liên quan đến thương hiệu, để chia sẻ. Và đó là một điểm mạnh. Bởi vì xu hướng của những người tiêu dùng trên toàn cầu, đặc biệt thị trường lớn như là Mỹ, châu Âu, châu Úc người tiêu dùng đang hướng đến những sản phẩm có giá trị thân thiện môi trường, thân thiện với sức khỏe, những sản phẩm không biến đổi gen, những sản phẩm đến từ những đất nước đem lại trải nghiệm mới cho họ.

Thứ hai, đôi khi trở ngại lớn nhất đối với doanh nghiệp Việt Nam chính là vấn đề liên quan đến tâm lý cũng như kiến thức. Chúng ta cảm thấy thiếu những kiến thức liên quan đến thương mại điện tử xuyên biên giới. Chúng ta lo ngại không biết những sản phẩm của chúng ta có cạnh tranh được không, cần phải cải tiến những gì để có thể thành công được?...

Đội ngũ Amazon Global Selling ở Việt Nam chính là để đem đến cho tất cả các doanh nghiệp Việt Nam cũng như những người bán hàng tại Việt Nam có nhu cầu xuất khẩu với 3 yếu tố chính:

Thứ nhất, mở ra cơ hội cho sản phẩm Việt Nam có thể vươn đến hơn 300 triệu khách hàng trên toàn cầu và tiếp cận trên 200 quốc gia và vùng lãnh thổ thông qua nền tảng Amazon.

Thứ hai, Amazon đưa ra một giải pháp về hậu cần và hoàn thiện đơn hàng quốc tế với tên gọi FBA - Dịch vụ hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (Fulfillment by Amazon). Thay vì chúng ta phải vận chuyển hoàn thiện đơn hàng để bán, chúng ta có thể đưa hàng hóa vào kho Amazon và toàn bộ những khâu từ đóng gói, giao hàng, chăm sóc khách hàng và thu tiền, thu đổi sản phẩm do Amazon hỗ trợ. Hiện tại, Amazon có một hệ thống hoàn thiện đơn hàng lên đến 400 trung tâm, với khả năng có thể tiếp cận đến 200 quốc gia và vùng lãnh thổ.

Thứ ba, đây là điểm cũng rất quan trọng, chúng tôi có thể hỗ trợ kiến thức để các nhà bán hàng, những doanh nghiệp Việt Nam có thể trực tiếp xây dựng được thương hiệu và vận hành những hoạt động bán hàng của mình thành công thông qua chính nền tảng của Amazon.

Doanh nghiệp thuần Việt
TĂNG TỐC TRÊN ĐƯỜNG ĐUA XUẤT KHẨU BẰNG "BÀN ĐẠP" THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA

HƠN 25 NĂM THĂNG TRẦM, TỪNG ĐỨNG TRƯỚC NGUY CƠ BỊ THÂU TÓM BỞI TẬP ĐOÀN NƯỚC NGOÀI, NHƯNG LẠI QUYẾT TÂM ĐỒNG HÀNH VỚI MỘT TẬP ĐOÀN NỘI ĐỊA ĐỂ BỨT PHÁ, DOANH NGHIỆP BÁNH KẸO THUẦN VIỆT - BIBICA - VẪN KHẲNG ĐỊNH SỨC SỐNG BỀN BỈ CỦA THƯƠNG HIỆU VIỆT. DOANH NGHIỆP NÀY CŨNG ĐƯA SẢN PHẨM MANG THƯƠNG HIỆU RIÊNG XUẤT KHẨU ĐẾN 17 THỊ TRƯỜNG QUỐC TẾ. GẦN ĐÂY NHẤT, BIBICA TIẾP TỤC TĂNG TỐC BẰNG VIỆC CHINH PHỤC HỆ THỐNG BÁN LẺ QUỐC TẾ KHI ĐẠT ĐƯỢC THỎA THUẬN ĐƯA SẢN PHẨM BÁNH KẸO VÀO HỆ THỐNG BÁN LẺ HÀNG ĐẦU THẾ GIỚI WALMART…

● LAN ANH

Nắm chắc lợi thế của nhà sản xuất Việt

Từ bài học marketing "phải có tên riêng cho từng sản phẩm, có thương hiệu và có logo riêng cho nhà máy", Công ty Cổ phần Bibica, thành viên của Tập đoàn PAN được thành lập trên cơ sở cổ phần hóa 3 phân xưởng bánh, kẹo và mạch nha của Công ty Đường Biên Hòa. Tên Bibica được ra đời bằng sự kết hợp của Bi (Biên Hòa), Bi (Biscuit) và Ca (Candy), và đây cũng là những dòng sản phẩm chính của thương hiệu này.

Bài học marketing ban đầu đã định vị dòng sản phẩm mang thương hiệu Bibica trong suốt hành trình phát triển, đưa sản phẩm Bibica trở thành thói quen của người tiêu dùng Việt. Với độ phủ rộng lớn, sản phẩm Bibica đang có mặt tại 160 hệ thống phân phối với hơn 150.000 điểm bán hàng trên 63 tỉnh, thành cả nước.

Trước sức ép cạnh tranh của ngành hàng F&B nói chung và bánh kẹo nói riêng, Bibica không ngừng tăng tốc để giành lấy ưu thế trong "cuộc đua thị phần" ngay tại thị trường nội địa. Năm 2022, Bibica gây bất ngờ khi công bố mức doanh thu cao nhất trong lịch sử hoạt động với mức tăng trưởng 48%.

Chia sẻ về điều tâm đắc nhất khi trụ vững ở thị trường nội địa, ngoài chiến lược kinh doanh và ứng dụng công nghệ, điều bất ngờ nhất là cụm từ được lãnh đạo Bibica nhắc lại nhiều lần: "lợi thế của nhà sản xuất Việt Nam". Theo ông Nguyễn Quốc Hoàng - Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Bibica, để khẳng định vị thế và giành ưu thế trước các đối thủ ngoại trên sân nhà, ngoài nền tảng chất lượng sản phẩm Bibica còn tận dụng lợi thế của công ty Việt Nam. *"Bibica hiểu rõ thị hiếu của người Việt và tập trung nhiều vào công tác nghiên cứu thị trường để phát triển sản phẩm và đưa ra những sản phẩm phù hợp nhất. Ví dụ như bánh cookies là một sản phẩm xuất phát từ châu Âu có vị ngọt, béo nhiều. Nhưng ở Việt Nam là xứ nóng thì người tiêu dùng thích vị ngọt thanh và độ béo vừa phải. Bibica hiểu được điều đó để điều chỉnh sản phẩm và đã thành công. Bibica tự tin rằng, sản phẩm của mình phù hợp với thị hiếu người dùng của người Việt Nam hơn là sản phẩm ngoại nhập"*, ông Hoàng chia sẻ.

Lợi thế thứ hai, theo lãnh đạo Bibica là doanh nghiệp này có hệ thống phân phối bao phủ toàn quốc, Bibica có thể đưa các sản phẩm tới tay người tiêu dùng vừa nhanh, vừa tươi mới. Thêm vào đó, Bibica cũng tập trung lựa chọn các nhãn hàng trọng tâm cho người Việt để đầu tư hoạt động marketing hiệu quả.

Với những lợi thế từ thị trường 100 triệu dân, Bibica đã giữ được một vị trí nhất định và tạo được một hình ảnh mới mẻ hơn trong lòng người tiêu dùng Việt Nam, đưa sản phẩm Bibica trụ vững ngay tại sân nhà.

Thành công ở nước ngoài nhờ "chất" Việt Nam

Giữ vị thế ở thị trường nội địa, nhưng việc mở rộng thị trường xuất khẩu có ý nghĩa quan trọng với



Nhờ nguồn nguyên liệu thuần Việt đặc trưng, Bibica đã tìm được cơ hội ở các thị trường nước ngoài - Ảnh: Bibica

doanh nghiệp thuần Việt này. Sau đại dịch Covid-19, Bibica đẩy mạnh hơn mảng này với doanh thu xuất khẩu tăng trưởng khoảng 20%/năm. Đến nay, Bibica đã xuất khẩu bánh kẹo sang 17 thị trường nước ngoài, bao gồm Thái Lan, Philippines, Singapore, Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc, Mongolia...

Đặc biệt, năm 2023, xuất khẩu bánh kẹo đã trở thành điểm sáng trong bức tranh kinh doanh Bibica. Tiếp tục tăng tốc, doanh thu mảng này đạt 68 tỷ đồng trong 6 tháng đầu năm 2024, tăng trưởng 72% so với cùng kỳ, trong đó, hơn 60% sản phẩm xuất khẩu mang thương hiệu riêng Bibica.

Sản phẩm bánh kẹo của Bibica đã đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe của thị trường khó tính như Nhật Bản, Hàn Quốc… và trở thành nhà cung cấp trực tiếp cho một số siêu thị lớn trên thế giới. Đặc biệt mới đây, Bibica đã được chấp thuận vào Walmart Trung Quốc, chính thức đưa sản phẩm vào hệ thống bán lẻ hàng đầu thế giới với dư địa tăng doanh số cao.

Bài toán xuất khẩu bánh kẹo là một thách thức rất lớn cho các nhà sản xuất Việt Nam, khi không có nhiều lợi thế như các doanh nghiệp trong khu vực. Nhưng doanh nghiệp Việt này lại tìm được cơ hội rõ rệt từ các sản phẩm đặc trưng nhờ nguồn nguyên liệu thuần Việt. Ông Hoàng chia sẻ, lợi thế của Bibica khi sản xuất bánh kẹo kết hợp với nông sản đặc trưng của Việt Nam tạo thành dòng sản phẩm riêng biệt. Bánh quy dừa giòn là một thành công đột phá của Bibica khi chinh phục được khách hàng Hàn Quốc và đem lại đơn hàng cho doanh nghiệp. Cracker cũng là một dòng bánh được người tiêu dùng ưa chuộng khi bánh quy giòn kết hợp với kem hành tạo nên trải nghiệm mới mẻ.

Việt Nam là "thủ phủ" của nhiều loại nông sản, trái cây nhiệt đới, do vậy việc tận dụng nguồn nguyên liệu tại chỗ không chỉ là lợi thế, bệ phóng cho doanh nghiệp, mà còn giúp tối ưu chi phí, mang đến cho người tiêu dùng sản phẩm cao cấp với mức giá hợp lý, lan tỏa thương hiệu bánh kẹo Việt. Đồng thời, đây cũng là lợi thế khác biệt với các đối thủ trong khu vực, ông Hoàng chia sẻ.

Thông qua loạt hội chợ, Bibica cũng khéo léo đưa "chất" Việt Nam vào trong sản phẩm, thu hút nhiều khách hàng quốc tế. Ngoài bánh dừa và bánh nougat hành, kẹo cứng cà phê sữa mà Bibica đang sản xuất riêng cho thị trường Nhật Bản cũng được đón nhận nhiệt tình.

Một đặc điểm quan trọng nữa, theo lãnh đạo của Bibica, thế mạnh có thị trường nội địa với hơn 100 triệu dân, là chỗ dựa vững chắc để doanh nghiệp này tiếp tục gia tăng quy mô sản xuất, tận dụng lợi thế về chi phí sản xuất và cạnh tranh. *"Bibica có quy mô đủ lớn để vượt qua hàng rào chất lượng và điều kiện thuận lợi nhất của chúng tôi là có thị trường nội địa 100 triệu dân. Do vậy, dư địa để phát triển và mở rộng thị trường còn rất lớn"*, ông Hoàng khẳng định. Từ những trụ vững và lợi thế khác biệt này, Bibica sẽ tiếp tục hiện thực hóa khát vọng lan tỏa thương hiệu bánh kẹo Việt Nam ra toàn thế giới■



Xây dựng chiến lược bài bản

Tổng Giám đốc Tổng công ty May 10 - ông Thân Đức Việt cho biết, từ những năm 90 của thế kỷ trước, Ban lãnh đạo May 10 đã xây dựng chiến lược phát triển thị trường nội địa song song với thị trường xuất khẩu. Dù hiện nay 80% doanh thu của May 10 là xuất khẩu, nhưng theo ông Việt về dài hạn, May 10 xác định thị trường trong nước sẽ là một trong những cách hiện thực hóa chiến lược phát triển bền vững và lâu dài của Tổng Công ty. Ông Việt cho biết thêm, May 10 hiện có 5 kênh phân phối sản phẩm: truyền thống (cửa hàng, trung tâm thời trang bán lẻ); Đại lý, bán hàng qua kênh thương mại điện tử (Website, livestream); Đồng phục thời trang công sở; May đo cho từng cá thể (phân phối tận tay người tiêu dùng, cá thể hóa nhu cầu thời trang đến từng cá nhân).

Ngoài việc giải quyết từ gốc của vấn đề ngay từ khâu thiết kế đến sản xuất, đưa ra thị trường các sản phẩm hợp thị hiếu trong nước, đồng thời truyền tải được xu thế thời trang thế giới… May 10 dành nguồn lực đầu tư mạnh vào công nghệ sản xuất nhằm đảm bảo đưa ra thị trường các sản phẩm chất lượng, đồng thời liên tục mở rộng khâu phân phối đáp ứng nhu cầu đa dạng hóa thị trường.

Thực tế tại thị trương trong nước, May 10 được đánh giá là một trong những doanh nghiệp dẫn đầu trong mảng thời trang công sở (được nhiều cơ quan, ban ngành cán bộ, nhân viên văn phòng sử dụng) với đa dạng các dòng sản phẩm. Dịch vụ May đo veston cao cấp của May 10 hiện khá thành công ở phân khúc cao cấp cho chính khách, doanh nhân thành đạt… Những năm qua, doanh thu của Tổng Công ty luôn có sự tăng trưởng trung bình trên 10% so với kế hoạch, điều này cho thấy chiến lược chinh phục thị trường nội địa của May 10 đang đi đúng hướng.

Kiểm soát nghiêm chặt chất lượng

Chia sẻ những nhận định về Cuộc vận động, Đại diện lãnh đạo May 10 cho biết, là doanh nghiệp Dệt



MAY 10
PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA BỀN VỮNG, LÂU DÀI

● THÚY VINH

may vừa làm xuất khẩu vừa làm nội địa, May 10 ý thức được tầm quan trọng, vai trò của Cuộc vận động với thị trường trong nước. Với May 10, thị trường trong nước có vai trò như trụ đỡ nhất là những lúc thị trường xuất khẩu gặp khó. Nên ngay từ khi Bộ Chính trị phát động Cuộc vận động, suốt 15 năm qua, May 10 luôn là đơn vị tiên phong tham gia hầu hết các hoạt động hưởng ứng. Doanh nghiệp luôn chú trọng lồng ghép tuyên truyền, giáo dục trong công nhân lao động về chủ trương Người Việt ưu tiên dùng hàng Việt… Ứng dụng từ Cuộc vận động đơn vị đã phát động phong trào Người May 10 ưu tiên dùng sản phẩm thời trang May 10.

Để Cuộc vận động không chỉ là khẩu hiệu mà bằng hành động Ban lãnh đạo May 10 luôn trăn trở tìm đáp án cho câu hỏi tại sao nhiều người tiêu dùng Việt lại ưa thích dùng đồ ngoại. Với trăn trở này từ những kinh nghiệm bài học đúc rút được qua hợp tác với các thương hiệu thời trang toàn cầu (về công nghệ, quy trình sản xuất từ khâu thiết kế đến ra đời sản phẩm…), May 10 đã ứng dụng vào thị trường trong nước. Tổng Công ty đưa ra thị trường các sản phẩm thời trang bắt kịp xu thế thời trang của thế giới, hợp gu thời trang và thẩm mỹ của người tiêu dùng trong nước, đồng thời ưu việt hơn thời trang quốc tế (các thông số phù hợp nhất với nhân trắc học của người Việt), từ đó cung cấp cho thị trường nội địa các sản phẩm thời trang đẳng cấp ngang tầm thế giới với thời gian nhanh nhất, giá cả phù hợp nhất.

May 10 cũng luôn thực hiện kiểm soát nghiêm ngặt chất lượng tại từng công đoạn, từng khâu của quá trình sản xuất (áp dụng mã số mã vạch trên từng sản phẩm, tem chống hàng giả…), giúp khách hàng phân biệt rõ hơn về sản phẩm của May10; Quy chuẩn hình ảnh nhận diện trên toàn hệ thống, bao gồm cả hệ thống cửa hàng và đại lý, đảm bảo hình ảnh nhận diện thống nhất, giúp khách hàng thêm tin tưởng và nhận diện rõ hơn về nhãn hiệu thời trang mình yêu thích■

PHÂN BÓN BÌNH ĐIỀN:

GIÚP NGƯỜI NÔNG DÂN LÀM CHỦ CÁNH ĐỒNG LÚA THÔNG MINH

ĐẦU NĂM 2016, HẠN HÁN VÀ XÂM NHẬP MẶN TẠI ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG (ĐBSCL) DIỄN RA RẤT KHỐC LIỆT. 10/13 TỈNH CÔNG BỐ TÌNH TRẠNG THIÊN TAI, NÔNG DÂN TRỒNG LÚA VÀ CÂY ĂN TRÁI BỊ THIỆT HẠI RẤT LỚN, ĐỜI SỐNG BÀ CON NÔNG DÂN GẶP NHIỀU KHÓ KHĂN. GIỮA LÚC ĐÓ, CÔNG TY CỔ PHẦN PHÂN BÓN BÌNH ĐIỀN ĐÃ KHỞI XƯỚNG CHƯƠNG TRÌNH "CANH TÁC LÚA THÔNG MINH ỨNG PHÓ VỚI BIẾN ĐỔI KHÍ HẬU VÙNG ĐBSCL" VÀ SAU NÀY ĐỔI THÀNH "CANH TÁC LÚA THÔNG MINH THÍCH ỨNG VỚI BIẾN ĐỔI KHÍ HẬU VÙNG ĐBSCL".

● LÊ HOA

Người nông dân kiểu mới là phải biết đến canh tác lúa thông minh

Nhiều người nông dân khi đó và thậm chí phải một thời gian dài sau mới có thể nói đúng cái tên gọi có phần "trúc trắc" của chương trình. Tuy nhiên, bà con đã rất nhanh chóng hiểu về ý nghĩa và tác dụng mang lại của nó. Đó là Công ty CP Phân bón Bình Điền cung cấp, truyền thụ kiến thức, giải pháp kỹ thuật… cho người nông dân ĐBSCL có thể tiếp tục canh tác lúa hiệu quả, tăng năng suất và hiệu quả kinh tế, đặc biệt là có nền tảng kiến thức tốt hơn để thích ứng với biến đổi khí hậu.

ĐBSCL là vựa lúa cả nước, cung cấp đến 90% sản lượng lúa gạo xuất khẩu của cả



nước. Tuy nhiên, vùng đồng bằng này cũng là 1 trong 3 đồng bằng chịu ảnh hưởng nặng nề nhất của biến đổi khí hậu toàn cầu. Do vậy, câu hỏi làm thế nào để giữ vững và tiếp tục canh tác lúa hiệu quả tại ĐBSCL đã chiếm hầu hết sự quan tâm của toàn ngành Nông nghiệp khi đó.

Ở thời điểm đó, bên cạnh các giải pháp "công trình" của Nhà nước, thì các giải pháp "phi công trình", nhất là giải pháp khoa học kỹ thuật trong canh tác lúa để thích ứng với các điều kiện bất lợi của môi trường, khí hậu ngày càng phát huy năng lực của mình. Chương trình Canh tác lúa thông minh của Công ty CP Phân bón Bình Điền đã thực hiện, điều chỉnh, cập nhật các giải pháp kỹ thuật để giúp nông dân có thể tiếp cận hiệu quả và ứng dụng được vào sản xuất. Cụ thể là cung cấp các giải pháp kỹ thuật "cứng" bắt buộc như giảm giống, giảm phân đạm và bón phân cân đối hợp lý, quản lý dịch hại theo IPM (40 ngày sau sạ không được phun thuốc trừ sâu rầy, quản lý nước theo ướt khô xen kẽ… để phù hợp và hiệu quả hơn với từng vùng sinh thái, từng mùa vụ). Các giải pháp mới được liên tục cập nhật để bổ sung vào quy trình: ứng dụng máy sạ hàng, máy sạ cụm để giảm giống; cung cấp giống lúa cấp xác nhận cho nông dân; đầu tư lắp đặt trạm quan trắc nước mặn tự động, trạm giám sát sâu rầy tự động, bút đo độ mặn, bút và dụng cụ đo pH ruộng lúa, trạm kiểm soát ngập khô xen kẽ tự động, trạm bơm nước thông minh… để nông dân có dữ liệu tốt hơn phục vụ canh tác; kết hợp tập huấn lý thuyết với hướng dẫn kỹ thuật canh tác trên đồng ruộng để nông dân dễ tiếp cận hơn; hướng dẫn nông dân tự đo đếm các chỉ tiêu đồng ruộng và báo cáo kết quả mô hình vào cuối vụ; hướng dẫn nông dân ghi chép nhật ký đồng ruộng, tổ chức hội thi cuối vụ để đánh giá kiến thức đã chuyển giao; tổ chức tham quan học tập trong và ngoài nước cho nông dân và cán bộ kỹ thuật để cập nhật mô hình canh tác hiệu quả.

Chương trình Canh tác lúa thông minh của Công ty Bình Điền đã cùng người nông dân ứng dụng đồng bộ nhiều tiến bộ kỹ thuật và giải pháp canh tác lúa hiệu quả vào trong quy trình gieo trồng thông thường, đó là: "3 giảm 3 tăng", "1 phải 5 giảm", quản lý dịch hại theo IPM, quản lý nước theo ướt khô xen kẽ, làm bằng mặt ruộng kết hợp và đánh rãnh nước để rửa mặn phèn, ứng dụng bón lót để thúc đẩy rửa mặn phèn hiệu quả hơn… Bình Điền cũng cung cấp giải pháp công nghệ cho người nông dân là đầu tư lắp đặt trạm quan trắc nước tự động trên các tuyến sông và kênh nội đồng ở các vùng ven biển, đầu tư trạm giám sát sâu rầy tự động, bút đo độ mặn và pH, thiết bị gieo sạ cụm để giảm giống…

Người nông dân bỡ ngỡ trước đầy rẫy những khái niệm, giải pháp mới mẻ mà từ xưa họ chưa từng biết đến. Nhưng nhờ được tham gia các khóa đào tạo kiến thức về chương trình do Bình Điền tổ chức mà họ đã hiểu và thực hiện theo. Bình Điền đã xác định việc đầu tiên là phải đào tạo lực lượng cán bộ kỹ thuật, chính vì vậy ban cố vấn với các giáo sư, tiến sĩ đầu ngành đã hỗ trợ đào tạo các cán bộ kỹ thuật tại các địa phương để làm nòng cốt trong việc hướng dẫn nông dân trong các mô hình. Kế đó đến việc đào tạo nông dân cả lý thuyết và thực hành trên đồng ruộng, người nông dân sẽ cùng làm, cùng theo dõi, đo đếm các chỉ tiêu và báo cáo cuối vụ. Người nông dân tham gia hội thi vào cuối vụ để đánh giá kiến thức và tham quan học tập mô hình hiệu quả trong và ngoài nước. Chương trình cũng thực hiện nhiều video hướng dẫn kỹ thuật, có hình ảnh minh họa sinh động, dễ hiểu để nông dân dễ tiếp cận hơn.





Sau 7 năm thực hiện (từ 2016-2022), với gần 500 mô hình đã triển khai tại 13 tỉnh, chương trình đã mang lại những thành công lớn trong việc giúp người nông dân giảm chi phí đầu tư, tăng năng suất và lợi nhuận. Hơn nữa, chương trình còn tạo ra hiệu ứng xã hội rất lớn, góp phần giúp nông dân có được giải pháp canh tác lúa tốt, hiệu quả, bền vững.

Đau đáu nỗi niềm tri ân đồng ruộng

Nhớ lại những ngày đầu của chương trình, khi mà một số bà con còn chưa hiểu nên chưa ủng hộ, Công ty CP Phân bón Bình Điền càng trân trọng đội ngũ ban cố vấn và lực lượng kỹ thuật. Vạn sự khởi đầu nan. Tập quán làm nông ngàn đời nay thật khó chấp nhận việc giảm giống gieo sạ từ 150- 200kg/ha xuống còn 80- 100kg/ha. Vậy mà nhờ kiến thức chuyên môn, uy tín được tạo dựng trong bấy lâu lăn lộn với nghề, đội ngũ ban cố vấn và lực lượng kỹ thuật đã thuyết phục thành công các chủ hộ và các thành viên trong gia đình chấp nhận đổi mới và cho đến nay, giống gieo sạ chỉ còn 60-80kg/ha. Đúng là khi đã lấy được lòng tin của bà con rồi thì mọi việc đều trở nên vô cùng thuận lợi! Cũng ngay trên mảnh đất của cha ông để lại, nhờ tiếp cận chương trình Canh tác lúa thông minh, người nông dân Việt đã nâng mình lên một tầm cao mới.

Từ những thành quả của chương trình canh tác lúa thông minh, Công ty CP Phân bón Bình Điền đã rất tự hào được góp phần vào việc phối hợp và triển khai thực hiện Đề án 1 triệu ha lúa chất lượng cao, phát thải thấp gắn với tăng trưởng xanh cho sản xuất lúa ĐBSCL đến năm 2030 đang được Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cùng các tỉnh triển khai thực hiện, cũng như nhiều dự án và kế hoạch khác mà các địa phương vận dụng và đề xuất sử dụng nguồn ngân sách địa phương và trung ương để thực hiện. Tại các vùng miền khác, Công ty CP Phân bón Bình Điền cũng phối hợp thực hiện các mô hình cánh đồng lớn, mô hình lúa chất lượng cao tại miền Đông, miền Trung và Tây Nguyên để nhân rộng chương trình. Không chỉ vậy, tại Campuchia và Lào, Bình Điền đã, đang và sẽ tiếp tục cùng với ban ngành nông nghiệp và nhà phân phối tại Campuchia triển khai thực hiện mô hình canh tác lúa thông minh thích ứng với biến đổi khí hậu. Bên cạnh cây lúa, Công ty còn đang tiếp tục thực hiện chương trình canh tác thông minh trên cây cà phê, và trong tương lai Bình Điền sẽ tiếp tục mở rộng chương trình sang nhóm cây ăn trái và một số cây trồng có giá trị kinh tế khác.

Giúp người nông dân tiếp cận với các giải pháp canh tác thông minh để có thể thích ứng với tình trạng biến đổi khí hậu ngày càng phức tạp, góp phần tạo ra những thế hệ người nông dân Việt có tri thức, khoa học và có trách nhiệm với hệ sinh thái, đó chính là mong muốn, là khát khao của đội ngũ ban cố vấn và lực lượng kỹ thuật Công ty CP Phân bón Bình Điền - những con người suốt đời chỉ muốn tri ân đồng ruộng và "làm bạn với nhà nông"!■

CÔNG NGHIỆP Ô TÔ VIỆT NAM VÀ NHỮNG "CÚ LỘI NGƯỢC DÒNG"

NGÀNH CÔNG NGHIỆP Ô TÔ VIỆT NAM MUỐN PHÁT TRIỂN THÌ KHÔNG GÌ BẰNG "TỰ LỰC". MÀ MUỐN "TỰ LỰC" THÌ KHÔNG THỂ THIẾU VAI TRÒ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP "MANG YẾU TỐ VIỆT" NHƯ THACO, VINFAST HAY HYUNDAI THÀNH CÔNG. HỌ CHÍNH LÀ 3 CÁI TÊN TẠO RA NHỮNG "CÚ LỘI NGƯỢC DÒNG".

● THẾ ĐẠT

Mới đây, Công ty CP Sản xuất Ô tô Hyundai Thành Công Việt Nam - Liên doanh sản xuất giữa TC Group (Tập đoàn Thành Công) và Hyundai Motor đã tổ chức Lễ xuất khẩu xe ô tô Hyundai Palisade sang thị trường Thái Lan. Sự kiện được tổ chức tại Nhà máy Hyundai Thành Công số 1, thuộc Khu công nghiệp Gián Khẩu, tỉnh Ninh Bình.

Đó là một sự kiện nhỏ nhưng mang ý nghĩa lớn đối với ngành công nghiệp ô tô Việt Nam. Nó chứng tỏ một điều, nếu trước kia các doanh nghiệp ô tô tại Việt Nam chỉ đơn thuần lắp ráp và nhập khẩu thì nay đang "ngược dòng" xuất khẩu xe ra các thị trường lớn trên thế giới.

Phát biểu tại buổi lễ, Chủ tịch HĐQT của Thành Công Group - ông Nguyễn Anh Tuấn cũng dùng từ "ngược dòng" để nói về bước đi của Hyundai Thành Công. Theo ông Tuấn, ngoài việc xuất khẩu mẫu Hyundai Palisade, Hyundai Thành Công còn đặt mục tiêu mở rộng xuất khẩu các dòng xe khác trong phân khúc B, B-SUV, D-SUV, D-MPV sang các thị trường khác như Myanmar, Philippines, Indonesia và các quốc gia khác tại Đông Nam Á. Đây cũng là minh chứng cho chất lượng toàn cầu của sản phẩm ô tô thương hiệu



Các đại biểu thực hiện nghi thức của lễ xuất khẩu xe Hyundai Palisade sang Thái Lan - Ảnh: TC GROUP



Các nhà máy của THACO, Hyundai Thành Công có tỷ lệ nội địa hóa trên 40%, đáp ứng tiêu chí hàm lượng khu vực RVC (Regional Value Content) hướng tới xuất khẩu

Hyundai được sản xuất, lắp ráp tại Việt Nam, góp phần nâng tầm vị thế của ngành công nghiệp ô tô Việt Nam trên bản đồ khu vực.

Thực tế, "bước đi" của Hyundai Thành Công cũng là "bước đi" mà Công ty CP Ô tô Trường Hải (THACO) đã thực hiện cách đây 4 năm. Thời điểm đó (năm 2020), trong khi một số "ông lớn" đã và đang thu hẹp sản xuất, chỉ duy trì mẫu xe có doanh số lớn và chuyển sang nhập khẩu xe về phân phối thay cho lắp ráp như trước đây thì THACO đã tạo ra một "làn sóng ngược" - nghĩa là mở rộng sản xuất và hướng tới xuất khẩu.

Những ngày cuối năm 2020, cảng Chu Lai, Quảng Nam thêm bận rộn vì hàng loạt container ô tô và linh kiện phụ tùng của THACO được đưa lên tàu để xuất khẩu. Tổng kết năm 2020, với hơn 1.400 ô tô các loại và hàng nghìn tấn linh kiện, phụ tùng đã đem về cho THACO gần 50 triệu USD kim ngạch xuất khẩu.

Quý I/2021, THACO đã xuất khẩu hơn 200 ô tô và linh kiện phụ tùng sang các thị trường Thái Lan, Myanmar, Nhật Bản và Hàn Quốc. Đây là lô hàng có số lượng lớn nhất từ trước đến nay, gồm xe du lịch KIA, xe bus và sơmi rơmoóc được sản xuất tại các nhà máy thuộc Khu công nghiệp THACO Chu Lai. Đây cũng là cơ sở để THACO tự tin hoàn thành kế hoạch năm 2021, xuất khẩu khoảng 2.500 xe, bao gồm gần 1.800 xe du lịch, hơn 70 xe tải và bus, hơn 630 sơmi rơmoóc.

Xuất khẩu ô tô sang Thái Lan là "làn sóng ngược" của nước ta. Bởi lẽ, ngoài việc là trung tâm sản xuất ô tô lớn của Đông Nam Á thì chính sách và thủ tục nhập khẩu vào Thái Lan khắt khe hơn các thị trường khác nhằm bảo hộ doanh nghiệp trong nước.

Tuy nhiên, khi Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN (ATIGA) mở ra, nhiều mẫu xe của THACO, mới đây nhất là của Hyundai Thành Công có tỷ lệ nội địa hóa trên 40%, đáp ứng tiêu chí hàm lượng khu vực RVC (Regional Value Content) để hưởng thuế suất 0% khi xuất khẩu sang các thị trường ASEAN, nên đã cạnh tranh được tại thị trường Thái Lan.

Mẫu xe Kia Grand Carnival do THACO sản xuất đạt tiêu chuẩn chất lượng Kia toàn cầu và tỷ lệ nội địa hóa trên 40%; mẫu xe bus của THACO xuất khẩu sang Thái Lan cho Công ty VOLVO Buses - Nhà sản xuất xe bus lớn nhất thế giới thuộc VOLVO Group.

Mẫu xe này đáp ứng được yêu cầu của VOLVO về công nghệ, chất lượng, độ an toàn và giá cạnh tranh; đạt tỷ lệ nội địa hóa trên 60% và đạt các tiêu chuẩn, chứng nhận tại Thái Lan (về thiết kế, về kích thước, các chứng nhận ECE...), nên được VOLVO Buses tại Thái Lan lựa chọn nhập khẩu và phân phối.

Trước đó, THACO đã xuất khẩu xe bus với tỷ lệ nội địa hóa trên 60% sang Philippines, Thái Lan, Singapore, xe du lịch, xe tải có tỷ lệ nội địa hóa 40% sang Thái Lan, Myanmar, Campuchia.

Nói đến vai trò của các doanh nghiệp ô tô trong nước đối với ngành ô tô Việt Nam không thể không nhắc tới cái tên VinFast. Còn nhớ, năm 2018, VinFast thực sự đã hâm nóng cả Việt Nam cũng như trên thế giới khi hãng xe hơi thương hiệu Việt đã chính thức bước ra vũ đài sản xuất ô tô thế giới qua sự kiện giới thiệu hai mẫu xe đầu tiên của mình tại Paris Motor Show 2018.

Vậy sau 6 năm, VinFast đã làm được những gì? Tổ hợp Sản xuất ô tô và xe máy điện tại Cát Hải - Hải Phòng là "cái nôi" xuất khẩu xe đi khắp thế giới, từ những thị trường khó tính như Mỹ, Canada, châu Âu, đến các thị trường láng giềng như Indonesia, Ấn Độ, Philippines, Thái Lan và mới đây nhất là Trung Đông. Hãng này cũng xây dựng 2 nhà máy sản xuất xe điện, một tại Mỹ, một tại Ấn Độ, mở hàng trăm đại lý trên toàn cầu. Hàng nghìn chiếc xe điện đủ phân khúc lăn bánh ngoài Việt Nam. Điều mà cách đây chỉ khoảng chục năm, những người theo dõi ngành ô tô, dù lạc quan lắm cũng không dám nghĩ tới.

Để giấc mơ ngành công nghiệp ô tô sớm thành hiện thực và lớn mạnh, đúng là không thể thiếu những "cú lội ngược dòng" của THACO, Hyundai Thành Công hay VinFast. Và ngẫm lại, công nghiệp ô tô Việt Nam muốn đi lên, vẫn chủ yếu dựa vào những doanh nghiệp "đậm dấu ấn Việt" như 3 cái tên nói trên■

NGÀNH ĐIỆN TP. HỒ CHÍ MINH:

HƯỚNG ĐẾN 100% KHÁCH HÀNG TRẢ TIỀN ĐIỆN KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT

● LÊ HOA

Để hiện thực hóa mục tiêu đến năm 2025, 100% khách hàng sử dụng điện trên địa bàn TP.Hồ Chí Minh thanh toán tiền điện không dùng tiền mặt, EVNHCMC phối hợp với các đối tác đẩy mạnh triển khai các giải pháp đồng bộ trong thời gian tới.

Tổng công ty Điện lực TP. Hồ Chí Minh (EVNHCMC) cho biết, đến nay tỷ lệ khách hàng thanh toán điện tử, không sử dụng tiền mặt để thanh toán tiền điện trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh đạt 99,85% về khách hàng và tương ứng 99,7% giá trị hóa đơn. Điều này cho thấy có sự dịch chuyển nhanh chóng sang các hình thức không tiền mặt khi tỉ lệ thanh toán qua ví điện tử, Internet Banking, Mobile Banking, trích nợ tự động... đang chiếm ưu thế.



Nhân viên EVNHCMC hướng dẫn khách hàng thanh toán tiền điện trực tuyến tại "Ngày hội không tiền mặt" do Báo Tuổi trẻ tổ chức tại TP.HCM năm 2024

Trả tiền điện không dùng tiền mặt: Lợi đôi đường

Đến nay, EVNHCMC đã hợp tác với 23 ngân hàng và 11 đối tác trung gian thực hiện thu hộ tiền điện, với gần 72.000 điểm thu trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh như tại các điểm giao dịch của ngân hàng, cửa hàng tiện lợi, bưu cục, các siêu thị, cửa hàng điện thoại, điểm đặt máy ATM… Đặc biệt, Tổng công ty chú trọng phát triển các kênh thanh toán điện tử như Internet/Mobile/SMS Banking hoặc trích nợ tự động; qua website www.cskh.evnhcmc.vn; qua ví điện tử (Momo, Zalo pay, ViettetPay, VNPTPay,...), thanh toán quá qua mã QR Code…

Bên cạnh đó, EVNHCMC hợp tác với các đối tác thu hộ thực hiện các chương trình ưu đãi như: hoàn tiền khi thanh toán tiền điện qua ví điện tử; giảm giá khi thanh toán tiền điện của ZaloPay, ViettelPay, VNPTPay, Momo,...

Theo ông Bùi Trung Kiên - Phó Tổng giám đốc EVNHCMC, việc sử dụng các hình thức thanh toán trực tuyến và không sử dụng tiền mặt để thanh toán tiền điện mang lại nhiều tiện ích khác như: Thanh toán mọi lúc, mọi nơi với các phương thức thanh toán trực tuyến; thanh toán chính xác tới số lẻ tiền; thực hiện nhanh chóng; tiết kiệm thời gian, chi phí đi lại. Thanh toán không dùng tiền mặt còn đảm bảo yếu tố an toàn; tránh rủi ro rơi, mất tiền mặt… Đối với hình thức thanh toán trích nợ tự động, khách hàng không cần phải nhớ lịch thanh toán hóa đơn hằng kỳ.

Phấn đấu hoàn toàn không dùng tiền mặt

Việc triển khai áp dụng hình thức thanh toán tiền điện bằng các kênh thanh toán điện tử là xu hướng được lựa chọn của cuộc sống hiện đại. EVNHCMC đặt mục tiêu đến năm 2025, 100% khách hàng của Tổng công ty trên địa bàn TPHCM thanh toán tiền điện không dùng tiền mặt.

Để hiện thực hóa mục trên, EVNHCMC sẽ tiếp tục triển khai các giải pháp để phối hợp các đối tác thực hiện giai đoạn tới. Cụ thể, các Công ty điện lực phân loại nhóm khách hàng thường xuyên thanh toán tiền mặt để vận động đăng ký trích nợ tự động, mở ví điện tử, đồng thời, làm việc với các đối tác trên địa bàn quản lý phối hợp quảng bá hình thức thu tiền điện bằng các kênh thanh toán điện tử.

"Để tiến tới việc thanh toán tiền điện 100% không sử dụng tiền mặt, bên cạnh sự nỗ lực của ngành điện, rất cần có sự quan tâm chỉ đạo sát sao của chính quyền các cấp, ngân hàng Nhà nước, các ngân hàng thương mại và các tổ chức thanh toán trung gian trong việc tăng cường tuyên truyền, nâng cao nghiệp vụ, hạ tầng công nghệ... để đem đến sự tiện ích tốt nhất cho khách hàng", ông Bùi Trung Kiên - Phó Tổng giám đốc EVNHCMC nhấn mạnh■

THÉP MIỀN NAM /V/
GẦN NỬA THẾ KỶ
ĐỒNG HÀNH CÙNG ĐẤT NƯỚC

● MINH THỦY

Khởi nguồn thép /V/

Ngày 17/5/1967, Xí nghiệp Việt Nam Cán sắt Công ty (viết tắt VICASA) - tiền thân của Công ty CP Thép VICASA - VNSTEEL được sáng lập. Sau khi đất nước được giải phóng, ngày 15/6/1975, Xí nghiệp mang tên Nhà máy Luyện cán thép VICASA. Năm 1976, thương hiệu thép chữ /V/ ra đời, Nhà máy được đổi thành Nhà máy Luyện cán thép Biên Hòa. Năm 2016, Công ty chính thức đổi tên thành Công ty Cổ phần Thép VICASA - VNSTEEL để thống nhất tên theo quy định của công ty mẹ là Tổng công ty Thép Việt Nam - CTCP (VNSTEEL). Trong hệ thống Tổng công ty Thép Việt Nam - CTCP, hai đơn vị cùng sản xuất thép chữ /V/ nữa là Công ty CP Thép Nhà Bè - VNSTEEL và Công ty CP Thép Thủ Đức - VNSTEEL.

Đơn vị thứ tư góp phần đưa sản phẩm thép chữ /V/ có được hình hài và nội lực như hiện nay, không thể không nói tới vai trò của Công ty TNHH MTV Thép Miền Nam - VNSTEEL, một thành viên đóng vai trò chủ đạo trong việc đưa thép chữ /V/ ra thị trường.



Thép miền Nam /V/ đang góp sức xây dựng siêu dự án Sân bay Long Thành - Ảnh: Thép miền Nam /V/

RA ĐỜI VÀ CÓ BỀ DẦY LỊCH SỬ GẦN 50 NĂM, SẢN PHẨM THÉP MIỀN NAM /V/ CỦA TỔNG CÔNG TY THÉP VIỆT NAM - CTCP VỪA ĐƯỢC VINH DANH LÀ THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA NĂM 2024. THÀNH QUẢ NÀY LÀ NỖ LỰC CỦA MỘT THƯƠNG HIỆU THÉP LUÔN ĐỒNG HÀNH CÙNG ĐẤT NƯỚC TRONG GẦN NỬA THẾ KỶ QUA.

Công ty TNHH MTV Thép Miền Nam - VNSTEEL tiền thân là Nhà máy Thép Phú Mỹ thuộc Tổng công ty Thép Việt Nam - CTCP tọa lạc tại Khu Công nghiệp Phú Mỹ I, huyện Tân Thành, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu. Năm 2014, Công ty chuyển đổi sang thành Công ty TNHH MTV, có dây chuyền sản xuất hiện đại và khép kín với xưởng luyện có công suất 500.000T/năm, xưởng cán có công suất 400.000T/năm và đặc biệt có cảng nước sâu có công suất bốc dỡ 1 triệu tấn/năm. Theo chỉ đạo của VNSTEEL, Thép Miền Nam - VNSTEEL chịu trách nhiệm tiêu thụ thép chữ /V/ cho cả 4 đơn vị.

Để có được nhận diện thương hiệu Thép Miền Nam /V/ này, những năm 2000, Tổng giám đốc Tổng công ty Thép Việt Nam - CTCP đã cùng tập thể ban lãnh đạo Tổng công ty tổ chức một cuộc thi thiết kế thương hiệu và cuộc thi đã thu hút nhiều người quan tâm tham gia. Giải thưởng được trao cho một tác phẩm thuyết phục được hội đồng chấm giải vì chuyển tải đầy đủ thông điệp của thép ở cả nội dung và hình thức. Chữ /V/ từ đó được in lên từng thanh thép về mặt hình thức thì vừa đẹp, đơn giản, dễ nhận biết, dễ gia công, nhưng về mặt ý nghĩa thì lại sâu sắc vì là tổng hòa của mọi yếu tố cấu thành gồm tên tuổi của 3 đơn vị sản xuất là VICASA, Việt Thành, VYKIMCO - là 3 tên tuổi một thời vang bóng của 3 doanh nghiệp sản xuất thép mà những người thuộc lớp cũ đến giờ vẫn quen gọi.

Sức mạnh của Thép Miền Nam /V/

Nếu như trước đây các lãnh đạo tiền nhiệm đã nhìn thấy trước rằng phải tạo một dấu ấn đặc biệt cho người tiêu dùng nhận diện thương hiệu thép đặc biệt bằng cách in chữ /V/ lên từng thanh thép, thì ngày nay, đối đầu với sự cạnh tranh khốc liệt buộc các nhà sản xuất thép chữ /V/ trong hệ thống VNSTEEL, ngoài việc có một chữ /V/ để nhận diện thì phải trang bị cho mình chuỗi hệ thống quản lý chất lượng theo quy chuẩn chặt chẽ và cùng với đó là sự phối hợp nhịp nhàng giữa 4 đơn vị cùng sản xuất thép chữ /V/.

Thời gian là chứng nhân lịch sử. Thép Miền Nam /V/ trong vòng gần nửa thế kỷ qua luôn được tin tưởng là lựa chọn số một trên thị trường cho những công trình đòi hỏi chất lượng cao. Có lẽ hiếm có thương hiệu thép nào nhận được tình cảm sâu nặng của khách hàng như thép chữ /V/. Trên nguyên tắc coi chất lượng sản phẩm là sống còn, Thép Miền Nam /V/ không thể thiếu hai thành tố chủ chốt là đội ngũ lao động tâm huyết, luôn trau dồi nâng cao chuyên môn về nghề và công nghệ tiên tiến, hiện đại được coi là bậc nhất trong hệ thống VNSTEEL nhằm tạo ra các chủng loại thép với thương hiệu Thép Miền Nam /V/ luôn đạt chất lượng như cam kết.

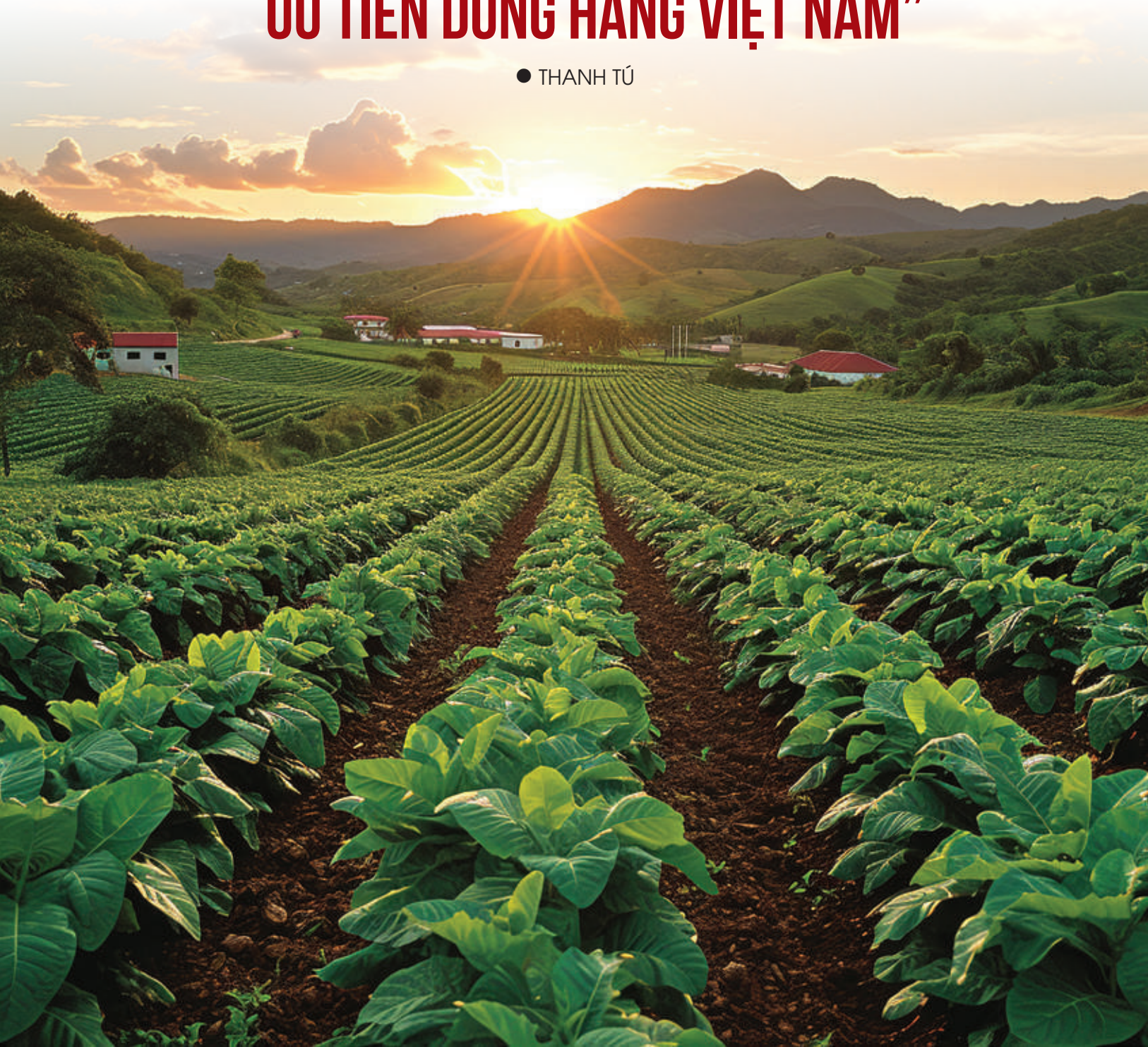
Vài năm trở lại đây, nền kinh tế vĩ mô của đất nước bị ảnh hưởng rất nhiều bởi dịch Covid-19 và tình hình biến động địa chính trị của thế giới, do vậy ngành sản xuất thép nói chung, Thép Miền Nam /V/ nói riêng cũng gặp một số khó khăn. Tuy nhiên, với bản lĩnh vững vàng của người làm thép, khó khăn này được nhận định chỉ mang tính thời điểm. Và rất có thể đây sẽ là động lực để ngành Thép cũng như Tổng công ty Thép Việt Nam - CTCP, thương hiệu thép chữ /V/ thực hiện những cải tổ lớn trong quá trình tái cấu trúc.

Với sức mạnh và sự quyết tâm, những thanh thép chữ /V/ vẫn không ngừng nỗ lực góp sức để cùng phát triển một quốc gia tự chủ và hùng cường!■

VINATABA:

THAY ĐỔI TỪ NHẬN THỨC ĐẾN HÀNH ĐỘNG HƯỞNG ỨNG CUỘC VẬN ĐỘNG "NGƯỜI VIỆT NAM ƯU TIÊN DÙNG HÀNG VIỆT NAM"

● THANH TÚ



CUỘC VẬN ĐỘNG "NGƯỜI VIỆT NAM ƯU TIÊN DÙNG HÀNG VIỆT NAM" Ở TỔNG CÔNG TY THUỐC LÁ VIỆT NAM (VINATABA) KHÔNG CÒN LÀ CÂU KHẨU HIỆU, MÀ ĐÃ TRỞ THÀNH HÀNG LOẠT CÁC HOẠT ĐỘNG THỰC TIỄN GẮN KẾT NGƯỜI LAO ĐỘNG TRONG PHONG TRÀO THI ĐUA LAO ĐỘNG SẢN XUẤT KHÔNG NGỪNG NGHỈ. CÁC ĐƠN VỊ TRONG TỔNG CÔNG TY ƯU TIÊN SỬ DỤNG DỊCH VỤ, SẢN PHẨM DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT TRONG NƯỚC.

Hình thành văn hóa tiêu dùng hàng Việt Nam

Xuyên suốt trong các văn bản chỉ đạo, điều hành triển khai thực hiện Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" của Vinataba là phát huy tối đa hiệu quả sử dụng các nguồn, ưu tiên sử dụng sản phẩm, dịch vụ trong ngành, trong nước nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả, sức cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường.

Giai đoạn 2019 - 2024, Đảng ủy, Ban Chỉ đạo Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" của Đảng ủy đã ban hành trên 50 văn bản chỉ đạo, triển khai thực hiện Cuộc vận động. Các cấp ủy Đảng, chính quyền, Công đoàn, đoàn thể đã quan tâm lãnh đạo, chỉ đạo, tổ chức quán triệt để triển khai thực hiện tốt Cuộc vận động. Thường xuyên cập nhật, tuyên truyền, phổ biến các nghị quyết, chỉ thị Đảng ủy cấp trên có liên quan đến Cuộc vận động; tuyên truyền năng lực sản xuất của doanh nghiệp Việt Nam, chất lượng hàng Việt Nam thông qua Bản tin nội bộ, website Vinataba, các hội thảo, hội nghị giới thiệu sản phẩm dịch vụ của Tổng Công ty và các đơn vị thành viên, vận động cán bộ đảng viên và người lao động ưu tiên sử dụng hàng Việt Nam, đặc biệt là sử dụng các sản phẩm của Tổ hợp trong sản xuất và tiêu dùng.

Việc triển khai và thực hiện Cuộc vận động đã tạo sự chuyển biến rõ rệt trong nhận thức của đảng viên, công nhân viên, người lao động (CNVNLĐ), trở thành phong trào rộng khắp, từng bước làm thay đổi hành vi tiêu dùng của đảng viên, CNVNLĐ trong toàn Tổ hợp. Từ đó, chính bản thân mỗi CNVNLĐ đã tự nhận thức đúng đắn hơn về vai trò, trách nhiệm của mình trong từng vị trí công việc, hoàn thành tốt nhiệm vụ chuyên môn, thực hiện Cuộc vận động thông qua việc sử dụng và giới thiệu cho người thân về sản phẩm của đơn vị, của Tổng Công ty, góp phần xây dựng thương hiệu Vinataba trên thị trường trong nước và quốc tế.

Sử dụng hàng Việt Nam để tăng cường tự chủ trong sản xuất

Tổng Công ty đã chỉ đạo các đơn vị thực hiện các giải pháp tăng cường khả năng tự chủ sản xuất trong nước, nâng cao năng lực quản lý, khả năng cạnh tranh, đổi mới công nghệ theo hướng hiện đại, thân thiện với môi trường, từng bước giảm dần sự lệ thuộc vào nước ngoài. Đẩy mạnh nghiên cứu, ứng dụng công nghệ mới, tiên tiến vào quản lý, sản xuất, kinh doanh và đầu tư phù hợp với ngành nghề, sản phẩm và chiến lược phát triển của đơn vị, ưu tiên lựa chọn hàng sẵn có trong nước.

Công tác phối chế chú trọng đến sử dụng nguyên liệu nội địa, một số đề tài, dự án ứng dụng mang lại hiệu quả kinh tế, tiết kiệm chi phí sản xuất được đánh giá cao. Trong 5 năm qua, các đơn vị đã áp dụng nhiều tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất với trên 690 sáng kiến, giải pháp cải tiến kỹ thuật và kết quả nghiên cứu được áp dụng trong sản xuất, có giá trị làm lợi trên 9,92 tỷ đồng.

Các đơn vị tiếp tục thực hiện chủ trương tập trung xây dựng phân khúc thuốc lá trung và cao cấp, xây dựng thương hiệu Vinataba với những sản phẩm mới có chất lượng, bao bì đẹp, hiện đại, có tính năng chống làm giả nhằm nâng tầm giá trị thương hiệu Việt cũng như thỏa mãn nhu cầu ngày càng tinh tế của khách hàng; Phối hợp với Cục Sở hữu trí tuệ và các cơ quan hữu quan trong việc bảo hộ, đăng ký nhãn hiệu, 100% sản phẩm của Tổng công ty được đăng ký bảo hộ trong nước; Chú trọng nâng cao chất lượng, uy tín, sức cạnh tranh của sản phẩm tại thị trường trong nước và quốc tế; Tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại mở rộng tìm kiếm đối tác mới, tiếp tục làm việc với khách hàng truyền thống, đồng thời không ngừng cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm đáp ứng yêu cầu tiêu thụ giúp gia tăng sản lượng xuất khẩu.



Vận hành dây chuyền sợi 6 tấn/giờ - Dây chuyền hiện đại nhất Châu Á của Công ty Thuốc lá Thăng Long - Ảnh: VINATABA

Ưu tiên sử dụng hàng Việt Nam chính là quyền lợi và trách nhiệm

Ban Chỉ đạo Cuộc vận động đã quán triệt, chỉ đạo các đơn vị ưu tiên sử dụng hàng hóa nội địa khi thực hiện mua sắm trang thiết bị văn phòng; ưu tiên sử dụng các trang thiết bị, nguyên vật liệu nội địa và dịch vụ có chất lượng tương đương hàng ngoại nhập để phục vụ sản xuất - kinh doanh. Các đơn vị thành viên đã sử dụng những mặt hàng có xuất xứ Việt Nam trong mua bán văn phòng phẩm. Rà soát vật tư, phụ liệu, phụ tùng thiết bị và hàng hóa dịch vụ đang sử dụng; xây dựng kế hoạch dùng hàng nội địa khi thực hiện mua sắm công và thực hiện các dự án đầu tư phát triển sản xuất; chủ động sử dụng nguồn vật tư, nguyên liệu trong nước thay thế hàng nhập ngoại,… Công tác mua sắm, chi tiêu luôn tuân thủ đúng quy trình đã đề ra. Giá trị sử dụng hàng Việt Nam trong mua sắm, đầu tư công, thiết bị văn phòng trong 5 năm qua ước đạt trên 896 tỷ đồng.

Đối với nguồn vật tư, phụ liệu đầu vào, tỷ lệ sử dụng nguyên liệu nội địa toàn Tổng công ty hàng năm đều đạt trên 60%. Trong hoạt động sản xuất kinh doanh, các đơn vị ưu tiên ký kết hợp đồng, sử dụng sản phẩm, dịch vụ của các đơn vị trong Tổng công ty như: Công ty Cổ phần Cát Lợi, Công ty Vina ToYo, Công ty XNK Thuốc lá, Công ty Cổ phần Ngân Sơn, Công ty Cổ phần Hòa Việt, Công ty Thuốc lá Sài Gòn, Công ty Thuốc lá Long An, Công ty Thuốc lá Bến Tre,... Giá trị hàng hóa của Việt Nam dùng cho nguyên nhiên, vật liệu đầu vào trong sản xuất - kinh doanh trong Tổng công ty 5 năm qua ước đạt trên 12.328 tỷ đồng.

Đối với các mặt hàng nhu yếu phẩm, các sản phẩm phục vụ nhu cầu sinh hoạt, làm việc hàng ngày, các loại văn phòng phẩm, các dịch vụ, sản phẩm chăm sóc sức khỏe, y tế, phục vụ bữa ăn giữa ca của CB, CNV tại các đơn vị trong tổ hợp, Công đoàn các đơn vị trực thuộc luôn ưu tiên chọn mua và sử dụng các sản phẩm của các công ty thành viên trong Tổng Công ty như rượu vang Romantic, bánh kẹo Hải Hà, Hữu Nghị, Hải Hà - Kotobuki… và các doanh nghiệp trong nước có uy tín.

Trong 5 năm 2019 - 2024, các đơn vị trực thuộc Tổng Công ty đã ký kết 2.724 hợp đồng với 347 doanh nghiệp trong nước. Trong đó, số lượng thỏa thuận, hợp đồng đã thực hiện là 2.712; tổng giá trị hợp đồng đã thực hiện trên 775 tỷ đồng.

Thực hiện hiệu quả Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" đã góp phần thúc đẩy sản xuất kinh doanh của Tổng công ty phát triển, chất lượng sản phẩm ngày càng được nâng cao để cạnh tranh với hàng ngoại, qua đó làm thay đổi nhận thức và hành vi của người tiêu dùng và người sản xuất. Cán bộ, đảng viên, người lao động Vinataba đã nhận thức được lợi ích của việc dùng hàng nội địa trong mua sắm, tiêu dùng ở Công ty và gia đình chính là thể hiện lòng yêu nước, nét đẹp trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam■

CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĐIỆN TẠI THỦ ĐÔ:

TRÒN SỨ MỆNH ĐỂ "ĐIỆN ĐI TRƯỚC MỘT BƯỚC"

Trong những năm qua, Tổng công ty Điện lực TP. Hà Nội (EVN*HANOI*) đã không ngừng đổi mới, nâng cao chất lượng dịch vụ để phục vụ khách hàng và đồng hành cùng sự phát triển của Thủ đô.

● LÊ HOA



Ứng dụng công nghệ nâng cao chất lượng dịch vụ và hiệu quả hoạt động - Ảnh: EVNHANOI

Nỗ lực để "điện đi trước một bước"

70 năm trước, vào ngày 21/12/1954, Bác Hồ kính yêu đã về thăm Nhà máy Đèn Bờ Hồ. Tại đây, Người căn dặn: "Nhà máy bây giờ là của nhân dân, của Chính phủ, của các cô, các chú. Các cô, các chú là chủ, phải gìn giữ nhà máy làm cho nó phát triển hơn nữa".

Thực hiện lời dạy của Bác, dưới sự lãnh đạo sáng suốt của Đảng, 70 năm qua, ngành Điện lực Thủ đô đã cùng nhau đoàn kết, sáng tạo, xây dựng và phát triển lớn mạnh không ngừng, bảo đảm điện phục vụ phát triển kinh tế - xã hội và đời sống nhân dân.

Đặc biệt, những năm qua, EVN*HANOI* luôn cung cấp điện ổn định và an toàn, góp phần đảm bảo an ninh năng lượng. Thực hiện sứ mệnh "điện đi trước một bước", hạ tầng phân phối điện cho người dân trên toàn địa bàn thành phố được đầu tư phát triển mạnh mẽ cả về quy mô và chất lượng. Dòng điện được kết nối tới từng đường làng, ngõ xóm, những vùng nông thôn khó khăn, phục vụ đời sống và sản xuất của nhân dân.

Phát huy truyền thống lịch sử hào hùng của những người thợ điện Thủ đô không quản ngại nguy hiểm để bảo vệ, phát triển nguồn điện trong những năm tháng đất nước khó khăn, Điện lực Thủ đô tiếp tục phát triển chất lượng dịch vụ điện.

Những nỗ lực đó thể hiện bằng kết quả, thành tích cao về chất lượng điện và dịch vụ điện của EVN*HANOI* trong những năm qua. Năm 2012, nền tảng chăm sóc khách hàng số đầu tiên của EVN*HANOI* đã đưa các dịch vụ điện lên trực tuyến qua trang thông tin điện tử. Những năm tiếp theo, EVN*HANOI* phối hợp cùng các cơ quan hành chính công, đưa các dịch vụ điện trực tuyến lên Cổng thông tin điện tử Hà Nội, Dịch vụ công Quốc gia, đặc biệt việc đưa dịch vụ điện lên cấp độ 4 đáp ứng mọi dịch vụ theo yêu cầu của khách hàng từ khâu đăng ký tới nhận kết quả và thành toán 100% thông qua trực tuyến.

Dễ dàng tiếp cận các dịch vụ điện trên đa nền tảng

Nắm bắt được xu thế phát triển của xã hội, đồng thời nhu cầu sử dụng các dịch vụ về điện của khách hàng cũng tăng cao, EVNHANOI đã áp dụng nhiều sáng kiến, cải tiến khoa học kỹ thuật để đưa dịch vụ điện từng bước đổi mới theo thị hiếu của khách hàng, tạo nền móng cho công cuộc chuyển đổi số tại EVN*HANOI*.

Hạt nhân của chiến lược đó là Hệ sinh thái chăm sóc khách hàng của EVN*HANOI* được ra mắt phục vụ khách hàng mọi lúc, mọi nơi trên đa nền tảng số, giúp khách hàng "dễ tiếp cận - dễ tham gia - dễ giám sát" các thủ tục, dịch vụ điện, đảm bảo chính xác và bảo mật từ "chính chủ nhà đèn".

Giờ đây, với Hệ sinh thái chăm sóc khách hàng số đa kênh, đa nền tảng, khách hàng tại Hà Nội có thể tiếp cận dịch vụ điện dễ dàng, nhanh chóng dù ở bất kỳ đâu trên 30 quận, huyện, thị xã với các kênh như: website evnhanoi.com.vn, App EVN*HANOI*, Email evnhanoi@evnhanoi.vn, Fanpage EVN*HANOI*, Trang EVN*HANOI* trên ứng dụng Zalo, Chatbot EVN*HANOI* trên ứng dụng Messenger, Tổng đài chăm sóc khách hàng (24/7) 19001288, Phòng giao dịch khách hàng đặt tại các công ty điện lực, Cổng Dịch vụ công Quốc gia: dichvucong.gov.vn,...■

HÀNH TRÌNH TRỞ THÀNH TẬP ĐOÀN KINH TẾ NHÀ NƯỚC LỚN MẠNH

● THÚY HÀ

Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam (TKV), tiền thân là Tổng công ty Than Việt Nam, được thành lập ngày 10/10/1994 theo Quyết định của Thủ tướng Chính phủ. Trải qua 30 năm xây dựng và phát triển, TKV đã trở thành Tập đoàn kinh tế nhà nước lớn mạnh, là 1 trong 3 trụ cột đảm bảo an ninh năng lượng quốc gia, có vai trò quan trọng đối với sự phát triển của đất nước.

Các lĩnh vực đều tăng trưởng ngoạn mục

Là một tập đoàn kinh tế đa ngành gồm: than, khoáng sản, điện, vật liệu nổ công nghiệp, sản xuất cơ khí và kinh doanh dịch vụ khác, nhưng TKV tập trung chủ yếu vào các lĩnh vực sản xuất chính, mang tính cốt lõi là than, khoáng sản, điện, vật liệu nổ công nghiệp. Nhiều năm qua, tất cả các lĩnh vực hoạt động của TKV đều sản xuất - kinh doanh có hiệu quả. Trong đó, sản xuất than luôn là lĩnh vực có tỷ trọng lợi nhuận cao nhất.

Mặt khác, TKV đẩy mạnh phát triển các ngành sản xuất khác thân thiện với môi trường theo đúng cam kết của Thủ tướng Chính phủ tại Hội nghị COP26 về vấn đề giảm thiểu khí thải nhà kính và tiến tới ngừng sử dụng than "không suy giảm".

Nhờ việc đẩy mạnh đầu tư phát triển các dự án điện nên đến năm 2017, tổng công suất của các nhà máy điện TKV đã đi vào hoạt động là 1,73 nghìn MW. Theo đó, sản lượng điện sản xuất và tiêu thụ của TKV đã tăng từ 720 triệu kWh năm 2006 lên trên 10 tỷ kWh năm 2023 (tăng 13,9 lần), doanh thu tăng từ 432 tỷ đồng lên 14 nghìn tỷ đồng (tăng 32 lần).

Sản xuất và cung ứng vật liệu nổ công nghiệp liên tục tăng và trở thành một trong những ngành có doanh thu tương đối lớn và hiệu quả cao. Từ năm 2006 đến năm 2023, sản lượng sản xuất tăng từ 46 lên 65,6 nghìn tấn (tăng gần 1,5 lần) và sản lượng cung ứng tăng từ gần 76 lên 102 nghìn tấn (tăng 1,3 lần), tương ứng doanh thu tăng từ 1,2 lên hơn 7,4 nghìn tỷ đồng (tăng hơn 6 lần).

Đối với lĩnh vực cơ khí, Tập đoàn đã chế tạo giá chống thủy lực và các thiết bị, phụ tùng phục vụ sản xuất than, khoáng sản, điện lực, sửa chữa và phục hồi các thiết bị phục vụ cho khai thác mỏ và các lĩnh vực sản xuất - kinh doanh khác với tổng doanh thu tăng từ hơn 1 nghìn tỷ đồng năm 2006 lên 3,3 nghìn tỷ đồng năm 2023 (tăng hơn 3 lần)…

Giá trị tổng tài sản của toàn Tập đoàn TKV tại thời điểm năm 2023 đã tăng hơn 112 nghìn tỷ đồng, lên mức 114 nghìn tỷ đồng, tương ứng tăng hơn 67 lần so với năm 1994. Điều này thể hiện sự tăng trưởng quy mô vượt bậc của TKV về cả chiều rộng và chiều sâu trong sản xuất - kinh doanh.

Nếu như năm 1994 - năm đầu thành lập, doanh thu toàn Tập đoàn (với tên gọi là Tổng công ty Than Việt Nam) chỉ là con số khiêm tốn 1,845 nghìn tỷ đồng, thì đến năm 2023 đã đạt mức 168,10 nghìn tỷ đồng, gấp hơn 91 lần và tăng 166,25 nghìn tỷ đồng so với năm 1994. Tổng doanh thu của TKV trong giai đoạn từ năm 1994 - 2023 đạt 1,9 triệu tỷ đồng, bình quân đạt 65,7 nghìn tỷ đồng/năm.

Trong đó, hoạt động xuất khẩu than, alumina… với kỷ lục cao nhất vào 2 năm (2010 - 2011) đạt trên 1,5 tỷ USD/năm, đã đem lại nguồn thu ngoại tệ lớn



Hệ thống sàng tuyển tại Công ty Tuyển Than Cửa Ông - Ảnh: TKV

giúp TKV chủ động thanh toán các khoản nợ ngoại tệ, góp phần vào sự tăng trưởng chung của nền kinh tế quốc dân.

Về hiệu quả sản xuất - kinh doanh, mặc dù gặp nhiều thách thức như: khủng hoảng tài chính châu Á (năm 1997), cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu (năm 2008) và đại dịch Covid-19 (năm 2020), TKV vẫn duy trì hoạt động sản xuất - kinh doanh có lãi. Đặc biệt, năm 2022 là năm TKV đạt kết quả sản xuất - kinh doanh cao nhất từ khi thành lập, với lợi nhuận trước thuế đạt 10,6 nghìn tỷ đồng.

Nộp ngân sách nhà nước cao kỷ lục

Trong vòng 5 năm trở lại đây, tỷ trọng lợi nhuận của TKV ở một số ngành (khoáng sản, vật liệu nổ…) có xu hướng tăng lên, cho thấy TKV đang hướng tới chiến lược phát triển bền vững, từng bước giảm bớt phụ thuộc vào sản xuất than - kinh doanh than.

Năm 2023, Tập đoàn đã đạt số nộp ngân sách nhà nước cao kỷ lục kể từ khi thành lập, với giá trị 29,216 nghìn tỷ đồng (hơn 1,1 tỷ USD). Trong đó, số nộp ngân sách nhà nước của TKV tại Quảng Ninh chiếm 41% thu ngân sách của tỉnh.

Cùng với đó, vốn nhà nước tại TKV cũng tăng từ 778 tỷ đồng vào năm đầu thành lập lên 48,3 nghìn tỷ đồng năm 2023. Hiện nay, vốn điều lệ của công ty mẹ đạt 35 nghìn tỷ đồng.

Về quản trị tài chính, TKV đang từng bước chuyển đổi và hoàn thiện công tác quản trị tài chính thông qua việc thanh toán trực tiếp cho các công ty khai thác và tập trung thu xếp vốn tại công ty mẹ; áp dụng công nghệ số trong kế toán - tài chính. Những kết quả đã đạt được nêu trên là minh chứng rõ nét khẳng định sự phát triển không ngừng lớn mạnh của TKV trong chặng đường 30 năm qua.

Giai đoạn 2020 - 2025, TKV dự kiến đầu tư hơn 170 nghìn tỷ đồng cho các dự án trọng điểm. Tập đoàn phấn đấu khai thác 35 - 40 triệu tấn than/năm. TKV định hướng phát triển theo chiều sâu, trong đó cùng với tận dụng tối đa khả năng khai thác lộ thiên ở những mỏ có điều kiện cho phép, sẽ tập trung phát triển các mỏ hầm lò công suất lớn áp dụng cơ giới hóa đồng bộ, hiện đại; hoàn thiện mô hình "Sản xuất và thương mại than".

Đối với lĩnh vực điện và khoáng sản, TKV phát triển các dự án điện theo quy hoạch được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt. Đồng thời, TKV cũng sẽ tập trung khai thác và chế biến sâu một số khoáng sản có trữ lượng lớn, tiến tới hình thành ngành công nghiệp luyện kim đen - luyện kim màu quan trọng, như: Sản xuất đồng kim loại, phôi thép, alumin - nhôm, titan, đất hiếm.

Riêng lĩnh vực vật liệu nổ công nghiệp và cơ khí, TKV tiếp tục phát triển các sản phẩm vật liệu nổ công nghiệp, tập trung đầu tư sản xuất nguyên liệu thay thế hàng nhập khẩu và phát triển dịch vụ nổ mìn đáp ứng nhu cầu của nền kinh tế. Đồng thời, tập trung chế tạo vật tư, thiết bị cho phát triển cơ giới hóa khai thác than hầm lò và khai thác, chế biến khoáng sản■

9 THÁNG SẢN LƯỢNG ĐIỆN SẢN XUẤT TOÀN HỆ THỐNG ĐẠT 232,6 TỶ KWH

● THÁI LINH

Theo Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN), trong 9 tháng đầu năm 2024, do tăng trưởng kinh tế tiếp tục phục hồi, duy trì đà phát triển tích cực ở cả 3 khu vực (sản xuất nông nghiệp; sản xuất công nghiệp; thương mại, dịch vụ)... dẫn đến nhu cầu sử dụng điện tăng cao, tình hình cung cấp điện các tháng cao điểm mùa khô năm 2024 gặp nhiều thách thức.

Cùng với đó, diễn biến thiên tai, bão lũ cũng ảnh hưởng lớn đến công tác đảm bảo cung ứng điện, đặc biệt là ảnh hưởng của cơn bão số 3 (YAGI) và lũ lụt sau bão tại 26 tỉnh/thành phố khu vực miền Bắc.

Tuy nhiên, với sự quan tâm chỉ đạo quyết liệt, thường xuyên của Chính phủ, các bộ, ngành, địa phương, sự đoàn kết, nỗ lực của toàn thể cán bộ công nhân viên trong Tập đoàn, EVN đã đảm bảo cung ứng điện cho phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Cụ thể, sản lượng điện sản xuất và nhập khẩu toàn hệ thống tháng 9 đạt 24,56 tỷ kWh; lũy kế 9 tháng năm 2024 đạt 232,6 tỷ kWh, tăng 10,9% so với cùng kỳ năm 2023.

Sản lượng và tỷ trọng huy động các loại hình nguồn điện toàn hệ thống trong 9 tháng năm 2024 cụ thể: Thủy điện, đạt 65,57 tỷ kWh, chiếm 28,2%; Nhiệt điện than đạt 115,27 tỷ kWh, chiếm 49,6%; Tua bin khí đạt 17,19 tỷ kWh, chiếm 7,4%; Năng lượng tái tạo đạt 30,08 tỷ kWh, chiếm 12,9% (trong đó điện mặt trời đạt 20,4 tỷ kWh, điện gió đạt 8,85 tỷ kWh); Điện nhập khẩu đạt 4,02 tỷ kWh, chiếm 1,7%. Sản lượng điện truyền tải lũy kế 9 tháng năm 2024 đạt 186,2 tỷ kWh, tăng 11,5% so với cùng kỳ năm 2023.

Bên cạnh đó, mức tăng trưởng điện năng cho công nghiệp - xây dựng tăng 11,07%, điện năng cho thương mại - dịch vụ tăng 12,73%, điện năng cho nông nghiệp tăng 12,49%, điện năng cho sinh hoạt tăng 11,03%.

Đến cuối tháng 9/2024, EVN đã khôi phục hoàn toàn các sự cố lưới điện 500kV và 220kV; cơ bản khôi phục sự cố lưới điện trung, hạ áp; cấp điện trở lại cho toàn bộ các khu, cụm công nghiệp, khách hàng bị ảnh hưởng do cơn bão số 3 (Yagi). Các nhà máy thủy điện đảm bảo vận hành an toàn.

Ngoài ra, EVN và các đơn vị đã ủng hộ tổng cộng khoảng 15 tỷ đồng cho các tỉnh/thành phố bị thiệt hại do bão số 3 Yagi và lũ lụt sau bão, góp phần cùng các cấp chính quyền địa phương, bà con nhân dân nhanh chóng khôi phục và ổn định sản xuất.

Về công tác đầu tư xây dựng, trong 9 tháng đầu năm, Tập đoàn và các đơn vị thành viên đã nỗ lực triển khai kế hoạch đầu tư xây dựng năm 2024.

Đặc biệt, đối với các dự án nguồn và lưới điện trọng điểm, mặc dù còn nhiều vướng mắc về thủ tục, thu xếp vốn, bố trí quỹ đất và bồi thường giải phóng mặt bằng, chuyển đổi mục đích sử dụng rừng... công tác đầu tư xây dựng 9 tháng đầu năm đã đạt được một số kết quả nổi bật, như: Hoàn thành đường dây 500kV mạch 3 từ Quảng Trạch đến Phố Nối theo đúng tiến độ chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ; Một số dự án nguồn



Lũy kế 9 tháng năm 2024, sản lượng điện toàn hệ thống của EVN đạt 232,6 tỷ kWh. - Ảnh EVN

điện đã đạt và vượt tiến độ như: Thủy điện Hòa Bình mở rộng và Thủy điện Ialy mở rộng; Một số dự án tăng cường cấp điện đã kịp thời được đưa vào vận hành để đảm bảo cấp điện các tháng cao điểm mùa khô năm 2024 cũng như chuẩn bị cấp điện năm 2025…

Trong 9 tháng năm 2024, EVN và các đơn vị đã khởi công 68 công trình và hoàn thành đóng điện, đưa vào vận hành 84 công trình lưới điện từ 110 kV đến 500 kV.

Để đảm cung ứng điện 3 tháng cuối năm 2024 cũng như năm 2025, EVN đã chỉ đạo tất cả các đơn vị thực hiện nghiêm các chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ về việc triển khai quyết liệt, đồng bộ, hiệu quả các giải pháp bảo đảm cung ứng điện.

Trong đó, phối hợp cùng NSMO liên tục theo dõi sát sao diễn biến khí tượng, thủy văn, tình hình nhiên liệu, khả dụng tổ máy và tăng trưởng phụ tải để kịp thời cập nhật, điều chỉnh phương thức vận hành đảm bảo vận hành hệ thống điện an toàn, tin cậy; vận hành, điều tiết các hồ thủy điện lớn khu vực miền Bắc, vận hành kinh tế tối ưu có thể và đảm bảo mục tiêu tích nước vào cuối năm 2024.

Các tổng công ty phát điện và các đơn vị phát điện phối hợp với đơn vị điều độ cập nhật nhu cầu huy động các tháng cuối năm để điều chỉnh kế hoạch cung cấp nhiên liệu kịp thời, chuẩn bị phương án dự phòng nhiên liệu cho sản xuất điện.

Các nhà máy thủy điện vận hành các hồ chứa an toàn, khai thác tối ưu nguồn nước và theo dõi, dự báo sát tình hình thủy văn, có phương án tích nước sớm trong giai đoạn cuối mùa lũ để đảm bảo mục tiêu tích nước đến mực nước dâng bình thường vào cuối năm 2024, phục vụ nhu cầu phát điện, đảm bảo cung ứng điện cho mùa khô năm 2025.

Tổng công ty Truyền tải điện Quốc gia vận hành an toàn, tin cậy hệ thống lưới điện; chuẩn bị đủ vật tư thiết bị dự phòng, rà soát triển khai có hiệu quả các giải pháp giảm thiểu sự cố lưới điện truyền tải.

Các tổng công ty điện lực/công ty điện lực sẵn sàng các kịch bản cung ứng điện; tiếp tục thực hiện Chỉ thị số 20/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường tiết kiệm điện…

Về đầu tư xây dựng nguồn điện, tập trung đẩy nhanh tiến độ thi công, đảm bảo mục tiêu hoàn thành phát điện 2 tổ máy Thủy điện Ialy mở rộng và các dự án Điện mặt trời Phước Thái 2 & 3 trong quý IV/2024. Phấn đấu khởi công các dự án Thủy điện Trị An mở rộng và Thủy điện tích năng Bác Ái vào cuối năm 2024 theo kế hoạch.

Về đầu tư xây dựng lưới điện, các đơn vị tập trung mọi nguồn lực, giải quyết vướng mắc, đảm bảo hoàn thành trong quý IV/2024 các dự án quan trọng, bao gồm: Trạm cắt 220kV Đăk Oóc và đường dây đấu nối; đường dây 220kV Nậm Sum - Nông Cống; trạm biến áp 220kV KKT Nghi Sơn và đấu nối; đường dây 500kV Monsoon - Thạnh Mỹ. Đẩy nhanh tiến độ chuẩn bị đầu tư để khởi công dự án Cấp điện từ lưới điện quốc gia cho huyện Côn Đảo vào cuối năm 2024,…■

THAN THỐNG NHẤT:

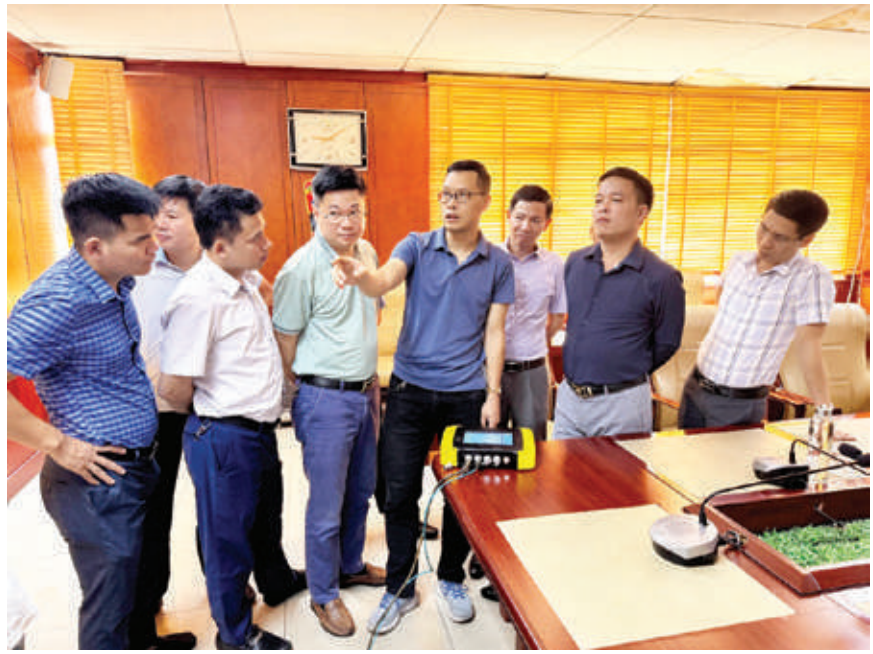
CHIA SẺ KINH NGHIỆM VỀ CÔNG NGHỆ KHOAN VÀ THĂM DÒ ĐỊA VẬT LÝ

● LÊ HẢI

Công ty Than Thống Nhất - TKV vừa có cuộc làm việc về công nghệ khoan và thăm dò địa vật lý trong mỏ với Công ty Khoa học Kỹ thuật Nghi Lâm - Vũ Hán (Trung Quốc). Hai bên đã cùng chia sẻ kinh nghiệm trong việc ứng dụng các công nghệ tiên tiến nhằm nâng cao hiệu quả khai thác than, đảm bảo an toàn lao động và phát triển bền vững trong ngành công nghiệp khai khoáng.

Hai bên đã thảo luận về các giải pháp công nghệ mới nhất trong lĩnh vực khoan thăm dò, bao gồm việc ứng dụng các thiết bị hiện đại để nâng cao độ chính xác của các phương pháp khảo sát địa chất. Bên cạnh đó, các chuyên gia từ Công ty Nghi Lâm cũng chia sẻ những nghiên cứu tiên tiến trong việc sử dụng công nghệ địa vật lý để phát hiện và dự đoán các túi nước trong vỉa than, từ đó giúp tối ưu hóa quá trình khai thác.

Ông Đào Tuấn Anh - Phó Giám đốc Công ty đánh giá cao những chia sẻ từ phía đối tác và nhấn mạnh tầm quan trọng của việc ứng dụng công nghệ tiên tiến trong quá trình khai thác mỏ, trong lĩnh vực khảo sát địa chất



Hai bên cùng chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm trong việc ứng dụng các công nghệ tiên tiến - Ảnh: Công ty Than Thống Nhất - TKV

kỹ thuật số và thăm dò địa vật lý tích hợp các công nghệ tiên tiến như điện toán đám mây, dữ liệu lớn và trí tuệ nhân tạo, kết hợp với các phương pháp thăm dò truyền thống để thu thập dữ liệu có độ chính xác cao, phân tích dữ liệu theo thời gian thực; Cải thiện hiệu quả và độ chính xác của việc thăm dò địa chất. Việc nâng cao trình độ công nghệ sẽ giúp cải thiện hiệu quả sản xuất, đồng thời đảm bảo an toàn cho người lao động và bảo vệ môi trường xung quanh.

Hai bên đã thống nhất sẽ tiếp tục duy trì mối quan hệ hợp tác lâu dài, đẩy mạnh các hoạt động chia sẻ công nghệ và nghiên cứu phát triển chung trong tương lai. Công ty Than Thống Nhất - TKV khẳng định sẽ tiếp tục đầu tư vào công nghệ và con người để không ngừng nâng cao chất lượng sản xuất và phát triển bền vững trong ngành khai khoáng■

2 sản phẩm của TKV lọt Top 30 sản phẩm Đổi mới sáng tạo Doanh nghiệp 2024

Tham gia Giải thưởng đổi mới sáng tạo Doanh nghiệp năm 2024, Đoàn Thanh niên Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam (TKV) có 10 sản phẩm là các công trình, sáng kiến do các cấp bộ Đoàn triển khai thực hiện. Trong đó, vinh dự có 2 sản phẩm thuộc top 30 sản phẩm Đổi mới sáng tạo Doanh nghiệp năm 2024 Khối Doanh nghiệp Trung ương gồm:

Sáng kiến "Gia công tấm ốp và khớp nối bảo vệ hệ thống thủy lực giàn chống cơ giới hóa hạng nhẹ ZFQ 3000/16/25" của Đoàn Thanh niên Công ty Than Dương Huy - TKV.

Công trình "Xây dựng cơ sở dữ liệu các loại khoáng sản và thể hiện lên bản đồ tổng thể trên nền phần mềm ArcGIS" của Đoàn Thanh niên Công ty CP Tư vấn Đầu tư mỏ và Công nghiệp - Vinacomin.

Điều này không chỉ ghi nhận những nỗ lực lao động, khả năng sáng tạo của các đoàn viên thanh niên trong TKV, mà còn minh chứng cho quyết tâm của



Đoàn Thanh niên TKV vinh dự có 2 sản phẩm thuộc top 30 sản phẩm Đổi mới sáng tạo Doanh nghiệp năm 2024 Khối Doanh nghiệp Trung ương - Ảnh: TKV

Tập đoàn TKV trong đẩy mạnh áp dụng 3 hóa (cơ giới hóa, tự động hóa, tin học hóa) trong các lĩnh vực sản xuất - kinh doanh.

BẢO LINH

TKV: Nâng cao năng lực sàng tuyển, chế biến than

Giai đoạn 2018-2023, trung bình mỗi năm TKV tiêu thụ từ 40-42 triệu tấn than. Từ năm 1994 đến hết năm 2023, TKV đã khai thác được hơn 850 triệu tấn, tiêu thụ gần 900 triệu tấn than.

Hiện TKV có 4 đơn vị sàng tuyển, tiêu thụ than chính cho Tập đoàn gồm: Công ty Tuyển than Cửa Ông, Công ty Tuyển than Hòn Gai, Công ty Kho vận và Cảng Cẩm Phả, Công ty Kho vận Đá Bạc.

Công ty Tuyển than Cửa Ông hiện đang làm chủ công nghệ sàng tuyển, chế biến than hiện đại của Úc, Ba Lan, Nhật Bản. Giai đoạn từ năm 2020 đến nay, Công ty đã cải tạo nền các kho than, hệ thống cấp liệu cám độ tro cao phục vụ pha trộn than; hoàn thiện công nghệ chế biến than Nhà máy Tuyển than 3… đến nay, Công ty đã đầu tư đồng bộ 4 nhà máy tuyển và 2 nhà máy lọc sấy than.

Thời gian gần đây, Công ty Kho vận và Cảng Cẩm Phả đã đầu tư nhiều công trình, dự án trọng điểm nhằm nâng cao năng lực vận hành, tiêu thụ than tại các cụm kho, cảng. Điển hình, cuối tháng 5/2024, Công ty đã



Hệ thống băng tải than từ kho G9 đi Cảng Hóa Chất - Mông Dương - Ảnh: TKV

đầu tư gần 120 tỷ đồng dự án hệ thống băng tải than từ kho G9 đi cảng Hóa Chất - Mông Dương.

Cùng với 2 đơn vị trên, thời gian qua, các đơn vị sàng tuyển, tiêu thụ than của TKV cũng đã tập trung đầu tư nhiều trang thiết bị, công nghệ, cơ sở hạ tầng theo hướng đồng bộ đáp ứng nhu cầu pha trộn, tiêu thụ than phù hợp cho thị trường.

PHƯƠNG MINH

Petrolimex trao 5 tỷ đồng xây nhà tặng hộ nghèo tại Lai Châu

Vừa qua, Tập đoàn Xăng dầu Việt Nam đã ủng hộ tỉnh Lai Châu 5 tỷ đồng triển khai xây nhà đại đoàn kết tặng hộ nghèo có khó khăn về nhà ở trên địa bàn tỉnh; trong đó, huyện Tam Đường có 60 căn nhà và huyện Sìn Hồ có 40 căn nhà.

Trong những năm qua, Petrolimex luôn quan tâm, thực hiện công tác an sinh xã hội. Các chương trình của Petrolimex như ủng hộ kinh phí xây dựng các công trình dân sinh làm nhà ở cho hộ nghèo, hộ có hoàn cảnh khó khăn, chia sẻ với đồng bào vùng cao, đồng bào ở vùng bị thiên tai lũ lụt và thăm hỏi, tặng quà nhân dịp Tết nguyên đán hàng năm,… đều được Tập đoàn tích cực triển khai.

Phó Chủ tịch UBND tỉnh Lai Châu Giàng A Tính mong muốn Petrolimex tiếp tục quan tâm, mở rộng mạng lưới kinh doanh ở vùng sâu, vùng xa, thực hiện hiệu quả công tác đảm bảo an ninh năng lượng, đồng thời ủng hộ cho tỉnh thực hiện công tác an sinh xã hội trên địa bàn.



Phó Tổng Giám đốc Petrolimex Nguyễn Ngọc Tú trao 5 tỷ đồng xây dựng 100 căn nhà Đại đoàn kết tặng hộ nghèo tại huyện Tam Đường và huyện Sìn Hồ. Ảnh: Petrolimex

QUỐC TRUNG

Petrolimex Aviation tra nạp thành công nhiên liệu hàng không bền vững (SAF)

Công ty Cổ phần Nhiên liệu bay Petrolimex (Petrolimex Aviation) vừa tra nạp thành công nhiên liệu hàng không bền vững - Sustainable Aviation Fuel (SAF) cho 2 chuyến bay số hiệu VJ081 và VJ860 của Hãng Hàng không Vietjet (Vietjet Air). 2 chuyến bay xuất phát từ TP. Hồ Chí Minh (Việt Nam) đi Melbourne (Australia) và Incheon (Hàn Quốc).

Sự kiện này đã đánh dấu lần đầu tiên SAF được sử dụng cho các chuyến bay khởi hành từ Việt Nam và thể hiện nỗ lực, quyết tâm của Petrolimex Aviation trong việc phát triển sản phẩm xanh - sạch, sẵn sàng cung cấp SAF đáp ứng nhu cầu của các hãng hàng không trong nước và quốc tế.

Thực hiện cam kết của Việt Nam tại Hội nghị COP26, đối với việc cắt giảm phát thải carbon và metan của ngành hàng không Việt Nam thông qua việc chuyển đổi năng lượng, Petrolimex Aviation đã triển khai nhập khẩu, kiểm soát chất lượng, lưu trữ và xuất bán SAF theo đúng các quy định tại tiêu chuẩn ASTM D7566, DEF STAN 91-091 và AFQRJOS Checklist phiên bản hiện hành; các tiêu chuẩn của Hiệp hội Vận tải Hàng không Quốc tế (IATA), Tổ chức kiểm tra chung (JIG) và Bộ Giao thông vận tải.



Lần đầu tiên nhiên liệu 'xanh' được tra nạp tại Việt Nam, Vietjet bay hai chuyến đến Úc, Hàn Quốc
Ảnh: Petrolimex

Trong thời gian tới, Petrolimex Aviation cam kết sẽ tiếp tục tích cực tham gia vào quá trình chuyển đổi năng lượng xanh, sạch tại Việt Nam, góp phần xanh hóa ngành Hàng không, góp phần thực hiện thành công Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn 2050 cũng như cam kết của Việt Nam tại Hội nghị COP 26.

XUÂN SƠN

CÔNG TY CỔ PHẦN
PHÂN BÓN BÌNH ĐIỀN
BINH DIEN FERTILIZER JOINT STOCK COMPANY

Chào mừng Kỷ niệm **15 năm**
(2009 - 2024)

NGÀNH CÔNG THƯƠNG THỰC HIỆN CUỘC VẬN ĐỘNG

"NGƯỜI VIỆT NAM ƯU TIÊN DÙNG HÀNG VIỆT NAM"

- NHÀ MÁY PHÂN BÓN **BÌNH ĐIỀN - LONG AN**
- CÔNG TY CỔ PHẦN **BÌNH ĐIỀN - NINH BÌNH**
- CÔNG TY CỔ PHẦN **BÌNH ĐIỀN - LÂM ĐỒNG**
- C.TY TNHH MTV THỂ THAO **BÌNH ĐIỀN - LONG AN**
- CÔNG TY CỔ PHẦN **BÌNH ĐIỀN - QUẢNG TRỊ**
- CÔNG TY CỔ PHẦN **BÌNH ĐIỀN - MEKONG**

PHÂN BÓN ĐẦU TRÂU
Bạn đồng hành của nhà nông

Vietnam Value

1900 6613

NARIME:

THÀNH CÔNG
TỪ VIỆC LÀM CHỦ CÔNG NGHỆ

VIỆN NGHIÊN CỨU CƠ KHÍ (NARIME) LÀ MỘT TRONG NHỮNG ĐƠN VỊ CÓ NHIỀU ĐÓNG GÓP TRONG VIỆC ĐẶT NỀN MÓNG VÀ TẠO CÁC BƯỚC ĐỘT PHÁ CHO CHO SỰ PHÁT TRIỂN CỦA NGÀNH CƠ KHÍ TRONG NƯỚC. HOẠT ĐỘNG CỦA VIỆN ĐÃ CÓ TÁC ĐỘNG TRỰC TIẾP ĐẾN CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN NGÀNH, LUÔN ĐÁP ỨNG KỊP THỜI CÁC YÊU CẦU, NHIỆM VỤ CỦA CÁC CHƯƠNG TRÌNH KINH TẾ TRỌNG ĐIỂM CỦA ĐẤT NƯỚC.

● HƯNG NGUYÊN

Với bề dày hơn 62 năm nghiên cứu, phát triển trong lĩnh vực cơ khí - tự động hóa, với đội ngũ kỹ sư/nhà khoa học có nhiều kinh nghiệm nghiên cứu triển khai, NARIME chủ yếu áp dụng phương án kết hợp mua công nghệ và tự nghiên cứu, phát triển công nghệ. Dưới sự hướng dẫn hoặc giám sát của chuyên gia nước ngoài, Viện đã tiến hành thiết kế chi tiết, thiết kế thi công các hệ thống thiết bị đồng bộ, áp dụng cho các ngành kinh tế trong nước.

Trưởng thành từ một đơn vị thiết kế, giai đoạn đầu, Viện chủ yếu cung cấp thiết kế cho hầu hết các nhà máy cơ khí trong nước để chế tạo những sản phẩm cơ khí như: máy tuốt lúa, máy kéo nhỏ, một số máy công cụ như máy khoan, máy tiện, máy ép và một số loại động cơ điện, máy bơm nước, nông cụ phục vụ nông nghiệp,… Viện còn là đơn vị đi đầu trong việc cung cấp máy móc, thiết bị và phụ tùng cho các ngành công nghiệp như: máy nhuộm cao áp, máy dệt khăn bông cho ngành dệt, các thiết bị cho nhà máy xi măng lò đứng, các thiết bị cho các nhà máy mía đường, nhà máy thức ăn gia súc, nhà máy phân bón, hoá chất,...



Sản xuất, lắp ráp phao cho Dự án điện mặt trời - Ảnh: NARIME

Đến nay, trên nền của những hoạt động này, ở trình độ cao hơn, Viện được đánh giá là tổ chức nghiên cứu phát triển hàng đầu, đủ năng lực đảm nhận tư vấn, thiết kế, tổng thầu những công trình lớn cho các chương trình kinh tế trọng điểm của đất nước.

Có được năng lực đó là nhờ Viện đã sớm có chủ trương tăng cường hợp tác quốc tế để tiếp nhận các công nghệ hiện đại. Viện sớm trở thành đơn vị đứng đầu và có nhiều kinh nghiệm trong việc nhận chuyển giao công nghệ tiên tiến từ các nhà cung cấp có thương hiệu trên thế giới. Đồng thời, gắn kết chặt chẽ với các tập đoàn kinh tế, các doanh nghiệp cơ khí chế tạo và lắp máy trong nước triển khai ứng dụng các công nghệ mới, đã góp

Viện Nghiên cứu Cơ khí (NARIME) trực thuộc Bộ Công Thương, thành lập năm 1962, là cơ quan nghiên cứu triển khai đầu ngành của Nhà nước về khoa học công nghệ, tư vấn thiết kế, chế tạo thiết bị, dây chuyền thiết bị đồng bộ trong lĩnh vực Cơ khí - Tự động hóa. Đến nay, Viện đã khẳng định là một đơn vị đầu ngành về công tác nghiên cứu phát triển và chuyển giao công nghệ trong lĩnh vực này tại Việt Nam.

phần đưa ngành Cơ khí từng bước làm chủ việc chế tạo và cung cấp các dây chuyền thiết bị đồng bộ như thiết bị nhà máy nhiệt điện, thủy điện, xi măng, bôxit,… đáp ứng kịp thời cho các chương trình phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Thành công đầu tiên có tính đột phá của Viện là đã gắn kết cơ khí với tự động hóa, chọn hướng phát triển công nghệ tự động hóa trên cơ sở khai thác, ứng dụng và tích hợp các phần tử tự động hóa tiên tiến, Viện sớm làm chủ công nghệ tự động hóa để chế tạo các sản phẩm cơ khí, dây chuyền thiết bị đạt trình độ công nghệ đương đại, tạo sức cạnh tranh cho sản phẩm chế tạo trong nước. Bên cạnh đó, Viện còn làm chủ nhiều lĩnh vực công nghệ tự động hóa khác như công nghệ chẩn đoán giám sát trạng thái dây chuyền thiết bị, cân bằng động các thiết bị lớn tại hiện trường, tích hợp cung cấp các hệ thống tự động hóa cho các nhà máy và dây chuyền sản xuất,…

Cùng với việc đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu triển khai, Viện đã thành công trong hoạt động đào tạo để thay đổi chất lượng nguồn nhân lực. Viện là môi trường đào tạo nhanh, toàn diện và hiệu quả,… Tới nay, năng lực cán bộ Viện đã có bước tiến nhảy vọt, không chỉ trong công tác nghiên cứu, thiết kế, mà Viện còn đủ năng lực làm tổng thầu EPC hay EPCM cho nhiều lĩnh vực: Thủy điện; Nhiệt điện; Khai thác và chế biến khoáng sản; Sản xuất vật liệu xây dựng. Đặc biệt lĩnh vực năng lượng mới và công nghệ cao, Viện đã thành công trong thực hiện cung cấp trọn gói hệ thống phao nổi và neo cho Dự án điện mặt trời Đa mi với tổng công suất 47,5 MW. Viện đang xây dựng, phát triển các sản phẩm công nghệ cao theo hướng công nghệ 4.0, trọng tâm là tự động hóa các dây chuyền sản xuất công nghiệp, các kho chứa thông minh phù hợp với định hướng phát triển của nền kinh tế số.

Ngoài những chương trình lớn kể trên, Viện còn thiết kế chế tạo, ứng dụng thành công vào sản xuất nhiều dây chuyền, máy và thiết bị như dây chuyền chế biến chè, thiết bị nạo vét sông hồ cho chương trình thoát nước đô thị, thiết bị cho nhà máy sản xuất phân bón và hóa chất, dây chuyền lắp ráp ô tô, xe máy.

Trong 5 năm gần đây, Viện đã đẩy mạnh hoạt động sản xuất - kinh doanh với doanh thu bình quân trên 1.000 tỷ đồng/năm, đời sống cán bộ, viên chức và người lao động ngày càng được cải thiện và nâng cao. Những thành công của Viện đến từ việc làm chủ công nghệ đã tạo điều kiện thúc đẩy phát triển cơ khí đất nước.

Trên cơ sở những thành công đã đạt được, Viện định hướng sẽ trở thành doanh nghiệp nghiên cứu, triển khai hàng đầu ở Việt Nam, có uy tín trên thị trường quốc tế trong lĩnh vực cơ khí - tự động hóa, trọng tâm là xây dựng và phát triển nguồn nhân lực đáp ứng việc tiếp nhận, chuyển giao công nghệ các dây chuyền thiết bị toàn bộ theo định hướng phát triển kinh tế - xã hội của Đảng và Nhà nước; Đầu tư tập trung, trọng điểm vào các khóa đề tài, dự án khoa học công nghệ, trực tiếp tạo ra các sản phẩm cho các ngành công nghiệp, tạo sản phẩm truyền thống cho Viện. Đủ năng lực làm tổng thầu hoặc "Chìa trao tay" cho các hạng mục thiết bị toàn bộ là các dự án công nghiệp trong nước thuộc thế mạnh của Viện như nhiệt điện, thủy điện, khai thác và chế biến bô xít nhôm, năng lượng mới và năng lượng tái tạo, hệ thống phát điện tận dụng nhiệt dư, xử lý và phát điện từ rác, tự động hóa trong dây chuyền sản xuất công nghiệp và nhà kho thông minh.

Chú trọng công tác tuyển dụng, đào tạo, đào tạo lại để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đáp ứng yêu cầu công việc trong thời kỳ mới. Phấn đấu đến năm 2030, doanh thu đạt mức 2.000 tỷ đồng và đến năm 2045, doanh thu phấn đấu đạt 3.000 tỷ đồng, kinh phí đầu tư cho nghiên cứu, phát triển đạt 2%.

Ông Phan Đăng Phong, Viện trưởng Viện nghiên cứu Cơ khí cho biết: *"Thời gian tới, Viện tập trung phát triển nguồn lực; Đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu triển khai, tăng cường sự gắn kết với các tổ chức về nghiên cứu, đào tạo trong nước trong lĩnh vực khoa học công nghệ; Xây dựng đội ngũ để sẵn sàng chuyển giao các công nghệ mới từ các đối tác nước ngoài, đưa NARIME trở thành đơn vị đầu ngành mạnh về công tác nghiên cứu phát triển và chuyển giao công nghệ trong lĩnh vực Cơ khí - Tự động hóa"*■

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - KỸ THUẬTCÔNG NGHIỆP:

CHUYỂN MÌNH TRONG DÒNG CHẢY CỦA CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - KỸ THUẬT CÔNG NGHIỆP (UNETI) LÀ MỘT TRONG NHỮNG CƠ SỞ ĐÀO TẠO TRỌNG ĐIỂM CỦA BỘ CÔNG THƯƠNG, VỚI QUY MÔ ĐÀO TẠO HƠN 20.000 SINH VIÊN ĐẠI HỌC CHÍNH QUY, THUỘC 24 NGÀNH TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC VÀ 7 NGÀNH TRÌNH ĐỘ THẠC SỸ. NHÀ TRƯỜNG XÂY DỰNG MÔ HÌNH ĐÀO TẠO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG GẮN VỚI THỰC TẾ THEO NHU CẦU DOANH NGHIỆP ĐỂ CUNG CẤP NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO CHO NGÀNH CÔNG THƯƠNG VÀ ĐẤT NƯỚC.

● DIỆU ÂN

Triển khai đồng bộ các giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo

Với những yêu cầu khắt khe về chất lượng nguồn nhân lực tiêu chuẩn mới, Nhà trường đã chuẩn hóa đội ngũ giáo viên, giảng viên và cán bộ quản lý các cấp, chuyển đổi mô hình đào tạo theo xu hướng đào tạo theo nhu cầu của thị trường. Hiện nay, Nhà trường có đội ngũ giảng viên chất lượng với 360 thạc sĩ và 116 tiến sĩ, nghiên cứu sinh, 23 phó giáo sư trên tổng số 680 CB,VC, NLĐ. Bên cạnh đó, Trường còn có 300 Phó giáo sư, Tiến sĩ, Thạc sĩ, cùng đội ngũ kỹ sư có bề dày kinh nghiệm của các viện, trường đại học và doanh nghiệp danh tiếng thường xuyên tham gia thỉnh giảng. Đội ngũ này về cơ bản đã đáp ứng mô hình đào tạo mới, giúp chất lượng đào tạo của Nhà trường ngày càng được nâng cao.

Việc thực hiện cơ chế tự chủ tài chính theo Nghị định số 16/2015/NĐ-CP và Nghị định số 60/2021/NĐ-CP ngày 21/6/2021 (thay thế cho Nghị định số 16/2015/NĐ-CP) đã giúp Nhà trường linh hoạt hơn trong quản lý nguồn lực, cải thiện chất lượng đào tạo, nghiên cứu và các hoạt động khác, góp phần vào sự phát triển và cải thiện chất lượng đào tạo. Công tác đầu tư cơ sở vật chất, nghiên cứu khoa học của Nhà trường có trọng tâm trọng điểm, tập trung vào các dự án xây dựng cơ bản; mua sắm thêm trang thiết bị mới hiện đại; đầu tư công nghệ mới, hiện đại,... Trên cơ sở đó, Nhà trường đã chủ động xây dựng kế hoạch triển khai đồng bộ các giải pháp để công tác tuyển sinh đạt hiệu quả cao nhất. Đồng thời, Nhà trường còn chú trọng công tác nghiên cứu, dự báo để mở ngành, nghề mới đáp ứng yêu cầu xã hội. UNETI đang nỗ lực mở thêm ngành Sư phạm công nghệ hệ đại học; đồng thời xây dựng thêm 3 chuyên ngành mới, đó là: Công nghệ tài chính, Kỹ thuật Robot và AI, Kỹ thuật thiết kế và chế tạo vi mạch.

Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp đã triển khai đồng bộ các giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo thông qua đẩy mạnh ứng dụng công nghệ giáo dục vào giảng dạy, học tập, như đào tạo trực tuyến và đào tạo kết hợp (blended learning - kết hợp đào tạo trực tuyến với đào tạo truyền thống); Tăng cường chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ thông tin trong giáo dục và đào tạo; Tăng cường các điều kiện đảm bảo về hạ tầng kỹ thuật và kỹ năng ứng dụng công nghệ thông tin trong dạy - học trực tuyến, dạy học kết hợp và trong công tác kiểm tra, đánh giá chất lượng giáo dục.

Trong nhiều năm qua, UNETI tiếp tục duy trì và mở rộng hợp tác với các doanh nghiệp trong và ngoài nước, nhờ đó chất lượng đào tạo tăng lên. Sinh viên được tăng cường kỹ năng nghề nghiệp, tiếp cận doanh nghiệp, bồi dưỡng kỹ năng mềm. Hiện nay, Nhà trường đã thiết lập được mạng lưới hợp tác đối ngoại Nhà trường - Doanh nghiệp, với: Tập đoàn Hồng Hải (Trung Quốc); Tập đoàn Quanta của Đài Loan (Trung Quốc); Công ty TNHH Khoa học Kỹ thuật Goertek Vina; Trường Cao đẳng Điện tử Nhật Bản, Tập đoàn Giáo dục Denshi Gakuen, Trường Đại học HOSEO

Hàn Quốc... Thông qua việc hợp tác, sinh viên của UNETI được đào tạo sát với thực tế nghề nghiệp và có nhiều cơ hội tiếp cận doanh nghiệp tuyển dụng; nhiều sinh viên đã trở thành cán bộ chủ chốt của các Tập đoàn Hồng Hải, Tập đoàn Quanta,... Nhờ triển khai đồng bộ các giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo, uy tín của UNETI ngày càng được nâng cao trong hệ thống các trường đại học và cộng đồng doanh nghiệp.

Hướng tới quản trị đại học 4.0

Trong bối cảnh cuộc CMCN 4.0 và hội nhập quốc tế ngày càng mạnh mẽ, đòi hỏi giáo dục đại học phải trang bị cho người học những kỹ năng và kiến thức nền tảng, tư duy sáng tạo, khả năng thích nghi trước yêu cầu mới.

Nhà trường tiếp tục đổi mới, nâng cao năng lực quản trị đại học hướng tới quản trị đại học 4.0, thực hiện đồng bộ các giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực, nhất là nhân lực kỹ thuật - công nghệ, đáp ứng nhu cầu nhân lực của CMCN 4.0; đẩy mạnh đề án "Vườn ươm tiến sĩ" để tăng cường quy hoạch, bồi dưỡng, bổ sung đội ngũ cán bộ, giảng viên có đủ trình độ về mọi mặt, phù hợp với định hướng phát triển Nhà trường theo xu thế hội nhập với các trường đại học trong nước và quốc tế; từng bước nâng cao hoạt động nghiên cứu khoa học, đổi mới sáng tạo, hỗ trợ khởi nghiệp và chuyển giao công nghệ,...

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, hợp tác quốc tế về giáo dục - đào tạo là xu thế tất yếu đối với các trường đại học, góp phần đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Thời gian tới, Nhà trường triển khai hợp tác đào tạo chuyên sâu và mở rộng các chương trình hợp tác với Tập đoàn Quanta của Đài Loan (Trung Quốc), Willtec (Nhật Bản), Ooka Giken (Nhật Bản) thông qua việc kết nối thường xuyên và bám sát các kế hoạch kế hoạch của đối tác để phối hợp hỗ trợ công tác tuyển dụng, mở rộng các chương trình đào tạo, hợp tác đào tạo nhân sự; Triển khai liên kết đào tạo song bằng/đơn bằng, với các trường đại học quốc tế uy tín của Anh, Trung Quốc, Hàn Quốc, Singapore, Australia,… Đồng thời, tổ chức các chương trình trao đổi sinh viên ngắn hạn (thời gian 3 tháng, 6 tháng hoặc 12 tháng), dài hạn (2 đến 4 năm); Thu hút các du học sinh Trung Quốc, CHDCND Lào hoặc các nước trong khu vực; Hợp tác đào tạo và tổ chức các khóa học ngắn hạn liên quan đến chuyên ngành Bán dẫn;...

Hướng tới quản trị đại học 4.0, Nhà trường tiếp tục kiên định mục tiêu đẩy mạnh và nâng cao chất lượng đào tạo, tạo môi trường giảng dạy và học tập năng động, giữ vững vị thế, uy tín, phấn đấu trở thành cơ sở đào tạo đại học định hướng ứng dụng hàng đầu của Bộ Công Thương và hệ thống các trường đại học trong cả nước■



Toàn cảnh Trường ĐH Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp tại số 218, đường Lĩnh Nam, Q. Hoàng Mai, TP. Hà Nội - Ảnh: UNETI

NHIỆT ĐIỆN HẢI PHÒNG:

CHỦ ĐỘNG ĐẦU TƯ NGUỒN LỰC ĐỂ XANH HÓA MÔI TRƯỜNG

● XUÂN TÙNG

Với mục tiêu phấn đấu "Trở thành công ty phát điện uy tín hàng đầu, giữ vai trò quan trọng trong hệ thống điện quốc gia và tiên phong trong việc bảo vệ môi trường", trong nhiều năm qua, Công ty Cổ phần Nhiệt điện Hải Phòng (Nhiệt điện Hải Phòng) luôn xác định "bảo vệ môi trường" là nhiệm vụ quan trọng hàng đầu.

Ngay từ những ngày đầu đi vào hoạt động, với quyết tâm xây dựng hình ảnh nhà máy nhiệt điện "an toàn - tin cậy - hiệu quả - xanh - sạch - đẹp", ban Lãnh đạo Nhiệt điện Hải Phòng đã luôn thực hiện phương châm sản xuất điện năng an toàn, hiệu quả, đáp ứng nhu cầu huy động của hệ thống điện quốc gia, đồng thời đảm bảo thân thiện môi trường. Theo đó, Công ty luôn nghiêm túc thực hiện đầy đủ các hồ sơ, thủ tục về môi trường, như: Báo cáo đánh giá tác động môi trường, giấy xác nhận hoàn thành các công trình bảo vệ môi trường, giấy phép xả nước thải vào nguồn nước, các kế hoạch ứng phó sự cố môi trường… theo đúng quy định của pháp luật.

Song song với đó, các công trình bảo vệ môi trường cũng được Nhiệt điện Hải Phòng xây dựng theo



Toàn cảnh Công ty Nhiệt điện Hải Phòng

đúng thiết kế, được cấp có thẩm quyền phê duyệt, lắp đặt ứng dụng các công nghệ tiên tiến, đáp ứng yêu cầu về môi trường, như: Hệ thống lọc bụi tĩnh điện (ESP); hệ thống khử SO_2 trong khí thải (FGD); công nghệ đốt kiểu phân cấp (để giảm thiểu khả năng tạo NOx); hệ thống xử lý nước thải sản xuất; hệ thống xử lý nước thải sinh hoạt; hệ thống xử lý nước thải nhiễm dầu; hệ thống thu gom nước mưa tràn mặt.

Thời điểm hiện tại, Công ty đang thực hiện đầu tư Dự án nâng cấp hệ thống xử lý khí thải, với tổng mức đầu tư dự kiến ban đầu khoảng 1.570 tỷ đồng để đáp ứng yêu cầu về thông số phát thải SO_2, NOx theo quy chuẩn QCVN 22:2009/BTNMT về khí thải nhà máy nhiệt điện đốt than và có tính đến điều chỉnh quy hoạch chung xây dựng thành phố Hải Phòng đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2050. Sau khi hoàn thành triển khai nâng cấp, hệ thống xử lý khí thải hai nhà máy của Nhiệt điện Hải Phòng sẽ đáp ứng được các yêu cầu về môi trường được nêu tại Nghị quyết số 55-NQ/TW ngày 11/02/2020 của Bộ Chính trị về định hướng Chiến lược phát triển năng lượng quốc gia của Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

Nhiệt điện Hải Phòng đang vận hành 2 nhà máy nhiệt điện có tổng công suất 1.200 MW, mức tiêu thụ than khoảng 3,4 triệu tấn than/năm. Để bảo vệ môi trường, tránh sự phát tán của bụi than, Công ty đã đầu tư hệ thống băng tải kín vận chuyển than từ cầu cảng về nhà máy, lắp đặt hệ thống phun sương ở khu vực cảng và kho chứa để môi trường không khí không bị ô nhiễm. Tro xỉ phát sinh trong quá trình vận hành lò đốt của Công ty đã được chứng nhận hợp quy, bảo đảm đáp ứng các quy định về bảo vệ môi trường. Công ty cũng đã ký hợp đồng chuyển giao tro xỉ cho các đơn vị có chức năng xử lý để làm vật liệu xây dựng (hiện, lượng tro xỉ phát sinh trong quá trình sản xuất của Công ty được tiêu thụ 100%, kể cả lượng tro xỉ trong các hồ chứa). Các chất thải nguy hại, chất thải sinh hoạt tại doanh nghiệp đều được phân loại ngay tại nguồn phát sinh, sau đó được thu gom và chuyển giao cho đơn vị có chức năng vận chuyển và xử lý theo đúng quy định. Đối với khí thải, Công ty đã lắp đặt hệ thống quan trắc tự động, kết nối online về Sở Tài nguyên và Môi trường của địa phương để theo dõi, giám sát…

"Xanh hóa" môi trường, chủ động triển khai các giải pháp phòng ngừa

Tại Nhiệt điện Hải Phòng, đội ngũ an toàn vệ sinh viên đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo vệ sinh môi trường, cải thiện điều kiện tại nơi làm việc. Với vai trò quan trọng này, sau khi thực hiện xong công việc sửa chữa, bảo dưỡng tại hiện trường, lực lượng này được giao nhiệm vụ thường xuyên nhắc nhở, đôn đốc người lao động phải thu dọn vật tư, chất thải thông thường, nguy hại và phân loại rác thải tại nguồn vào các thùng lưu chứa chất thải có gắn tên, mã chất thải.

Cùng với đó, Công đoàn đơn vị cũng tích cực phối hợp với chuyên môn triển khai tổ chức các hoạt động tổng vệ sinh môi trường, treo khẩu hiệu tuyên truyền và kêu gọi người lao động tại các đơn vị thực hiện phân loại, thu gom rác thải nhựa; vệ sinh môi trường; không thải nước thải, chất thải rắn ra môi trường, khu vực làm việc; duy trì trồng và chăm sóc cây xanh khu vực nhà máy và khu nhà ở CBCNV.

Để phòng ngừa các nguy cơ ô nhiễm, hàng năm, tại Nhiệt điện Hải Phòng, công tác huấn luyện và diễn tập các tình huống ứng phó sự cố như: sự cố tràn dầu, sự cố hóa chất… cho các lực lượng, đội ứng phó sự cố khẩn cấp và cán bộ công nhân viên đơn vị đều được đơn vị chủ động tổ chức quy củ, bài bản, qua đó nâng cao ý thức trong việc ứng cứu sự cố cũng như bảo vệ môi trường.

Xác định "Vì con người, hướng tới con người" là giá trị cốt lõi, tại Nhiệt điện Hải Phòng, việc xây dựng một không gian xanh, môi trường sạch là nhiệm vụ quan trọng hàng đầu, bên cạnh sản xuất - kinh doanh hiệu quả. Với định hướng này, Nhiệt điện Hải Phòng đã chủ động "xanh hóa" khuôn viên nhà máy với việc trồng khoảng 12ha cây xanh cảnh quan và trồng cây phi lao làm hàng rào viền ngăn bụi tại khu vực cảng than, kho chứa than và hồ thải xỉ…

Công ty cũng tăng cường truyền thông để cộng đồng và người dân hiểu chính xác về hoạt động sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp. Định kỳ hàng năm, Nhiệt điện Hải Phòng đều tổ chức các hoạt động mời đại diện người dân xã Tam Hưng, huyện Thủy Nguyên, thành phố Hải Phòng (nơi doanh nghiệp đóng chân) tham quan và giám sát công tác bảo vệ môi trường tại Nhà máy nhằm công khai, minh bạch công tác sản xuất - kinh doanh đi đôi với bảo vệ môi trường. Các chỉ số về khí thải của Công ty được hiển thị công khai trên màn hình led tại khu vực cổng đơn vị và được truyền trực tiếp về Sở Tài nguyên và Môi trường thành phố Hải Phòng.

Với những thành tích đã đạt được, năm 2022, Công ty Cổ phần Nhiệt điện Hải Phòng đã được Tổng công ty Phát điện 2 tặng giấy khen vì đã có thành tích xuất sắc trong công tác bảo vệ môi trường■

NHIỆT ĐIỆN DUYÊN HẢI:

ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ TIÊN TIẾN ĐỂ BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG

HIỆN THỰC HÓA MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN THEO HƯỚNG BỀN VỮNG, THỜI GIAN QUA, SONG SONG VỚI PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT - KINH DOANH, CÔNG TY NHIỆT ĐIỆN DUYÊN HẢI ĐÃ TẬP TRUNG THỰC HIỆN ĐỒNG BỘ NHIỀU GIẢI PHÁP, GÓP PHẦN XÂY DỰNG CẢNH QUAN VÀ BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG.

● ĐỖ TRANG

Áp dụng công nghệ tiên tiến trong bảo vệ môi trường

Xác định hoạt động bảo vệ môi trường tại doanh nghiệp phải luôn gắn liền với bảo vệ môi trường của địa phương và Ngành, đồng thời gắn kết, hài hòa với việc bảo đảm an ninh năng lượng quốc gia, phát triển sản xuất, từ khi đi vào hoạt động đến nay, Công ty Nhiệt điện Duyên Hải (Nhiệt điện Duyên Hải) đã chủ động, nghiêm túc thực hiện đúng các quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; các nội dung trong Luật Bảo vệ môi trường cũng như đảm bảo sự phát triển của doanh nghiệp hài hòa, thân thiện với môi trường, cộng đồng; thích ứng với biến đổi khí hậu.

Hệ thống các nhà máy do Công ty Nhiệt điện Duyên Hải quản lý đều được lắp đặt hệ thống xử lý môi trường công nghệ tiên tiến, là công nghệ được áp dụng phổ biến tại các nhà máy nhiệt điện đốt than trên thế giới và được giám sát chặt chẽ trong quá trình xây dựng và vận hành, như: Hệ thống xử lý Nox bằng NH_3 (SCR); hệ thống lọc bụi tĩnh điện (ESP); hệ thống xử lý Sox bằng nước biển (FGD); ống khói cao 210 m và hệ thống giám sát khí thải, nước thải online…



Công ty Nhiệt điện Duyên Hải



Công ty lắp đặt sơ đồ công nghệ và bảng thông tin điện tử truyền số liệu ra trước cổng Nhà máy để công khai, minh bạch các thông tin về môi trường

Tuy nhiên, để hạn chế nguy cơ gây ô nhiễm môi trường, quản lý lượng rác thải, bụi phát sinh trong quá trình sản xuất, Công ty đã nghiên cứu, xây dựng các quy định nhằm đảm bảo thực hiện hiệu quả định hướng sản xuất, bảo vệ môi trường, nhất là nghiêm túc thực hiện quy trình xử lý các loại chất thải này. Các chất thải rắn khác bao gồm cả rác thải nguy hại, thông thường và rác thải sinh hoạt được Công ty thu gom theo từng loại, có kho chứa riêng và ký hợp đồng với các đơn vị có trách nhiệm xử lý theo chuyên ngành. Các loại nước thải sản xuất và nước thải sinh hoạt phát sinh của các nhà máy đều được thu gom, xử lý đảm bảo đạt quy chuẩn quy định QCVN 40:2011/BTNMT và sau đó được tái sử dụng hoàn toàn để dập bụi kho than, rửa băng tải, dập bụi, tạo ẩm khu vực silo tro bay, bãi xỉ, làm mát và tạo ẩm xỉ đáy lò.

Đối với tro bay và xỉ đáy lò (đã được Viện Khoa học Công nghệ Xây dựng - Bộ Xây dựng thực hiện đánh giá, lấy mẫu thử nghiệm và cấp chứng nhận hợp chuẩn tro, xỉ Nhà máy Nhiệt điện Duyên Hải 1, Duyên Hải 3 và Duyên Hải 3 mở rộng phù hợp theo TCVN 12249:2018 - tro xỉ nhiệt điện than làm vật liệu san lấp; hợp quy tro bay dùng cho bê tông, vữa xây và xi măng theo QCVN 16:2017/BXD) được Công ty thu gom và vận chuyển bằng xe chuyên dụng kín để vận chuyển ra ngoài bãi xỉ, hoặc đơn vị tiếp nhận để làm vật liệu xây dựng. Bên cạnh đó, bãi chứa tro xỉ cũng được Nhiệt điện Duyên Hải thiết kế chống thấm, có đê quây nhằm tránh ảnh hưởng đến chất lượng nước ngầm trong khu vực. Đê bao xung quanh bãi xỉ được lót taluy gạch không nung, đổ đất trồng cây phi lao, cỏ và rau muống biển khu vực bên trong bãi xỉ để làm tường chắn gió, hạn chế phát tán bụi, cải thiện điều kiện vi khí hậu tại khu vực này.

Đặc biệt, công tác quan trắc môi trường và báo cáo định kỳ gửi về Sở Tài nguyên và Môi trường luôn được Công ty thực hiện nghiêm túc. Kết quả cho thấy, hầu hết các thông số quan trắc đều đạt quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về môi trường. Cùng với đó, Công ty cũng lắp đặt sơ đồ công nghệ và bảng thông tin điện tử truyền số liệu ra trước cổng Nhà máy để công khai, minh bạch các thông tin về môi trường (để người dân và cộng đồng kiểm tra, giám sát); Thường xuyên đón tiếp chính quyền địa phương, người dân đến tham quan để chứng kiến tận mắt quy trình sản xuất và công tác bảo vệ môi trường tại các nhà máy do Công ty quản lý.

Ngoài ra, Nhiệt điện Duyên Hải còn đẩy mạnh tuyên truyền trong hệ thống, về chủ trương sản xuất - kinh doanh gắn với bảo vệ môi trường; phát động, kêu gọi cán bộ công nhân viên Công ty tích cực tham gia các hoạt động bảo vệ môi trường, như: hưởng ứng ngày môi trường thế giới, hưởng ứng phong trào làm cho thế giới sạch hơn; hưởng ứng Tết trồng cây "Đời đời nhớ ơn Bác Hồ"; tuyên truyền cho cán bộ, công nhân viên hiểu rõ được tác hại khi môi trường bị ô nhiễm… Đến nay, Nhiệt điện Duyên Hải đã trồng được hơn 13.500 cây xanh các loại, đồng thời phủ xanh khu vực các bãi đất trống quanh khu nhà quản lý, vận hành với các cây, hoa các loại, qua đó góp phần cải thiện môi trường làm việc cho người lao động, tạo cảnh quan, củng cố thêm hệ sinh thái tại địa bàn đóng chân…■

CÔNG NHẬN 189 SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU PHÍA NAM

● BẢO KHÁNH

Ngày 10/10, tại lễ khai mạc Hội chợ Triển lãm hàng công nghiệp nông thôn tiêu biểu khu vực phía Nam năm 2024, tại thành phố Phú Quốc, tỉnh Kiên Giang, Cục Công Thương địa phương, Bộ Công Thương đã trao chứng nhận công nhận 189 sản phẩm, bộ sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu khu vực phía Nam năm 2024 cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở công nghiệp nông thôn của các địa phương khu vực phía Nam.

Phát biểu tại buổi lễ, Thứ trưởng Bộ Công Thương Phan Thị Thắng cho biết: Năm 2024, toàn quốc có 889 sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp tỉnh đăng ký tham gia bình chọn cấp khu vực; trong đó, 439 sản phẩm đã được công nhận, đạt 49% tổng số sản phẩm đăng ký. Riêng khu vực phía Nam có 382 sản phẩm đăng ký bình chọn từ 18/20 tỉnh, thành phố, trong đó 189 sản phẩm đã được công nhận, đạt 49,5% tổng số đăng ký. Như vậy, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu được công nhận của khu vực phía Nam chiếm 43% trong tổng số sản phẩm được công nhận cả nước năm 2024.

Đây là số sản phẩm được bình chọn nhiều nhất từ trước đến nay của cấp khu vực. Các địa phương đều đăng ký tham gia những sản phẩm xuất sắc nhất, mang đậm bản sắc với quy mô và chất lượng được cải tiến hơn nhiều so với trước đây. Đặc biệt năm nay, nhiều sản phẩm mới xuất phát từ các phong trào khởi nghiệp, là minh chứng cho sự đồng hành, tính hiệu quả của chương trình khuyến công đã góp phần khuyến khích các cơ sở công nghiệp nông thôn có thêm động lực, mạnh dạn đầu tư công nghệ mới, sản xuất sản phẩm có chất lượng vượt trội, đáp ứng thị hiếu của người tiêu dùng…

Đáng chú ý, theo báo cáo của



Bộ Công Thương trao chứng nhận công nhận 189 sản phẩm, bộ sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu khu vực phía Nam năm 2024 cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở công nghiệp nông thôn của các địa phương khu vực phía Nam. Ảnh: Hoàng Dương



Thứ trưởng Bộ Công Thương Phan Thị Thắng cùng các đại biểu tham quan gian hàng tại Hội chợ triển lãm hàng công nghiệp nông thôn tiêu biểu khu vực phía Nam năm 2024, tại thành phố Phú Quốc, tỉnh Kiên Giang. Ảnh: Hoàng Dương

các địa phương, khoảng 35% các sản phẩm tiêu biểu khu vực phía Nam năm 2024 đã tham gia vào các kênh phân phối, chuỗi cung ứng trên thị trường toàn quốc, đặc biệt là các sản phẩm thuộc lĩnh vực chế biến nông, lâm, thủy sản và thực phẩm.

Tiến sĩ Trương Hương Lan - Trưởng Ban Giám khảo, thành viên Hội đồng bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu khu vực phía Nam năm 2024, Chủ nhiệm Bộ môn Công nghệ và Thực phẩm - Viện Công nghệ thực phẩm (Bộ Công Thương) chia sẻ: "Tham gia bình chọn lần này, mỗi tỉnh đều chọn tham gia sản phẩm xuất sắc nhất của tỉnh và mang tính vùng miền rõ rệt. Quy mô và chất lượng sản phẩm được cải tiến so các năm trước. Đặc biệt năm nay, có nhiều sản phẩm mới xuất phát từ các phong trào khởi nghiệp. Điều này chứng tỏ, chương trình khuyến công đã góp phần khuyến khích các đơn vị sản xuất công nghiệp có động lực, mạnh dạn đầu tư công nghệ mới, sản xuất những sản phẩm tốt hơn, đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng"■



Dầu dừa KoKoFi của Cơ sở Sản xuất Dầu dừa Phương Huỳnh, phường 6, thành phố Trà Vinh là 1 trong 11 sản phẩm, bộ sản phẩm được công nhận sản phẩm CNNT tiêu biểu khu vực phía Nam năm 2024. Ảnh: Hoàng Dương

KHUYẾN CÔNG KHU VỰC PHÍA NAM:

TẠO ĐỘNG LỰC THÚC ĐẨY CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN

● DƯƠNG HOÀNG

Hỗ trợ đầu tư phát triển sản xuất

Theo báo cáo của Cục Công Thương địa phương, tổng kinh phí khuyến công thực hiện năm 2023 của toàn khu vực phía Nam là 81,725 tỷ đồng, đạt 82,26% so với kế hoạch năm. Một số nội dung tiếp tục hoàn thành đạt tỷ lệ cao như: hỗ trợ ứng dụng máy móc tiên tiến; phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu.

Các địa phương bố trí ngân sách địa phương ở mức cao trong khu vực như: TP. Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bà Rịa - Vũng Tàu, Bến Tre, Bình Dương, Đồng Tháp, Kiên Giang, Cà Mau, Tây Ninh, Trà Vinh.

Bước sang năm 2024, hệ thống khuyến công khu vực phía Nam đã tiếp tục bám sát định hướng, lãnh đạo chỉ đạo của Bộ Công Thương; UBND cấp tỉnh để triển khai hiệu quả các hoạt động khuyến khích, hỗ trợ doanh nghiệp, cơ sở trong đầu tư phát triển sản xuất; tạo động lực thúc đẩy công nghiệp nông thôn.

Tuy nhiên, bên cạnh những thuận lợi, công tác khuyến công khu vực phía Nam vẫn còn một số tồn tại, hạn chế như: Ngoài Kiên Giang, Bình Phước, Long An, Bến Tre, còn nhiều địa phương chưa mạnh dạn xây dựng được các đề án khuyến công quốc gia (KCQG) điểm nhằm phát huy tiềm năng thế mạnh và tạo động lực lan tỏa trong phát triển công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp tại địa phương; Tiến độ phân bổ ngân sách còn chậm, kể cả KCQG và khuyến công địa phương (KCĐP), làm chậm tiến độ triển khai đề án nhiệm vụ của các địa phương, đơn vị và ảnh hưởng đến tính kịp thời của chính sách khuyến công trong quá trình đồng hành cùng các doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn…



Ông Ngô Quang Trung - Cục trưởng Cục Công Thương địa phương (Bộ Công Thương) phát biểu tại Hội nghị khuyến công các tỉnh, thành phố khu vực phía Nam lần thứ XIV, năm 2024 - Ảnh: Trần Lê An

Tăng hỗ trợ từ nguồn ngân sách địa phương

Để hoàn thành kế hoạch khuyến công của từng địa phương và toàn khu vực trong những tháng cuối năm 2024 và trong năm 2025 - năm cuối triển khai Chương trình



Hội nghị khuyến công các tỉnh, thành phố khu vực phía Nam lần thứ XIV, năm 2024 diễn ra tại thành phố Phú Quốc, tỉnh Kiên Giang - Ảnh: Trần Lê An

KCQG và KCĐP theo giai đoạn, ông Ngô Quang Trung - Cục trưởng Cục Công Thương địa phương nhấn mạnh cần thực hiện đồng bộ 3 giải pháp:

Một là, trên cơ sở các nội dung của Chương trình KCQG, KCĐP giai đoạn đến năm 2025 và hướng dẫn xây dựng kế hoạch khuyến công năm 2025 của Cục Công Thương địa phương, tiếp tục đẩy mạnh triển khai có hiệu quả các nội dung hoạt động khuyến công theo hướng có trọng tâm, trọng điểm, theo chuỗi ngành hàng, chuyển đổi số; tăng cường kiểm tra, giám sát các đề án khuyến công trên địa bàn.

Hai là, tiếp tục nghiên cứu các Nghị quyết của BCHTW Đảng khóa 13: Nghị quyết số 19-NQ/TW về nông nghiệp, nông dân, nông thôn; Nghị quyết số 29-NQ/TW về tiếp tục đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, Quyết định số 165/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án tái cơ cấu ngành Công Thương giai đoạn đến năm 2030 và mới đây nhất là Công điện số 103/CĐ-TTg ngày 7/10/2024 của Thủ tướng Chính phủ về hỗ trợ doanh nghiệp tháo gỡ khó khăn, thúc đẩy hoạt động sản xuất - kinh doanh cuối năm 2024 và những năm tiếp theo.

Đối với dự thảo Nghị định sửa đổi, bổ sung Nghị định số 45/2012/NĐ-CP về khuyến công, trong thời gian tới, Cục Công Thương địa phương mong muốn tiếp tục nhận được sự tham gia, đóng góp ý kiến tích cực từ các địa phương, đơn vị để tạo điều kiện thuận lợi giúp Cục Công Thương địa phương, Bộ Công Thương nghiên cứu, tham mưu hoàn thiện cơ chế, chính sách về khuyến công.

Ba là, bám sát quan điểm chỉ đạo của Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên tại Hội nghị tổng kết 10 năm thi hành Nghị định số 45/2012/NĐ-CP (Bộ Công Thương đã ban hành Thông báo số 09/TB-BCT ngày 09/01/2024 về ý kiến kết luận chỉ đạo của Bộ trưởng): Quan tâm bố trí tăng nguồn vốn ngân sách địa phương cho hoạt động khuyến công; chủ động rà soát cơ chế chính sách tại địa phương, bảo đảm đồng bộ, khả thi; huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực cho phát triển công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp; đẩy mạnh công tác bình chọn, phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu; kiện toàn tổ chức bộ máy cho đơn vị sự nghiệp thuộc Sở Công Thương để triển khai các hoạt động khuyến công có tính kỹ thuật đặc thù của ngành Công Thương; đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ khuyến công ngày càng chuyên nghiệp, hiệu quả; tăng cường phối hợp giữa các sở, ngành, UBND cấp huyện, tổ chức, đơn vị; đẩy mạnh công tác thông tin tuyên truyền về hoạt động khuyến công■

KHUYẾN CÔNG SÓC TRĂNG:

GIA TĂNG GIÁ TRỊ SẢN XUẤT CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN

● MINH TRÍ

Năm 2024, UBND tỉnh Sóc Trăng phê duyệt dự toán chi tiết kinh phí khuyến công địa phương thực hiện 14 đề án với tổng kinh phí 4.618,160 triệu đồng, trong đó: Kinh phí khuyến công địa phương hỗ trợ 2.250 triệu đồng; kinh phí đơn vị thụ hưởng đóng góp 2.368,160 triệu đồng. Các hoạt động khuyến công, nhất là hoạt động xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật, chuyển giao công nghệ và ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến gắn với nhu cầu doanh nghiệp đã góp phần gia tăng giá trị sản xuất công nghiệp nông thôn, tạo việc làm cho người lao động.

Cụ thể, Vĩnh Châu là thị xã miền duyên hải thuộc tỉnh Sóc Trăng. Vĩnh Châu được biết đến là thủ phủ hành tím với diện tích hơn 6.500 ha, lớn nhất cả nước, trong đó có 5.000 ha trồng hành thương phẩm để lấy củ và 1.500 ha để lấy giống cho sản lượng thu hoạch hơn 100.000 tấn/năm. Hộ kinh doanh Toàn Thắng, tại khóm Vĩnh Thành, phường Vĩnh Phước, thị xã Vĩnh Châu, tỉnh Sóc Trăng đã đăng ký kinh doanh ngành, nghề chế biến hành phi.

Ban đầu, công đoạn chế biến hành phi của Hộ kinh doanh Toàn Thắng chủ yếu bằng thủ công, chất lượng sản phẩm chưa cao, năng suất thấp, tốn nhiều thời gian và chi phí nhân công. Từ chương trình khuyến công địa phương năm 2024, Trung tâm Khuyến công và Tư vấn phát triển công nghiệp tỉnh Sóc Trăng đã thực hiện đề án "Hỗ trợ ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến trong chế biến hành phi" tại Hộ kinh doanh Toàn Thắng, với tổng kinh phí trên 225 triệu đồng. Trong đó, nguồn khuyến công địa phương hỗ trợ 110 triệu đồng, phần còn lại do Hộ kinh doanh đầu tư.

Ông Võ Thanh Ước - Chủ hộ kinh doanh Toàn Thắng chia sẻ về hiệu quả của đề án mang lại: Đề án đã giúp Hộ kinh doanh sản xuất 700 kg hành phi thành phẩm/tháng, tăng 200 kg hành phi thành phẩm/tháng so với hiện trạng; tạo việc làm ổn định cho 7 lao động, với thu nhập bình quân 3 triệu đồng/người/tháng; giảm thiểu ô nhiễm môi trường. Đề án cũng góp phần giải quyết đầu ra cho củ hành tím Vĩnh Châu trong thời gian tới.

Còn đối với, Hộ kinh doanh Vĩnh Tân tại tỉnh lộ 8, ấp Châu Thành, thị trấn Mỹ Xuyên, huyện Mỹ Xuyên, tỉnh Sóc Trăng,



Ứng dụng máy móc vào sản xuất đã giúp Hộ kinh doanh Toàn Thắng sản xuất 700 kg hành phi thành phẩm/tháng, tăng 200 kg hành phi thành phẩm/tháng so với trước đây. Ảnh: Đào Hát



Việc ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến trong sản xuất lạp xưởng tại Hộ kinh doanh Vĩnh Tân đã tạo việc làm ổn định cho 20 lao động tại địa phương, với thu nhập tăng lên bình quân 4 - 5 triệu đồng/người/tháng. Ảnh: Đào Hát

thông qua các kênh thông tin đại chúng, Hộ kinh doanh Vĩnh Tân đã chủ động tiếp cận chính sách hỗ trợ từ chương trình khuyến công của tỉnh để lập đề án xin hỗ trợ kinh phí thực hiện đầu tư ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến vào sản xuất lạp xưởng nhằm giảm bớt chi phí đầu tư.

Nhận thấy nhu cầu của Hộ kinh doanh Vĩnh Tân hết sức cần thiết, Trung tâm Khuyến công và Tư vấn phát triển công nghiệp tỉnh Sóc Trăng đã hỗ trợ Hộ kinh doanh Vĩnh Tân thực hiện đề án "Hỗ trợ ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến trong sản xuất lạp xưởng". Theo đó, Hộ kinh doanh Vĩnh Tân được hỗ trợ kinh phí mua 1 lò sấy lạp xưởng, có công suất 1 tấn nguyên liệu/mẻ, với tổng kinh phí 300 triệu đồng, trong đó nguồn kinh phí khuyến công địa phương năm 2024 hỗ trợ 150 triệu đồng, phần còn lại là kinh phí của Hộ kinh doanh.

Ông Dương Cẩm Phiêu - Chủ Hộ kinh doanh Vĩnh Tân chia sẻ: Đề án được thực hiện đã giúp Hộ kinh doanh đáp ứng công suất sản xuất lên 4,2 tấn lạp xưởng/tháng, (tăng 40% công suất so với hiện trạng), nâng cao chất lượng sản phẩm và tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường. Đồng thời, tạo việc làm ổn định cho 20 lao động tại địa phương với thu nhập tăng lên bình quân 4 - 5 triệu đồng/người/tháng.

Tương tự, với đề án "Hỗ trợ ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến trong sản xuất các sản phẩm đan đát" tại Công ty Trách nhiệm hữu hạn Sứ Mệnh Xanh, phường 5, thành phố Sóc Trăng, tỉnh Sóc Trăng. Đề án được thực hiện với tổng kinh phí trị giá 570 triệu đồng, trong đó nguồn khuyến công địa phương năm 2024 hỗ trợ 240 triệu đồng, phần còn lại là kinh phí của Công ty. Công ty đã đầu tư mua mới 3 máy se dây đơn có công suất 10m/phút; 1 máy se dây đôi có công suất 10m/phút, do Việt Nam sản xuất.

Theo chia sẻ của ông Hứa Trần Phong - Giám đốc Công ty: Máy móc được đầu tư mới có nhiều tính năng hiện đại, giúp Công ty tăng gấp 2 lần số lượng sản phẩm/tháng so với trước đó, chất lượng sản phẩm nâng cao trong khi giá thành giảm, giúp Công ty tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường, kéo theo đó nguồn thu được cải thiện, đồng thời tạo việc làm và thu nhập ổn định cho khoảng 30 lao động.

Qua tìm hiểu các đề án khuyến công trên cho thấy, hiệu quả thực tế mà các đề án khuyến công mang lại đã thể hiện rõ vai trò "bà đỡ" cho các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, kinh doanh trên địa bàn tỉnh Sóc Trăng. Các đề án sau khi triển khai xây dựng và đi vào hoạt động đã góp phần nâng cao năng suất lao động, chất lượng sản phẩm, cải thiện môi trường và tăng thu nhập cho người lao động tại tỉnh Sóc Trăng■



Cho đến giờ, Tây Trường Sơn vẫn là cung đường hấp dẫn nhiều người

Tìm về miền ký ức

TRÊN CUNG ĐƯỜNG TÂY TRƯỜNG SƠN

VỪA XUỐNG SÂN BAY TRỞ VỀ NHÀ SAU 3 NGÀY THAM DỰ HÀNH TRÌNH "CHINH PHỤC HUYỀN THOẠI TÂY TRƯỜNG SƠN", TÔI ĐÃ PHẢI MỞ MÁY TÍNH RA VIẾT NGAY NHỮNG DÒNG NÀY. VIẾT NHƯ THỂ VẪN Ở TRONG CÁI KHÔNG KHÍ ẤY, NHƯ THỂ SỢ VỚI ĐI THỨ CẢM XÚC TRONG ĐỜI ÍT KHI ĐƯỢC TRẢI.

● THẾ ĐẠT





Sân bay Tà Cơn (Khe Sanh, Quảng Trị) nhìn từ trên cao



Chuyến hành trình kéo dài 3 ngày của chúng tôi vượt qua gần 2.000km

Dọc cung đường lịch sử

Nghe cái lịch trình "Chinh phục huyền thoại Tây Trường Sơn" cùng mẫu xe Hyundai Tucson mới đi từ Quảng Bình, qua Quảng Trị, có lẽ bất cứ ai được mời tham gia cũng cảm thấy hứng khởi. Đông Trường Sơn thì mọi người đi nhiều, nhưng con đường phía Tây chạy từ Hướng Hóa (Quảng Bình) đến Khe Sanh (Quảng Trị) chắc ít người có dịp lái xe qua. Nó sẽ kỳ thú lắm.

Cho đến bây giờ, nhánh Tây đường Hồ Chí Minh vẫn bí ẩn với nhiều người. Cây số đầu tiên của tuyến đường bắt đầu ở xóm Khe Giát, xã Xuân Trạch, Bố Trạch (Quảng Bình) và điểm cuối cùng là Tượng đài Chiến thắng Khe Sanh ở Hướng Hóa (Quảng Trị), kéo dài khoảng 300km. Đó là một xứ sở thần tiên và con người hiền hòa. Nơi mà bạn chỉ muốn ôm hết vào lòng mọi khung cảnh hùng vĩ và rực rỡ đến nao lòng.

Đúng 7h sáng, cả đoàn bắt đầu xuất phát từ Phong Nha, đi qua khu trung tâm di sản rồi nhập vào đường Trường Sơn nhánh Tây. Con đường xuyên hết dãy núi này đến dãy núi nọ. Có khi đổ xuống khe sâu hun hút, rồi lại lên cao chót vót trên các đỉnh núi. Những chiếc Tucson mới đều phải chuyển sang số tay và dùng cách về số giả lập để tiến lên đỉnh đèo đầy mây trắng vần vũ.

Con đường Trường Sơn huyền thoại năm xưa chính là cái nền móng để xây dựng đường Trường Sơn Tây ngày nay. Đường đã được mở rộng, đổ bê tông chắc chắn, khang trang hơn nhưng vẫn heo hút. Khi được cầm lái trên cung đường ghi dấu lịch sử hào hùng



Chiếc máy bay chuyên vận tải quân sự C130 với đường băng bằng những tấm ri sắt được phục chế tại di tích sân bay Tà Cơn

đã hứng chịu không biết bao nhiêu bom đạn trong thời kháng chiến chống Mỹ cứu nước này, những kẻ đam mê xê dịch như chúng tôi không chỉ mê mẩn về cảnh sắc, con người nơi đây mà còn cảm thấy tự hào về những chiến công của cha ông năm xưa.

Cứ thế đi mải miết, Trường Sơn vẫn trập trùng màu tím, hoang sơ và xa ngái. Đường Hồ Chí Minh nhánh phía Tây uốn lượn qua các bản làng của người Vân Kiều, Pa Cô, Tà Ôi, Cơ Tu... Nhờ có đường mà những bản làng heo hút, khó khăn giờ đã khấm khá lên, người dân biết làm ăn nên cũng có tivi, xe máy, điện thoại…

Dải đường lên Hướng Hóa xanh mướt bóng cây và những ngôi nhà sàn nằm lặng lẽ bên sườn núi. Suốt dọc đường đi, không biết bao nhiêu lần lên núi, xuống đèo, đánh lái không biết bao nhiều khúc cua. Cứ khoảng độ chục cây số đường quanh co lại có những đoạn khi thẳng tắp, khi uốn lượn cùng con sông Đakrông nước xanh biêng biếc.

Lần lượt những địa danh như Tăng Ký, Làng Ho, Cha Lỳ cứ thế trôi qua khung cửa xe. Chạm vào bản Cợp là đất Quảng Trị, chạy một mạch lại vượt đèo Sa Mù. Bất luận mùa nào thì đỉnh đèo mấy cây số cũng dày đặc sương mù. Bất luận ngày nào ai đi qua cũng đều chạm mặt với sương mù, thế nên người Pa Cô ở đây mới giải thích lý do có tên đèo Sa Mù.

Vượt đèo Sa Mù, đoàn chúng tôi đi khoảng 35km nữa thì tới huyện lỵ của Hướng Hóa (Quảng Trị). Khe Sanh đón chúng tôi lúc trời đã nhập nhoạng. Nhìn về phía bên giới Việt - Lào, bất giác nghĩ đến câu thơ "nơi rừng núi miền Tây Tổ quốc bừng sáng lung linh một vì sao… em có thấy góc trời biên giới như rực ánh lửa hồng" mà lòng thêm xao xuyến.

Đêm Tà Cơn, ngắm trăng treo trên đỉnh Trường Sơn

Tối nay, chúng tôi hạ trại giữa sân bay Tà Cơn. Hai người 1 lều. Giữa nơi hoang vắng, vẫn có chăn ấm nệm êm để ngủ, vẫn có nơi tắm giặt đàng hoàng. Đại diện Ban Tổ chức nói cái này dựng lên chỉ dùng một lần, mà đúng là không chê vào đâu được.

Trăng nơi biên viễn hôm đó đúng rằm, tròn như cái đĩa. Không gian núi rừng hoang hoải. Thời tiết se lạnh. Và chúng tôi, thật cơ duyên, cũng thật may mắn, có cơ hội được trải nghiệm, được hưởng thụ, với cái "lần đầu tiên, chưa từng có, không bao giờ lặp lại..."

Rất rất nhiều người đã vất vả, bỏ nhiều tâm huyết, thời gian, cả quan hệ, và tất nhiên cả tiền, để cho chúng tôi có một đêm trải nghiệm "ngủ rừng". Một hành trình trải nghiệm sản phẩm với tiêu chí "Vượt qua giới hạn" mang tên "Chinh phục huyền thoại Trường Sơn" đầy sáng tạo, chạm đến cảm xúc…

Buổi sáng, khi mặt trời vừa vượt cánh rừng đại ngàn để treo trên ngọn núi, chúng tôi thức dậy sau một đêm ngon giấc. Lúc này mới nhìn rõ những cảnh vật ở địa danh lịch sử - sân bay Tà Cơn. Đường băng của sân bay Tà Cơn năm nào mà dấu vết chỉ còn lại vài cái vỉ sắt hoen rỉ. Một số khí tài quân sự của quân đội Mỹ bỏ lại khi rút chạy khỏi Khe Sanh là những xác máy bay vỡ vụn. Một chiếc trực thăng vũ trang UH1A nằm



Trăng treo trên đỉnh Trường Sơn

chơ vơ. Xác mấy chiếc xe tăng, xe bọc thép bị cháy trơ khung, đứt xích.

Có một di vật tương đối còn khá nguyên vẹn, ấy là chiếc máy bay vận tải khổng lồ Hercule C130 nằm trên những tấm vỉ sắt dã chiến. Khách đến tham quan Khe Sanh thường rất thích chụp ảnh lưu niệm bên chiếc máy bay này, có lẽ nó là biểu tượng cho sự thất bại của không lực Hoa Kỳ mà giới quân sự Mỹ thường hay rất khoa trương, tự hào.

Chúng tôi đi tiếp đến bộ chỉ huy căn cứ Khe Sanh. Đó là hai căn nhà mái tôn, vách gỗ ghép, xung quanh có những lớp bao cát che chắn. Đây là nơi đại tá David E. Lownds (chỉ huy tại chỗ) nhận mệnh lệnh tác chiến từ Đại tướng Westmoreland - Tổng Tư lệnh quân đội viễn chinh Mỹ tại miền Nam Việt Nam. Căn nhà chỉ huy kép kín, không ai ở trong đó, có chăng chỉ là bóng dáng của quá khứ như còn lẩn khuất đâu đây, quanh những công sự, hầm hào, bên những xác xe, pháo, máy bay nằm phơi mình giữa những bãi cỏ xanh dưới bầu trời đầy mây trắng của đại ngàn Trường Sơn mênh mông, hùng vĩ.

Không còn kịp thời gian cho nhật trình ngày trở về, nên sau khi ở Tà Cơn, chúng tôi quyết định trở lại thị trấn rồi theo đường 9 đi theo hướng Đông Hà. Trước khi đi, cả đoàn vẫn cố níu chân đôi phút bên



Xe tăng của quân đội Mỹ bỏ lại khi rút chạy khỏi Khe Sanh

cầu Đakrông để chụp ảnh. Cầu Đakrông bắc qua sông Sê Pôn điểm đầu của Quốc lộ 14 tại km 42 Quốc lộ 9. Quốc lộ 14 là một phần của đường Hồ Chí Minh và đường Xuyên Á. Trong chiến tranh chống Mỹ, đoạn sông Đakrông là điểm vượt bí mật của tuyến đường mòn Trường Sơn - Hồ Chí Minh với ba bến vượt: Khe Xom, cầu Cu Tiền và Xóm Rò...

Đứng trên chiếc cầu treo màu trắng thanh mảnh, ngắm nhìn những vách núi hùng vĩ dựng đứng dọc những khúc sông uốn lượn mềm mại và những người phụ nữ Pa Cô gùi măng rừng đi bán, tôi không thể nghĩ rằng đây là nơi một thời đạn lửa cày xéo. Cảm giác yên bình xâm chiếm hồn tôi. Những đau thương mất mát đã được dòng sông chở ra biển lớn. Giờ đây, Dakrông lại hiền hòa, trữ tình như nó chưa từng thấm máu đỏ và buôn làng lại cất lên những điệu hát thanh bình để mỗi nụ cười sơn cước đều trở lại hiền hòa như con sông, con suối giữa đại ngàn…

Rời Khe Sanh trong những xúc cảm khó phai, tôi thầm hẹn ngày trở lại để đi hết cả vùng đất này, để được gặp nhiều hơn nữa những chàng trai, cô gái Pa Cô, Vân Kiều. Những Làng Vây, Tà Cơn, Cam Lộ, Dakrông, Nghĩa trang đường 9, địa phận hàng rào Macnamara… lần lượt nằm lại phía sau trong sự tiếc nuối của cả đoàn vì có nơi vẫn chưa thể ghé thăm.

3 ngày hành trình, chúng tôi đã đi gần 1.000 cây số, qua nhiều địa danh vẫn còn ghi dấu những chứng tích lịch sử một thời. Dải đất ấy - trong cảm thức của tôi bao giờ cũng chỉ với 2 màu đen - trắng và những hình ảnh chiến tranh khốc liệt nhất. Ấy là vì tôi chỉ mới biết Tây Trường Sơn thông qua những bộ phim tài liệu lịch sử và những câu chuyện chiến đấu mà cha, chú tôi kể lại. Sẽ mãi mãi là như vậy nếu không có chuyến đi đáng nhớ này■


Bondy care
MỀM TÓC SẠCH DA
CHĂM SÓC CẢ NHÀ
MỚI
Bondy care
SỮA TẮM
KHÁNG KHUẨN
antibacterial body wash
SẠCH KHUẨN 99.9%
MỚI
Bondy care
SỮA TẮM
NGĂN MÙI CƠ THỂ
anti-odor body wash
THƠM MÁT SẠCH SÂU
MỚI
Bondy care
DẦU GỘI
SẠCH GÀU
anti-dandruff shampoo
MÁT LẠNH SẢNG KHOÁI
MỚI
Bondy care
DẦU GỘI
SUÔN MƯỢT
smooth & moist shampoo
SUÔN MỀM ÓNG MƯỢT
LIXCO.COM
WWW.FACEBOOK.COM/BONDYCARE



CHO MỌI NHU CẦU BẢO HIỂM

Bảo hiểm xe cơ giới, Sức khỏe, Tài sản - Kỹ thuật, Hàng hải, Hàng không

TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN BẢO HIỂM PETROLIMEX (PJICO)
Tầng 21 - 22 Tòa nhà MIPEC, Số 229 Tây Sơn, Đống Đa, Hà Nội
1900 54 54 55 www.pjico.com.vn

PHỤNG SỰ TỪ TÂM

HÓA ĐƠN TRAO TAY
VẬN MAY BẤT NGỜ

Với hóa đơn mua xăng dầu từ
500.000đ
trở lên có cơ hội trúng thưởng lớn

62 Giải nhất
Xe máy Honda SH 125i



186 Giải nhì
Xe máy Yamaha Latte



310 Giải ba
Xe đạp Giant Escape



3100 phiếu mua xăng dầu trị giá một triệu đồng



Chương trình áp dụng với khách hàng cá nhân không kinh doanh
Thời gian khuyến mại: **22/9/2024 – 30/11/2024**
Thông tin chi tiết: **www.petrolimex.com.vn** Hotline: **1900 2828**

PETROLIMEX



30

10/10/1994 - 10/10/2024

VINACOMIN

TỪ TÀI NGUYÊN KHOÁNG SẢN
VÀ NGUỒN NHÂN LỰC ĐI LÊN GIÀU MẠNH







TẬP ĐOÀN CÔNG NGHIỆP THAN - KHOÁNG SẢN VIỆT NAM

KỶ LUẬT - ĐỒNG TÂM

SỐ 3 PHỐ DƯƠNG ĐÌNH NGHỆ, P. YÊN HOÀ, Q. CẦU GIẤY, TP. HÀ NỘI, VIỆT NAM
024.35180141
024.38510724
VINACOMIN.VN

9 THIẾT BỊ ÂM THẦM "NGỐN" ĐIỆN BẠN KHÔNG NGỜ TỚI!

	THIẾT BỊ	THỜI GIAN SỬ DỤNG MỖI NGÀY	ƯỚC TÍNH SỐ LƯỢNG ĐIỆN TIÊU THỤ TRONG THÁNG
BẾP ĐIỆN	Bếp đơn	3 tiếng	85 - 95 kWh/tháng
	Bếp đôi	3 tiếng	170 - 190 kWh/tháng
BÌNH NÓNG LẠNH	Bình 20l	24/24	320 - 340 kWh/tháng
		1 tiếng	70 - 80 kWh/tháng
TỦ LẠNH	Tủ mini	24/24	10 - 15 kWh/tháng
	Tủ trung bình		30 - 45 kWh/tháng
	Tủ lớn		50 - 75 kWh/tháng
MÁY TÍNH ĐỂ BÀN		12 tiếng	72 - 75 kWh/tháng
TIVI	LCD, công suất 150 W	5 tiếng	20 - 25 kWh/tháng
NỒI CƠM ĐIỆN	Công suất 500W	2 tiếng	25 - 35 kWh/tháng
BÀN LÀ ĐIỆN	Công suất 1.100W	30 phút	14 - 24 kWh/tháng
LÒ VI SÓNG	Công suất 1.000W	30 phút	10 - 20 kWh/tháng
THIẾT BỊ MẠNG	ROUTER, DSL, WIFI,... (2 bộ)	24/24	8 - 12 kWh/tháng

Công cụ ước tính lượng điện tiêu thụ của các thiết bị điện trong gia đình:

https://uoctinhdiennang.evn.com.vn/

EVN TẬP ĐOÀN ĐIỆN LỰC VIỆT NAM

CÔNG TY CP SUPE PHỐT PHÁT VÀ HÓA CHẤT LÂM THAO

LAM THAO FERTILIZERS AND CHEMICALS JOINT STOCK COMPANY

Địa chỉ: Khu Phương Lai, TT. Lâm Thao, Huyện Lâm Thao, Tỉnh Phú Thọ - Việt Nam

ĐT: 0210.3 825 139 * Fax: 0210.3 825 126 * Website: www.supelamthao.vn

LÂM THAO









PHÂN BÓN LÂM THAO BẠN CỦA NHÀ NÔNG

PETROVIETNAM
PV Drilling

Nhà thầu khoan Việt Nam

tiên phong trong ngành khoan dầu khí



TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN KHOAN VÀ DỊCH VỤ KHOAN DẦU KHÍ

PV Drilling

Lầu 4, Sailing Tower, 111A Pasteur, Phường Bến Nghé, Quận 1, Tp. Hồ Chí Minh, Việt Nam
Tel: +84 - 28 - 39 142 012
Fax: +84 - 28 - 39 142 021 / 39 142 022
Web: www.pvdrilling.com.vn