

Đồ uống

Việt Nam



SỐ 10 (2018)



HIỆP HỘI BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT VIỆT NAM

Website: www.vba.com.vn

ISSN 0866-7322



Chào mừng
Kỳ họp thứ 6
QUỐC HỘI KHÓA XIV





HÃY UỐNG VÀ CẢM NHẬN



TỔNG CÔNG TY - CP BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT HÀ NỘI
CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI BIA HÀ NỘI
Đc: 183 Hoàng Hoa Thám, Ba Đình, Hà Nội *Website: www.biahoihanoi.com.vn



Organiser



UBM

THE DIRECT ROUTE TO

NORTHERN VIETNAM'S FOOD & HOSPITALITY INDUSTRY

28 - 30 / 11 / 2018

TRIỂN LÃM VÀ HỘI THẢO LẦN THỨ 1 VỀ THỰC PHẨM, KHÁCH SẠN, NHÀ HÀNG
ĐỒ UỐNG & CUNG ỨNG DỊCH VỤ

 TRUNG TÂM TRIỂN LÃM QUỐC TẾ (I.C.E)
91 Trần Hưng Đạo, Hà Nội, Việt Nam

 fhh@ubm.com

 www.foodnhotelhanoi.com

 028 3622 2588





MỤC LỤC

THÁNG 10 - 2018

TÒA SOẠN VÀ TRỊ SỰ:

Tầng 2 - Tòa nhà Bộ Công Thương - Số 655 Phạm Văn Đồng - Quận Bắc Từ Liêm - Hà Nội.

Điện thoại: 024.38218 433

Fax: 024. 38218 433

Email: tapchidouong@gmail.com

Website: tapchidouong.com.vn; vba.com.vn

ĐẠI DIỆN PHÍA NAM

Lầu 7, tòa nhà SAGOTA, số 8 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, quận I, TP. Hồ Chí Minh

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP:

Chủ tịch: PGS.TS Nguyễn Văn Việt

Các ủy viên:

Nguyễn Tiến Vy

Văn Thanh Liêm

Nhà sử học Dương Trung Quốc

GS.TS Đinh Văn Thuận

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP PHỤ TRÁCH:

Lương Xuân Dũng

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP:

Nguyễn Văn Chương

Văn Minh Hoa

THIẾT KẾ MỸ THUẬT

Cầm Tú

Liên hệ QUẢNG CÁO - PHÁT HÀNH:

Hotline: 0917831233

Giấy phép hoạt động báo chí IN:

Số 1364/GP-BTTTT ngày 31/7/2012;

Số 61/GP-BTTTT ngày 11/3/2013

(sửa đổi, bổ sung);

In tại Công ty In Công nghệ cao

CHÚC MỪNG NGÀY DOANH NHÂN VIỆT NAM 13/10 & CHÚC MỪNG DOANH NGHIỆP SINH NHẬT THÁNG 10

- Nhân ngày Doanh nhân Việt Nam 13-10, Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam và Tạp chí Đồ uống Việt Nam xin gửi tới lãnh đạo các doanh nghiệp ngành Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam lời chúc sức khỏe, hạnh phúc, thành công! Chúc các doanh nghiệp ngày càng phát triển, đóng góp nhiều hơn nữa cho sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội của đất nước!
- Nhân ngày sinh nhật của quý Doanh nghiệp, Tạp chí Đồ uống Việt Nam xin chúc các đồng chí lãnh đạo và toàn thể CBCNV trong đơn vị sức khỏe, hạnh phúc và đạt được nhiều thành tích cao hơn nữa trong sản xuất, kinh doanh.

CÔNG TY CP RƯỢU BÌNH TÂY

Địa chỉ: 621 Phạm Văn Chí, Quận 6, TP. Hồ Chí Minh

ĐT: 08.9670.585

Fax: 08.9670.497

*Ngày
thành lập:
7/10/2005*



CÔNG TY LIÊN DOANH BIA SÀI GÒN PHÚ YÊN

Địa chỉ: Km2, Quốc lộ 1, thị xã Tuy Hoà, tỉnh Phú Yên.

ĐT: 057.827.727

Fax: 057.828.723

Ngành nghề kinh doanh: Bia, rượu, nước giải khát,...



*Ngày
thành lập:
16/10/1996*

NHỮNG NỘI DUNG CHÍNH TẠI KỲ HỌP THỨ 6, QUỐC HỘI KHÓA XIV

THEO ỦY BAN THƯỜNG VỤ QUỐC HỘI, KỲ HỌP THỨ 6, QUỐC HỘI KHÓA XIV SẼ DIỄN RA TỪ NGÀY 22/10 ĐẾN 20/11/2018. NỘI DUNG QUAN TRỌNG CỦA KỲ HỌP NÀY LÀ CÔNG TÁC NHÂN SỰ, BẦU CHỦ TỊCH NƯỚC, BẦU BỘ TRƯỞNG BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG VÀ XEM XÉT THÔNG QUA 9 DỰ ÁN LUẬT...

■ **PHÚ CƯỜNG** (tổng hợp)



Trong kỳ họp này, Quốc hội sẽ xem xét thông qua 9 dự án luật, trong đó có luật Phòng, chống tham nhũng (sửa đổi); luật Công an nhân dân (sửa đổi); luật Đặc xá (sửa đổi); luật sửa đổi, bổ sung một số điều của luật Giáo dục đại học; luật Cảnh sát biển Việt Nam; luật Bảo vệ bí mật nhà nước... Đồng thời, Quốc hội cho ý kiến 5 dự án luật, trong đó có luật Giáo dục (sửa đổi), hoàn thiện để thông qua tại kỳ họp thứ 7.

Dự kiến, tổng thời gian làm việc

của Quốc hội tại kỳ họp là 22,5 ngày. Trong đó, xây dựng luật: 12 ngày; giám sát tối cao và các vấn đề quan trọng khác: 9 ngày; khai mạc, bế mạc: 1,5 ngày. Quốc hội họp phiên trừ bị và khai mạc vào ngày 22/10/2018 và dự kiến bế mạc vào 20/11/2018, trong đó, bố trí Quốc hội làm việc một ngày thứ Bảy của tuần đầu tiên. Hiện nay, các cơ quan hữu quan đã tiếp tục phát huy tinh tích cực, khẩn trương, chủ động, nâng cao trách nhiệm, cố gắng đổi mới, nỗ lực đẩy nhanh tiến độ chuẩn bị, hoàn

thiện các nội dung dự kiến trình Quốc hội, bảo đảm kịp phục vụ kỳ họp.

Về đề nghị giảm thời gian phát biểu của đại biểu Quốc hội từ 7 phút xuống 5 phút, nhiều ý kiến thành viên Ủy ban Thường vụ Quốc hội đề nghị tiếp tục giữ mức thời gian phát biểu như đang thực hiện là 7 phút. Về nội dung này, Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Thị Kim Ngân kết luận, đề nghị tiếp tục duy trì thời gian phát biểu của đại biểu Quốc hội là 7 phút; thời gian trình bày các báo cáo thẩm tra không quá 15 phút. ■



BAN CHẤP HÀNH TRUNG ƯƠNG ĐẢNG ĐÃ THỐNG NHẤT RẤT CAO (100%) GIỚI THIỆU ĐỒNG CHÍ NGUYỄN PHÚ TRỌNG, TỔNG BÍ THƯ BAN CHẤP HÀNH TRUNG ƯƠNG ĐẢNG ĐỂ QUỐC HỘI BẦU GIỮ CHỨC VỤ CHỦ TỊCH NƯỚC CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM TẠI KỲ HỌP THỨ 6, QUỐC HỘI KHÓA XIV.

■ THU NGÀ (tổng hợp)

TỔNG BÍ THƯ NGUYỄN PHÚ TRỌNG ĐƯỢC 100% ĐẠI BIỂU GIỚI THIỆU ĐỂ QUỐC HỘI BẦU LÀM CHỦ TỊCH NƯỚC

Ngày 3/10, ngày làm việc thứ hai của Hội nghị lần thứ 8 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII. Buổi sáng, Ban Chấp hành Trung ương Đảng làm việc tại Hội trường, thảo luận về tình hình kinh tế - xã hội và ngân sách nhà nước năm 2018; kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và dự toán ngân sách nhà nước năm 2019.

Buổi chiều, Ban Chấp hành Trung ương Đảng làm việc tại Hội trường về công tác nhân sự. Ban Chấp hành Trung ương Đảng đã thống nhất rất cao (100%) giới thiệu đồng chí Nguyễn Phú Trọng, Tổng Bí thư Ban Chấp hành Trung ương Đảng để Quốc hội bầu giữ chức vụ Chủ tịch nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam tại Kỳ họp thứ 6, Quốc hội khóa XIV.

Cũng tại phiên họp này, Ban Chấp hành Trung ương Đảng đã bầu bổ sung hai Ủy viên Ủy ban Kiểm tra Trung ương khóa XII là đồng chí Võ Thái Nguyên và đồng chí Trần Đức Thắng.

Phát biểu khai mạc trọng thể Hội nghị lần thứ 8 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII, Tổng Bí thư

Nguyễn Phú Trọng nhấn mạnh: Về kinh tế - xã hội, tài chính - ngân sách nhà nước năm 2018 - 2019. Việc Trung ương xem xét, cho ý kiến về vấn đề kinh tế - xã hội, tài chính - ngân sách nhà nước năm nay có nhiều nội dung mới, sâu rộng, dài hạn và toàn diện hơn so với hai năm trước. Cùng với Báo cáo về tình hình kinh tế - xã hội, tài chính - ngân sách nhà nước năm 2018 và dự kiến Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, tài chính - ngân sách nhà nước năm 2019, Ban cán sự đảng Chính phủ đã chỉ đạo các cơ quan chức năng xây dựng, trình Trung ương một số báo cáo quan trọng khác về đánh giá giữa nhiệm kỳ việc thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, Kế hoạch tài chính - ngân sách nhà nước và Kế hoạch đầu tư công trung hạn giai đoạn 2016 - 2020.

Đề nghị các đồng chí Trung ương nghiên cứu kỹ các tài liệu; căn cứ vào thực tế tình hình đất nước và nơi công tác để thảo luận, đánh giá khách quan, toàn diện tình hình kinh tế - xã hội, tài chính - ngân sách nhà nước 9 tháng

đầu năm, dự báo đến hết năm 2018 và đánh giá giữa nhiệm kỳ việc thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, Kế hoạch tài chính - ngân sách nhà nước và Kế hoạch đầu tư công trung hạn 2016 - 2020. Chỉ rõ những kết quả, thành tích đã đạt được, những hạn chế, yếu kém còn tồn tại và nguyên nhân. Chú ý đối chiếu với những mục tiêu, nhiệm vụ đã đề ra cho năm 2018 và cho cả nhiệm kỳ khóa XII, nhất là mục tiêu, nhiệm vụ ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát lạm phát, tăng trưởng ở mức 6,5 - 6,7% năm 2018 và 6,5 - 7% cho 5 năm 2016 - 2020, thực hiện ba đột phá chiến lược, cơ cấu lại nền kinh tế gắn với đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao năng suất lao động, hiệu quả, sức cạnh tranh của nền kinh tế; phát triển văn hóa - xã hội, chăm lo đời sống nhân dân, bảo đảm an sinh xã hội; giữ vững môi trường hòa bình, bảo vệ độc lập, chủ quyền quốc gia, an ninh chính trị và trật tự, an toàn xã hội; mở rộng và nâng cao hiệu quả các hoạt động đối ngoại, nâng cao vị thế, uy tín quốc gia... ■

ĐỂ DỰ ÁN LUẬT THỰC SỰ HIỆU QUẢ NÊN ĐIỀU CHỈNH NHỮNG NỘI DUNG CHƯA HỢP LÝ

HIỆN NAY, BAN SOẠN THẢO DỰ ÁN LUẬT PHÒNG, CHỐNG TÁC HẠI CỦA RƯỢU, BIA ĐÃ TRÌNH ỦY BAN THƯỜNG VỤ QUỐC HỘI HỒ SƠ, TỜ TRÌNH, DỰ THẢO LUẬT NÀY. TUY NHIÊN, MỘT SỐ QUY ĐỊNH TRONG DỰ THẢO LUẬT VẪN CÒN CÓ NHỮNG Ý KIẾN KHÁC NHAU. TẠP CHÍ ĐỒ UỐNG VIỆT NAM ĐÃ CÓ CUỘC PHÒNG VẤN PGS.TS NGUYỄN VĂN VIỆT - CHỦ TỊCH VBA XUNG QUANH VẤN ĐỀ NÀY.

■ **PHÚ CƯỜNG** (thực hiện)



PV: Với vai trò là cầu nối giữa doanh nghiệp hội viên với các cơ quan quản lý Nhà nước, xin Chủ tịch cho biết, VBA đã tham gia đóng góp ý kiến vào dự án Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia như thế nào?

PGS.TS Nguyễn Văn Việt: Dự án Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia đang thu hút sự quan tâm của công luận và dư luận. VBA đã và đang nghiên cứu rất kỹ về nội dung của dự án Luật để có những ý kiến, kiến nghị một cách khách quan, phù hợp. Các doanh nghiệp trong ngành là những đơn vị chịu sự tác động trực tiếp của dự án Luật cũng luôn tích cực đóng góp

ý kiến và tham gia các buổi tọa đàm do Hiệp hội tổ chức. Nhiều ý kiến, kiến nghị của VBA đã được Ban soạn thảo tiếp thu điều chỉnh. Trong quá trình xây dựng dự án luật cũng rất dân chủ, cởi mở, có sự góp ý của các bên liên quan. Chủ trương về xây dựng dự án Luật là đúng đắn, mục tiêu bảo vệ sức khỏe người dân là chính đáng, chúng tôi ủng hộ điều này. Tuy nhiên, trong nội dung dự thảo Luật vẫn còn một số điều còn chưa hợp lý cần tiếp tục nghiên cứu, xem xét điều chỉnh cho phù hợp.

Theo chúng tôi Dự án Luật rất quan trọng, vì tác động tới xã hội, tới người dân và tới các doanh nghiệp, nên chúng

ta cần quan tâm đến tính thực tiễn của dự án luật. Một trong những điều mà chúng tôi quan tâm tới là tính khả thi, thực tế của dự án luật. Do vậy, cần có đánh giá sâu rộng về tác động của luật tới xã hội, kinh tế một cách toàn diện, đầy đủ, đúng với thực tế ở Việt Nam. Dự án luật có đề cập đến đánh giá tác động nhưng chưa toàn diện, tham khảo quá nhiều ở nước ngoài, trong khi đó điều kiện kinh tế - xã hội của các nước khác nhau nên việc áp dụng theo nước ngoài vào điều kiện ở Việt Nam không phù hợp. Hiện có khoảng trên 80 văn bản từ luật đến nghị định liên quan đến bia, rượu, trong đó trên 30 văn bản đang còn có hiệu lực. Cần đánh giá tác động, hiệu quả của việc thực thi những văn bản này, cái nào được, cái nào chưa được. Đánh giá tác động của dự án Luật cần căn cứ vào tình hình thực tế ở Việt Nam, chứ không nên áp dụng theo nước ngoài bởi điều kiện kinh tế - xã hội các nước khác nhau.

PV: Hiện nay vẫn còn có những ý kiến khác nhau về tên gọi và một số quy định của dự án Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia, Chủ tịch có ý kiến gì về vấn đề này?

PGS.TS Nguyễn Văn Việt: Theo tôi,

tên gọi của dự án Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia cần nghiên cứu, xem xét kỹ lưỡng, bởi các yếu tố sau:

Theo khoa họp lần thứ 63 của Đại hội đồng Y tế Thế giới (WHO) năm 2010 có sự tham dự của đại diện 193 quốc gia thành viên (trong đó có Việt Nam) thì tên gọi mà WHO khuyến cáo cho tất cả các quốc gia thành viên là cần phải xây dựng chính sách về phòng chống tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn. Hưởng ứng tinh thần đó, năm 2014, Bộ Y tế đã soạn thảo và trình Thủ tướng Chính phủ ký Quyết định 244/QĐ-TTg năm 2014 về Chính sách Quốc gia Phòng chống tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn. Nhưng sau đó không hiểu sao, khi soạn thảo dự án Luật, Bộ Y tế trình lên Quốc hội lại lấy tên gọi của dự án luật này là Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia. Tức là bỏ chữ “lạm dụng” và chuyển “đồ uống có cồn” thành rượu, bia. Như vậy là không nhất quán với Quyết định 244/QĐ-TTg năm 2014 của Chính phủ và khuyến cáo WHO.

Thực tế cho thấy, sản phẩm rượu, bia không phải là đối tượng gây tác hại, chỉ khi lạm dụng, sử dụng nhiều mới có tác hại (cái gì lạm dụng cũng có hại). Hơn nữa, rượu, bia là thức uống gắn liền với văn hóa truyền thống hàng ngàn đời ở Việt Nam cũng như các nước trên thế giới. Nhất là trong đời sống văn hóa, trong lễ nghi thờ cúng tổ tiên, tiếp khách... Do vậy, không thể nói tác hại của rượu, bia mà nên đổi thành tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn. Theo khái niệm đồ uống có cồn gồm nhiều sản phẩm khác, chứ không chỉ có rượu, bia. Chúng tôi kiến nghị Ban soạn thảo xem xét đổi tên thành Luật Phòng, chống tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn là phù hợp nhất.

Ngoài ra, các doanh nghiệp và nhiều chuyên gia còn có ý kiến về quy định cấm quảng cáo, tài trợ, thời gian, địa điểm bán hàng, cấm bán hàng qua internet... Trong thời gian qua, chúng ta đã xây dựng và thực hiện tốt Luật Quảng cáo, luật này đã được nghiên



cứu, xây dựng luật rất kỹ bởi ý kiến đóng góp của các bộ ngành, doanh nghiệp, người dân. Do đó, không nên đưa ra các quy định mới về quảng cáo vào trong dự án Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia, tránh chồng chéo, trái ngược với một số quy định của Luật Quảng cáo. Nếu đã đưa ra quy định mới về quảng cáo thì phải có đánh giá tác động của nó đến các doanh nghiệp, ngành, lĩnh vực liên quan... Quy định cấm tài trợ bia trong những chương trình thể thao, văn hóa thì cũng không phù hợp với thực tiễn. Trên thế giới, các sự kiện lớn như World cup, các chương trình thể thao đều có sự tài trợ của các thương hiệu bia, nay ta lại đưa ra quy định cấm các doanh nghiệp bia tài trợ liệu có phù hợp không?

Trong Luật Đầu tư, không có quy định bia là mặt hàng kinh doanh có điều kiện, nay trong dự thảo Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia lại đưa ra quy định đối với bia trên 16 độ. Thực tế ở Việt Nam, bia có độ cồn phổ biến từ 4 - 6 độ, bia độ cồn từ 16 độ trở lên là rất ít. Vậy, đưa quy định này có phù hợp không, có cần thiết không?

Quy định về cấm bán rượu trên internet cũng có nhiều tranh cãi, bởi quy định này sẽ khiến các doanh nghiệp làm ăn chân chính và người tiêu dùng chịu nhiều thiệt thòi. Nếu quy định này được thực thi thì các doanh nghiệp làm ăn chân chính sẽ không có cơ hội để giới thiệu và bán các sản phẩm của mình trên internet, trong khi đó trên mạng

vẫn nhan nhản các cá nhân giới thiệu và bán rượu mà không biết rõ nguồn gốc, chất lượng sản phẩm ra sao, không kiểm soát được. Như vậy, người tiêu dùng không có cơ hội tiếp cận, mua các sản phẩm chính hãng và có nguy cơ mua phải hàng giả, hàng lậu, không rõ nguồn gốc... Vô hình trung, ta sử dụng quy định cấm đoán này lại tạo điều kiện cho các cá nhân không chính thống bán hàng, hàng giả, hàng lậu có nguy cơ gia tăng.

PV: Vậy, Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam có kiến nghị gì với Ban soạn thảo để dự án luật này có tính thiết thực, hiệu quả hơn, thưa ông?

PGS.TS Nguyễn Văn Việt: Chúng tôi kiến nghị với Ban soạn thảo dự thảo Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia một số điều sau:

Đề nghị đổi tên thành Luật Phòng, chống tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn để phù hợp, đầy đủ hơn.

Kiến nghị cần đánh giá kỹ hơn những tác động của dự án Luật đối với kinh tế - xã hội, ảnh hưởng đến các bên liên quan như thế nào?

Về nội dung của dự thảo luật thì cần xem xét tính đồng nhất giữa dự án luật này với các luật hiện hành, đừng để mâu thuẫn, trái ngược nhau thì mới thực sự có hiệu quả, đi vào đời sống của người dân. Nhất là cần xem xét kỹ về quy định đối với rượu dân tự nấu.

PV: Xin cảm ơn Chủ tịch!



Các đại biểu tham dự buổi lấy ý kiến góp ý về dự thảo Luật do Ủy ban Về các vấn đề xã hội của Quốc hội tổ chức.

XEM XÉT ĐỔI TÊN GỌI VÀ ĐIỀU CHỈNH NỘI DUNG DỰ THẢO LUẬT PHÒNG, CHỐNG TÁC HẠI CỦA RƯỢU, BIA

MỚI ĐÂY, HIỆP HỘI BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT VIỆT NAM (VBA) ĐÃ CÓ CÔNG VĂN GỬI ỦY BAN THƯỜNG VỤ QUỐC HỘI, GÓP Ý KIẾN VỀ DỰ ÁN LUẬT PHÒNG, CHỐNG TÁC HẠI CỦA RƯỢU, BIA (VIẾT TẮT LÀ DỰ THẢO LUẬT). TRONG ĐÓ TẬP TRUNG VÀO KIẾN NGHỊ XEM XÉT ĐỔI TÊN GỌI CỦA LUẬT VÀ MỘT SỐ QUY ĐỊNH CHƯA HỢP LÝ TRONG DỰ THẢO LUẬT.

■ THU NGÀ

Với chức năng là cầu nối giữa giữa các doanh nghiệp hội viên với các cơ quan quản lý Nhà nước, VBA luôn mong muốn và ủng hộ việc xây dựng một đạo luật nhằm quản lý và kiểm soát tốt các hoạt động sản xuất, kinh doanh và sử dụng đồ uống có cồn nói chung và rượu, bia nói riêng nhằm bảo vệ sức khỏe người dân. Trong thời gian qua, Hiệp

hội đã tích cực tham gia vào quá trình xây dựng dự án Luật. Nhiều ý kiến của Hiệp hội đã được Ban soạn thảo tiếp thu để hoàn thiện dự thảo Luật. Tuy nhiên, trong dự thảo Luật vẫn còn một số quy định chưa hợp lý cần được tiếp tục điều chỉnh để khi luật ban hành có tính khả thi, phù hợp với thực tế. VBA xin kiến nghị với Ủy ban Thường vụ Quốc hội một số nội dung sau:

Xem xét đổi tên gọi của dự thảo Luật

VBA kiến nghị đổi tên gọi của Luật Phòng, chống tác hại của rượu bia mà Chính phủ trình Quốc hội thành Luật Kiểm soát đồ uống có cồn, hoặc Luật Phòng, chống tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn. Lý do mà VBA đưa ra là bởi khái niệm “rượu, bia” hẹp hơn khái niệm “đồ uống có cồn”, có



Lãnh đạo VBA và các doanh nghiệp ngành Bia - Rượu góp ý kiến về dự thảo Luật.



những sản phẩm không phải là rượu, bia nhưng lại có chứa cồn như một số loại nước hoa quả lên men, nước giải khát có ga đã xuất hiện nhiều trên thế giới và bắt đầu phổ biến ở Việt Nam. Mặt khác, để phù hợp với xu hướng tiêu dùng nhằm thay thế sản phẩm có cồn và một số quy định về cấm sử dụng rượu, bia nên một số cơ sở sản xuất đã cho ra đời sản phẩm “bia không cồn” để phục vụ người lái xe và phụ nữ. Vì vậy, nếu sử dụng khái niệm “rượu, bia” thì có thể dẫn đến

khả năng bị lách luật khi người ta sản xuất các sản phẩm có chứa cồn mà không phải là rượu, bia, trong khi đó một số sản phẩm không chứa cồn, đang cần được khuyến khích sử dụng nhưng do có tên gọi thông dụng là “bia” lại bị điều chỉnh và hạn chế bởi Luật này.

Trên thế giới hiện nay mới chỉ có rất ít quốc gia ban hành đạo luật riêng về đồ uống có cồn nhưng chưa có quốc gia nào ban hành đạo luật có tên là Luật Phòng, chống tác hại của rượu,

bia mà họ thường lấy tên là Luật Kiểm soát đồ uống có cồn.

Dự thảo Luật trình Ủy ban Thường vụ Quốc hội cũng mới chủ yếu đưa ra các giải pháp về “phòng”, trong khi các giải pháp về “chống” còn rất mờ nhạt.

Theo VBA, việc đổi tên thành Luật Kiểm soát đồ uống có cồn sẽ tập trung việc kiểm soát chất lượng sản phẩm để góp phần bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng như thông lệ của một số quốc gia hiện nay đã xây dựng Luật hoặc Luật Phòng, chống tác hại của lạm dụng

đồ uống có cồn để phù hợp với Chính sách quốc gia về phòng, chống tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn do Thủ tướng Chính phủ ban hành năm 2014 và Chiến lược toàn cầu về giảm thiểu tác hại của việc lạm dụng đồ uống có cồn của Tổ chức Y tế thế giới.

Về quy định địa điểm, phương thức, thời gian không được bán rượu, bia

VBA kiến nghị, quy định về cấm hoặc hạn chế giờ bán rượu, bia cần được nghiên cứu kỹ lưỡng, đặc biệt là tính khả thi và những tác động đối với ngành du lịch, khách sạn và giải trí mà ngành công nghiệp đồ uống có đóng góp đáng kể.

Quy định về cấm bán rượu, bia vào những giờ nhất định trong ngày, nếu được ban hành sẽ:

- Có thể khuyến khích việc uống một cách không có trách nhiệm hoặc mua nhiều hơn trước khoảng thời gian bị cấm và vì vậy quy định cấm trở nên phản tác dụng.

- Quy định cấm bán theo giờ nếu được áp dụng tại Việt Nam sẽ ảnh hưởng lớn đến ngành khách sạn và du lịch, đặc biệt là ở những thành phố, địa phương nơi du lịch là một trong những ngành mũi nhọn của phát triển kinh tế. Quy định này chắc chắn sẽ có ảnh hưởng đối với những ngành kinh doanh dịch vụ du lịch, ẩm thực và giải trí. Việc giám sát thực thi quy định này cũng đòi hỏi phải có một nguồn nhân lực dồi dào trong các cơ quan thi hành pháp luật.

Bán hàng qua internet hay bán hàng qua sàn giao dịch thương mại điện tử là một trong những kênh bán hàng quan trọng, đặc biệt là trong giai đoạn cách mạng công nghiệp 4.0. Nhà nước hoàn toàn có thể quản lý được người bán cũng như người mua qua việc quản lý các sàn giao dịch thương mại điện tử này. Kênh bán hàng này cũng góp phần giảm thiểu ùn tắc giao thông khi người mua hàng

có thể ngồi nhà, không cần ra đường vẫn có thể mua được các sản phẩm mà mình lựa chọn.

Vì vậy, Hiệp hội đề nghị xem xét lại quy định tại Khoản 3 Điều 20 của Dự thảo Luật để tạo điều kiện cho người mua, người bán và phù hợp với việc khuyến khích phát triển thương mại điện tử trong cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay.

Về các biện pháp hạn chế quảng cáo rượu, bia dưới 15 độ cồn

Theo VBA, việc hạn chế quảng cáo

rượu, bia dưới 15 độ cồn sẽ gây ra nhiều hệ lụy: Người tiêu dùng không có cơ hội để phân biệt được các hàng hóa, sản phẩm có chất lượng, Ngân sách nhà nước mất một khoản thu từ quảng cáo, ngành du lịch cũng bị ảnh hưởng...

Việc quy định hạn chế quảng cáo này sẽ làm gia tăng thêm cán bộ thi hành pháp luật về lĩnh vực này, điều này không phù hợp với chủ trương tinh giản biên chế cán bộ, công chức, viên chức quy định tại trong Nghị quyết số 39-NQ-TW ngày 17 tháng 4 năm 2015 của Bộ Chính trị, Quyết định số 2218/QĐ-TTg ngày 10 tháng 12 năm 2015



Thưởng thức bia là nét văn hóa truyền thống (Trong ảnh: Lễ hội Bia Oktoberfest tại Đức)

của Thủ tướng Chính phủ và tinh thần của Công văn số 65/TTg-TCCV ngày 13 tháng 01 năm 2014 của Thủ tướng Chính phủ. Bên cạnh đó, cũng làm phát sinh thủ tục hành chính và hạn chế quyền chủ động, sáng tạo của doanh nghiệp, không phù hợp với Nghị quyết số 35/NQ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2016 của Chính phủ về hỗ trợ và phát triển doanh nghiệp đến năm 2020.

Việc quy định rượu, bia trên 5,5 độ cồn đến dưới 15 độ cồn không được quảng cáo trong các chương trình thể thao, văn hóa, sân khấu, điện ảnh; không được quảng cáo trên các

phương tiện quảng cáo ngoài trời và bia dưới 5,5 độ cồn không được quảng cáo trên các phương tiện giao thông; trên báo hình, báo nói trong thời gian từ 18 giờ đến 21 giờ hằng ngày chắc chắn sẽ ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp.

Kinh nghiệm của một số quốc gia cũng chỉ ra rằng, việc hạn chế quảng cáo không có tác dụng làm giảm việc sử dụng rượu, bia. Các báo cáo quốc tế cho thấy tăng cường hay giảm quảng cáo không đồng nghĩa với việc tăng hay giảm tiêu thụ đồ uống có cồn. Quảng cáo chỉ giúp người tiêu dùng lựa

chọn thương hiệu sản phẩm mà họ yêu thích. Nếu không có quảng cáo, người tiêu dùng sẽ dễ bị lựa chọn những sản phẩm không đảm bảo chất lượng.

Việc hạn chế quảng cáo bia trên phương tiện truyền thông tại Việt Nam sẽ được dịch chuyển sang phương tiện truyền thông kỹ thuật số, mạng xã hội - theo đó phần lớn doanh thu sẽ phát sinh ở nước ngoài thay vì doanh thu này phải được phát sinh, chi tiêu tại Việt Nam. Kết quả này dựa trên xu thế hiện nay đang diễn ra sự thay đổi từ phương tiện truyền thông truyền thống sang phương tiện truyền thông kỹ thuật số (đặc biệt là đối với chi tiêu cho quảng cáo).

Việc cấm quảng cáo trên mạng xã hội là rất khó khả thi và khó kiểm soát vì mạng xã hội là một nền tảng trên Internet để mọi người chia sẻ thông tin, bao gồm cả thông tin về đồ uống có cồn. Việc cung cấp, chia sẻ thông tin trên mạng xã hội có thể không phải là quảng cáo. Quy định về quảng cáo trên mạng xã hội chỉ nên dừng ở việc áp dụng những biện pháp kỹ thuật sẵn có trên mạng xã hội để loại bỏ những người truy cập vào các quảng cáo ở những độ tuổi nhất định.

Các hạn chế quảng cáo, khuyến mại đối với bia không những mâu thuẫn với các luật hiện hành (Luật Quảng cáo, Luật Thương mại) mà còn không phản ánh được sự khác nhau giữa các loại bia, rượu vang và rượu mạnh. Các loại sản phẩm bia, rượu vang, rượu mạnh là rất khác nhau về nồng độ cồn và mức độ gây hại khi lạm dụng.

Vì vậy, Hiệp hội đề nghị xem lại các quy định này để phù hợp với thông lệ quốc tế và thực tiễn ở Việt Nam để bảo đảm tính khả thi và tạo điều kiện cho người tiêu dùng có thể tiếp cận các sản phẩm có chất lượng, bảo đảm an toàn thực phẩm và tạo điều kiện cho các ngành khác như quảng cáo, du lịch, dịch vụ... ■



BÌNH LUẬN DỰ THẢO LUẬT PHÒNG, CHỐNG TÁC HẠI
CỦA RƯỢU, BIA

“DANH KHÔNG CHÍNH, NÊN NGÔN KHÔNG THUẬN”

■ **LUẬT SƯ TRƯỞNG THANH ĐỨC**

Chủ tịch HĐQT Công ty Luật BASICO



VỪA QUA, TẠI BUỔI TỌA ĐÀM VỀ DỰ ÁN LUẬT PHÒNG, CHỐNG TÁC HẠI CỦA RƯỢU, BIA, LUẬT SƯ TRƯỞNG THANH ĐỨC - CHỦ TỊCH HĐQT CÔNG TY LUẬT BASICO ĐÃ CÓ Ý KIẾN PHÁT BIỂU VỀ DỰ THẢO LUẬT PHÒNG, CHỐNG TÁC HẠI CỦA RƯỢU, BIA. ĐỂ QUÝ VỊ ĐỘC GIẢ CÓ THÊM THÔNG TIN, TẠP CHÍ ĐỒ UỐNG VIỆT NAM XIN ĐĂNG BÀI VIẾT CỦA LUẬT SƯ TRƯỞNG THANH ĐỨC.

Về tên gọi của Dự luật

Việc xây dựng Dự luật để quản lý, kiểm soát việc kinh doanh và sử dụng rượu, bia là cần thiết. Nhiều lần tham gia trước đây, tôi cho rằng tên gọi của Dự luật là không quan trọng. Tuy nhiên, đến hôm nay thì tôi đã thay đổi quan điểm. Trong trường hợp này thì tên luật rất quan trọng, nó định hướng, dẫn dắt nội dung. Và tôi thấy danh không chính, nên ngôn không thuận.

Dự luật được đặt tên là Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia. Các từ “phòng, chống” trong Dự luật này tương tự với tên gọi trong 10 luật và 1 pháp lệnh như sau:

- (1) Luật Phòng, chống ma túy năm 2000;
- (2) Luật Phòng, chống tham nhũng năm 2005;
- (3) Luật Phòng, chống nhiễm vi rút gây ra hội chứng suy giảm miễn dịch mắc phải ở người (HIV/AIDS) năm 2006;
- (4) Luật Phòng, chống bệnh truyền nhiễm năm 2007;
- (5) Luật Phòng, chống bạo lực gia đình năm 2007;
- (6) Luật Phòng, chống mua bán người năm 2011;

(7) Luật Phòng, chống rửa tiền năm 2012;

(8) Luật Phòng, chống tác hại của thuốc lá năm 2012;

(9) Luật Phòng, chống khủng bố năm 2013;

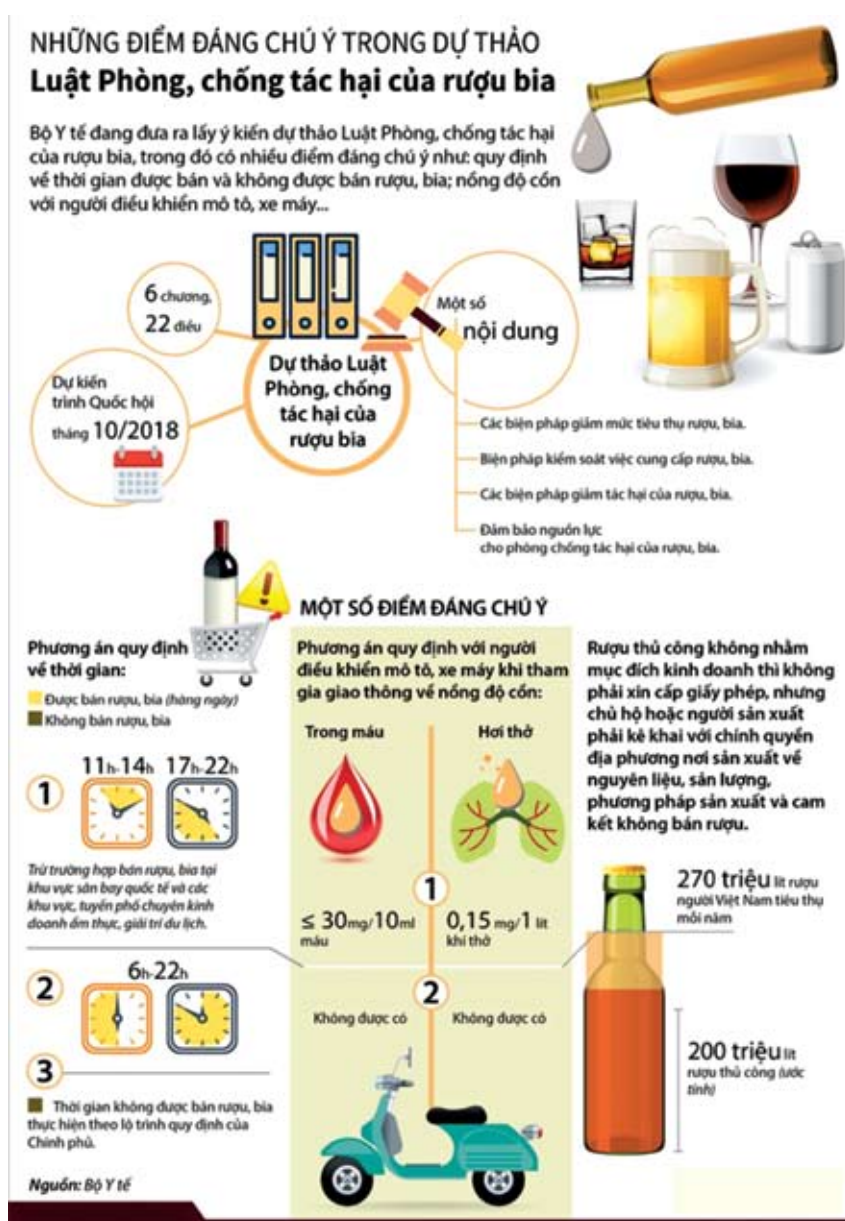
(10) Luật Phòng, chống thiên tai năm 2013;

(11) Pháp lệnh Phòng, chống mại dâm năm 2003.

(12) Ngoài ra, Luật Phòng cháy, chữa cháy năm 2013, thì chỉ có “phòng” không có “chống”, Luật Thực hành tiết kiệm, chống lãng phí năm 2013, thì lại chỉ có “chống”, không có “phòng”.

Trong các luật trên, các từ phòng, chống đều thể hiện về đối tượng rõ ràng cần phải phòng chống, trong đó chiếm tới 8 - 9 phần hại, chỉ có 1 - 2 phần lợi (trừ mại dâm). Như vậy, đặt tên “phòng chống” sẽ gây nhầm lẫn, ác cảm rằng rượu, bia là độc hại, trong khi lợi 7 - 8 phần, hại chỉ 2 - 3 phần, tức là độc hại chỉ là tác dụng phụ, đặc biệt là khi sử dụng quá liều lượng và sử dụng rượu, bia không bảo đảm chất lượng. Không thể lấy cái hại chỉ là phụ, là thứ yếu để đặt tên cho Luật, dẫn tới khẳng định như đinh đóng cột, như là một điều tất yếu, mặc định là độc hại, trong khi chỉ phòng chống phần độc hại trong rượu, bia và việc lạm dụng rượu bia.

Trong Dự thảo Tờ trình của Chính phủ cũng không chính xác khi viết nhiều lần rằng, cứ uống rượu, bia là độc hại như tại Phần I.1.a: “Sử dụng rượu, bia là nguyên nhân trực tiếp của ít nhất 30 bệnh, chấn thương và là nguyên nhân gián tiếp của ít nhất 200 loại bệnh tật nằm trong danh mục phân loại bệnh tật quốc tế ICD10...” hay “Sử dụng rượu, bia gây tổn thương đến nhiều cơ quan, chức năng của cơ thể...” hại. Vì vậy, cần phải thay thế bằng tên gọi khác, trong đó mấu chốt là thay 2 từ “phòng, chống” bằng từ “kiểm soát” giống như các nước (nêu trong Tờ trình). Chẳng



hạn như đặt tên là Luật Kiểm soát đồ uống có cồn hoặc Luật Kiểm soát việc lạm dụng rượu, bia (nếu chỉ tập trung vào việc hạn chế tác hại phụ của rượu, bia) hoặc tên là Luật Quản lý rượu, bia (nếu như quy định cả điều kiện kinh doanh rượu, bia như Dự thảo).

Tên của Luật không đúng, dẫn đến nhiều vấn đề khác bị nhầm lẫn, không chuẩn mực, không rành mạch, không rõ ràng, không chính xác, không hợp lý. Nhìn về tổng thể Dự luật, thì có thể nhận xét, vì danh không chính, nên ngôn không thuận.

Về việc phòng, chống tác hại của rượu, bia:

Dự luật đánh đồng việc phòng, chống tác hại giữa rượu và bia, giữa rượu vang, rượu nhẹ với rượu nặng là những thứ khác nhau rất nhiều. Giữa phòng và chống tác hại phụ của rượu bia, thì đương nhiên phòng là quan trọng hơn, cũng giống như phòng bệnh hơn chữa bệnh. Tuy nhiên, “từ khoa” của Dự luật là “phòng, chống” (không viết liền, mà cách nhau bằng dấu phẩy), nhưng không rõ đâu là “phòng”, đâu là “chống”. Đây cũng là 1 lý do cần phải xem lại tên của Dự luật.

Có 3 vấn đề chính cần được xử lý trong Luật, đó là giảm cung, giảm cầu và giảm tác hại của rượu, bia thì cần đặt thứ tự ưu tiên đầu tiên là giảm tác hại, thứ hai là giảm cầu, thứ ba mới là giảm cung. Dự luật chưa thể hiện được điều này, thậm chí còn thể hiện ngược lại là giảm cung, trong khi đó vẫn là một sản phẩm hợp pháp vừa truyền thống vừa hội nhập và phần nào là còn là nhu cầu thiết yếu, không thể thiếu, nếu chất lượng bảo đảm và sử dụng hợp lý thì phần lợi là chủ yếu, phần hại là thứ yếu. Rượu, bia cũng là một loại thực phẩm, cũng đã được Dự luật thừa nhận khi nhiều lần đề cập đến yêu cầu về an toàn thực phẩm. Qua đây cũng cho thấy, cần phải xem lại tên của Dự luật.

Luật về quản lý hoạt động sản xuất, kinh doanh rượu bia, cũng giống như các hàng hoá khác, nếu có vi phạm đều bị xử lý, mà không vì lý do có hay không có tác hại đến sức khoẻ. Do vậy, bên cạnh các quy định tại Điều 9 về “Các trường hợp không được uống rượu, bia”, Điều 10 về “Kiểm soát việc khuyến mại rượu, bia”, Điều 11 về “Kiểm soát việc quảng cáo rượu, bia”, Điều 13 về “Điều kiện kinh doanh rượu, bia”,... nhưng tại Điều xử lý vi phạm tại Điều 26 thì lại chỉ quy định về “Xử lý vi phạm pháp luật về phòng, chống tác hại của rượu, bia”

là không đầy đủ, không toàn diện. Điều này cũng cho thấy sự không hợp lý bắt đầu từ tên Dự luật.

Một số nội dung chưa chính xác và hợp lý trong Dự luật

Không phải là luật quản lý rượu bia, mà chỉ phòng chống tác hại phụ của rượu bia thì không thể liệt kê rượu, bia “nhập lậu” với rượu, bia giả, không bảo đảm chất lượng, không an toàn như quy định tại Điều 4 “về Các hành vi bị nghiêm cấm”, Điều 7 về “Nội dung thông tin, giáo dục, truyền thông về phòng, chống tác hại của rượu, bia”, Điều 18 về “Phòng ngừa và xử lý rượu, bia giả, không bảo đảm chất lượng, nhập lậu” và Điều 22 về “Các hoạt động phòng, chống tác hại của rượu, bia” của Dự thảo, vì rượu, bia nhập lậu có thể là thật hoặc giả, có thể bảo đảm hoặc không bảo đảm chất lượng. Và quan trọng hơn, nó thuộc đối tượng điều chỉnh của pháp luật khác. Đây cũng là một lý do cho thấy tên Luật không chính xác, nên đã dẫn đến cách tiếp cận và xử lý không đúng.

Khoản 5, Điều 2 về “Giải thích từ ngữ” của Dự luật quy định “5. Cồn thực phẩm là hợp chất hữu cơ có công thức phân tử là C_2H_5OH và có tên khoa

học theo danh pháp quốc tế IUPAC là Ethanol, đạt tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm”. Việc sử dụng từ “tiêu chuẩn” ở khoản này là chưa chính xác về yêu cầu pháp lý, mà phải là “quy chuẩn”. Vì theo quy định tại khoản 1 và 2, Điều 3 về “Giải thích từ ngữ”, Luật tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật năm 2006, thì “Tiêu chuẩn do một tổ chức công bố dưới dạng văn bản để tự nguyện áp dụng” (tức là không bắt buộc). Còn “Quy chuẩn kỹ thuật do cơ quan nhà nước có thẩm quyền ban hành dưới dạng văn bản để bắt buộc áp dụng”. Quy định này cũng cho thấy, đó là nội dung quản lý, kiểm soát nói chung chứ không chỉ là phòng chống tác hại của rượu, bia.

Khoản 2, Điều 14 về “Bảo đảm chất lượng, an toàn đối với rượu, bia” của Dự thảo quy định “2. Việc sản xuất rượu thủ công không nhằm mục đích kinh doanh phải bảo đảm chất lượng, an toàn cho người sử dụng” là chưa đầy đủ, vì ngoài rượu thủ công thì có thể có cả bia thủ công không nhằm mục đích kinh doanh. Ngoài ra, còn các chất có cồn khác không được gọi là rượu, bia cũng có thể gây độc hại, tại sao không được đề cập đến. Lại thêm một lý do cho thấy tên gọi Dự luật không hợp lý, dẫn đến đối tượng, phạm vi, nội dung điều chỉnh không chuẩn.

Một số điều có phần lưỡng lự không thuộc khoản nào trong điều luật được bố cục theo điều khoản, như Điều 6 về “Yêu cầu của thông tin, giáo dục, truyền thông về phòng, chống tác hại của rượu, bia”, Điều 15 về “Biện pháp tăng cường quản lý và bảo đảm an toàn đối với sản xuất, mua bán rượu thủ công”.

Tên Chương III “Các biện pháp quản lý chặt chẽ việc cung cấp rượu, bia” là không hợp lý. Chặt chẽ hay không là mục tiêu, yêu cầu và quy định, chứ không nên đặt tên chương như vậy, nhất là việc quản lý chặt chẽ không chỉ với việc cung cấp, mà với những việc khác. ■



Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia sẽ giảm tải được việc lạm dụng?



CÁC CHUYÊN GIA GÓP Ý VỀ TÊN GỌI CỦA DỰ THẢO LUẬT PHÒNG, CHỐNG TÁC HẠI CỦA RƯỢU, BIA

TẠI CÁC TỌA ĐÀM, HỘI NGHỊ LẤY Ý KIẾN CỦA CÁC BÊN LIÊN QUAN, NHIỀU CHUYÊN GIA ĐÃ CÓ NHỮNG GÓP Ý VỀ NỘI DUNG CỦA DỰ THẢO LUẬT PHÒNG, CHỐNG TÁC HẠI CỦA RƯỢU, BIA. DƯỚI ĐÂY LÀ TỔNG HỢP MỘT SỐ Ý KIẾN CỦA CHUYÊN GIA VỀ DỰ LUẬT NÀY.

■ **TIẾN ANH** (ghi)

Hiện nay, chúng ta có luật tương tự là Luật Phòng, chống tác hại của thuốc lá. Chúng tôi muốn biết tính khả thi khi đưa ra thì hành thì tổng kết lại với loại luật như thế này thì Chính phủ đã có đánh giá với những quy định mang tính chất ít chế tài cụ thể, đối với dạng luật tương tự như Luật Phòng, chống tác hại của thuốc lá thì nó đã có tác dụng trong thực tế nhiều không?

Nghe thảo luận ý kiến trái chiều rất khác nhau trên phương tiện truyền thông nhiều tháng rồi, chúng tôi đề nghị làm rõ mấy điểm sau:

Tôi đồng ý với ý kiến và tôi hiểu sâu sắc việc lạm dụng rượu, bia có tác động như thế nào đến mảng thuộc về

xã hội, đó là tội phạm giết người, đánh nhau, cố ý gây thương tích, tai nạn giao thông. Rượu, bia vẫn có tác dụng tích cực, tại sao chúng ta không đặt vấn đề chống lạm dụng mà đặt vấn đề phòng, chống tác hại. Chúng tôi muốn biết rõ thêm quan điểm này.

Có ý kiến cho rằng, về tên gọi có 3 ý kiến đặt tên như sau: Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia; Luật Kiểm soát đồ uống có cồn; Luật Phòng, chống tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn.

Muốn là lấy ý kiến cho gọn ý kiến thứ nhất nhưng không rõ. Tôi cũng nói nếu rượu, bia bình thường có tác hại gì đâu nếu không lạm dụng nó, cái này rất nhạy cảm. Tây họ gửi văn bản đến

ta họ không đồng ý ghi chữ rượu, bia, vì người dân nhìn vào nội dung luật này thì nghe rượu, bia là sợ không dám uống, mà họ đòi gọi là chất có cồn như thông lệ quốc tế. Đây là vấn đề rất hệ trọng, chỗ này phải tính toán, nghiên cứu cho kỹ, rất có lý lẽ. Không thể áp đặt chương trình pháp luật đã có tên đó rồi thì giờ phải làm y như thế. Lúc đầu chúng ta đưa chúng ta là mới có đề cương, chưa có ruột, chưa có nội hàm mà bây giờ ta lấy lý đó chốt lại là không phải.

Có ý kiến nhấn mạnh, tôi chia sẻ về tên luật, tôi đề nghị cân nhắc phòng, chống tác hại của rượu, bia hay lạm dụng rượu, bia, vì một số luật trên thế giới là chống lại lạm dụng rượu, bia

hay chống lại vấn đề nghiện rượu.

Các ý kiến đều kiến nghị, điều chỉnh dự thảo Luật, đề nghị đổi tên là Luật phòng chống tác hại lạm dụng đồ uống có cồn, chứ không nên nói là rượu, bia. Việc rượu, bia có cả tác dụng lẫn tác hại, nó có cả văn hóa truyền thống. Nhiều nước hiện nay có những thương hiệu rất nổi tiếng như Mao Đài, Mao Tử, rượu sâm Hàn Quốc, hoặc như ta qua Đức, qua Đông Âu thấy bia là có cả ngày lễ hội bia sử dụng cả triệu lít trong một ngày, họ uống bia theo bia mét, mua 3 mét thì họ đưa ra 3 mét bia để uống. Cho nên dùng từ "lạm dụng đồ uống có cồn" sẽ gây ra tác hại, có những thứ đáng ra không có hại nhưng vì lạm dụng lại thành gây nguy hiểm, thành tội hình sự. Nên cân đối giữa luật phòng, chống, phòng là để chúng ta không lạm dụng, còn chống là khi đã xảy ra lạm dụng thì chúng ta xử lý.

Các ý kiến đều băn khoăn với tên ban đầu là Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia. Đề nghị quan tâm xem có nên đổi tên thành Luật Phòng, chống việc lạm dụng rượu, bia không. Cần quan tâm đến tính khả thi của luật. Ở đây liên quan đến góc độ văn hóa.

Tôi thấy băn khoăn về khoản 6, Điều 5 trong dự thảo Luật. Nếu luật này có hiệu lực thì từ nay sẽ cấm sử dụng cụm từ "rượu thuốc, rượu bổ, bổ dưỡng hoặc cụm từ khác gây hiểu lầm là rượu, bia tốt cho sức khỏe để đặt tên và ghi lên nhãn hiệu sản phẩm bia, rượu". Tôi thấy "rượu bổ" hay "rượu thuốc" nó mang tính chất văn hóa truyền thống của người dân. Ví dụ, chúng ta lên Yên Bái có rượu táo mèo, hay rượu ba kích

của Quảng Ninh. Từ bây giờ nếu luật này ra đời thì rượu bổ, rượu thuốc này bị nghiêm cấm sử dụng, tôi thấy không phù hợp với văn hóa. Cần phải phân tích thêm có rượu nào có tác hại, quá lạm dụng, như tôi chỉ cần uống nửa chén là không chịu nổi rồi, nhưng có đồng chí uống cả nửa lít không sao, còn tùy thuộc vào cơ địa của mỗi người, nó

mang tính khoa học. Tuy nhiên, tôi thấy nếu mang tính khả thi góc độ văn hóa, ta nói luôn là Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia tức là ta nghiêm nhiên coi rượu, bia chỉ có tác hại thôi thì tính khả thi, đặc biệt là đồng bào dân tộc. Như Lạng Sơn có rượu Mấu Sơn, Ninh Bình có rượu Kim Sơn... người dân cũng áp dụng điều này thì tính khả thi chưa cao.





Tôi đề nghị cân nhắc đổi tên gọi của dự thảo Luật là Luật Phòng, chống tác hại của việc lạm dụng rượu, bia. Cần quan tâm ở góc độ văn hóa và tinh thần.

Có đại biểu phân tích: Một là phạm vi điều chỉnh liên quan đến tên luật, cá nhân tôi thấy tên gì thì cũng không quan trọng, quan trọng là đối tượng điều chỉnh của nó là gì, điều chỉnh đến đâu và có

ảnh hưởng đến ai. Tôi thấy có thể đổi tên như một số đại biểu nói thì cũng được, giữ tên này cũng được. Tôi thấy Điều 1 này không được vì phạm vi điều chỉnh luật này phải điều chỉnh các biện pháp bảo vệ sức khỏe con người do dùng quá nhiều rượu, bia, không phải luật này để điều chỉnh biện pháp giảm mức tiêu thụ rượu, bia. Mình chỉ điều chỉnh cái gì ảnh

hưởng đến sức khỏe con người, còn mức tiêu thụ rượu, bia là do luật khác điều chỉnh. Mức tiêu thụ rượu, bia hay gọi là chi phí tiêu dùng hay tiêu dùng cho sản xuất cũng là tiêu dùng, sản xuất cũng là tiêu dùng, người ta sản xuất ra bán cho nước ngoài hoặc bây giờ sản xuất ra xăng sinh học cũng từ ngô, khoai, sắn dùng thay xăng thì người ta tiêu thụ càng nhiều, càng tốt, chứ sao mình lại dính đến luật này để giảm.

Đề nghị xác định lại phạm vi điều chỉnh là quy định các biện pháp và trách nhiệm của các cơ quan, tổ chức liên quan trong việc bảo vệ sức khỏe con người cho hiện nay và cho mai sau do lạm dụng rượu, bia. Còn các doanh nghiệp là việc của người ta, kể cả với phạm vi được thu gọn đến mức độ như vậy thì một luật này cũng không điều chỉnh được hết mà đã có Luật Bảo vệ sức khỏe nhân dân, Luật Xử lý vi phạm hành chính, Luật Giao thông... Luật này chỉ điều chỉnh một phạm vi rất gọn, không nên quy định nhiều thứ trong này.

Có đại biểu cho biết: Trong dự thảo luật này, tôi thấy hướng đi của nó chưa thực sự phù hợp. Tôi thống nhất ý kiến của các Hiệp hội doanh nghiệp, vấn đề ở đây là tác hại của rượu, đồng chí nói do cồn một phần nhưng do độc tố trong rượu không được xử lý bằng công nghiệp, đó mới là bản chất của việc gây tác hại đến sức khỏe ví dụ như aldehyde. Chỉ nên tập trung vào rượu thủ công, quản lý chất lượng của nó, bảo đảm vệ sinh, an toàn thực phẩm nên theo hướng này. ■

NÊN TẬP TRUNG ĐIỀU CHỈNH HÀNH VI THAY VÌ HẠN CHẾ NGUỒN CUNG

THEO Ý KIẾN CỦA HIỆP HỘI BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT VIỆT NAM (VBA) CÙNG NHƯ Ý KIẾN CỦA CÁC CHUYÊN GIA, DOANH NGHIỆP THÌ DỰ ÁN LUẬT PHÒNG, CHỐNG TÁC HẠI CỦA RƯỢU, BIA NÊN TẬP TRUNG ĐIỀU CHỈNH HÀNH VI NGƯỜI LẠM DỤNG, XÁC ĐỊNH ĐÚNG ĐỐI TƯỢNG CÓ NGUY CƠ MẤT AN TOÀN CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG CHÍNH LÀ RƯỢU KHÔNG RÕ NGUỒN GỐC, RƯỢU THU CÔNG.



Cần xác định nguyên nhân dẫn tới tác hại một cách khách quan

Góp ý kiến cho dự thảo Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia, VBA kiến nghị, dự án Luật cần tập trung vào giải quyết ba vấn đề mấu chốt:

- Một là, bảo vệ sức khỏe người dân thông qua thắt chặt quản lý hoạt động sản xuất và tiêu thụ các loại đồ uống có cồn nằm ngoài sự kiểm soát, sản phẩm kém chất lượng và có thể nguy hại cho sức khỏe.

- Hai là, thay đổi nhận thức và hành vi lạm dụng đồ uống có cồn thông qua các hoạt động giáo dục, tuyên truyền, đặc biệt là ở cấp cơ sở.

- Ba là, ngăn chặn các hành vi vi phạm pháp luật do lạm dụng rượu bia

thông qua các chế tài, hình thức xử phạt nghiêm khắc.

Tuy nhiên, nhiều quy định trong Dự thảo Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia lại tập trung vào hạn chế các hoạt động thương mại, thay vì các giải pháp cần thiết để nâng cao sức khỏe cộng đồng, hay giải quyết các vấn đề xã hội.

Vì vậy, để đạt được mục tiêu giải quyết những vấn đề về sức khỏe và xã hội gây ra bởi lạm dụng rượu, bia như bạo hành gia đình, tai nạn giao thông do lái xe sau khi uống rượu, bia, năng suất học tập, làm việc thấp do uống rượu khi chưa đủ tuổi,... Dự án Luật không nên chỉ bao gồm những quy định mang tính hạn chế thương mại thuần túy. Những quy định này

hiện đã được Luật Quảng cáo hay Luật Thương mại điều chỉnh. Nếu cần có thể sửa các quy định tại các luật tương ứng.

Tờ trình đã nêu lên các vấn đề còn nhiều tranh cãi và chưa chỉ ra cơ sở khoa học của nhận định này, ví dụ:

- Theo Tờ trình, rượu, bia là nguyên nhân trực tiếp của ít nhất 30 bệnh tật quốc tế ICD 10. Tuy nhiên, theo báo cáo của Trung tâm về Kiểm soát và Phòng ngừa Bệnh tật Hoa Kỳ (CDC), chỉ có 15 loại bệnh có nguyên nhân trực tiếp từ lạm dụng đồ uống có cồn, trong đó chủ yếu là các bệnh do lạm dụng đồ uống có cồn ở mức nguy hại hoặc do tiêu thụ sản phẩm kém chất lượng như bệnh nghiện rượu (alcohol abuse), triệu chứng phụ thuộc rượu



(alcohol dependence syndrome, ngộ độc rượu, hội chứng rượu bào thai.

Cơ quan soạn thảo cho rằng, tiêu thụ rượu, bia bất kể là nhiều hay ít đều có hại cho sức khỏe. Tuy nhiên, có nhiều báo cáo khoa học, thí nghiệm lâm sàng và nghiên cứu y học đã chỉ ra rằng uống rượu, bia ở một mức độ hợp lý có thể giúp làm giảm các nguy cơ đối với các bệnh về tim mạch như đột quỵ do thiếu máu cục bộ, tiểu đường tuýp 2 và bệnh mất trí nhớ.

Theo Tờ trình, sử dụng rượu, bia gây tổn thương đến nhiều cơ quan, chức năng của cơ thể như: gây ung thư (trực tràng, gan, khoang miệng, họng, thanh quản, thực quản, tụy, thận, đại - trực tràng, vú). Tuy nhiên, theo một báo cáo khoa học năm 2018 của Quỹ Nghiên cứu về Ung thư Thế giới, chỉ có ung thư vú có mối quan

hệ đối với việc uống rượu, bia nhưng ở mức độ rủi ro thấp.

Trên đây chỉ là một vài dẫn chứng về các báo cáo khoa học với những kết quả và bằng chứng khác với những thông tin và viện dẫn trong Tờ trình. Trên thực tế, có khá nhiều các nghiên cứu khoa học khác đã chứng minh rằng bản thân đồ uống có cồn, nếu đảm bảo chất lượng và tiêu thụ một cách đúng mức thì không những không có hại cho sức khỏe mà thậm chí còn tốt cho sức khỏe.

VBA đề nghị cần xem xét một cách chính xác và khách quan về nguyên nhân dẫn đến những tác hại đối với sức khỏe và xã hội. Việc xác định được chính xác nguyên nhân này sẽ giúp cho các nhà làm luật và hoạch định chính sách xác định được đúng phương hướng tiếp cận và những giải

pháp khắc phục và quản lý được quy định trong văn bản này.

Tờ trình khẳng định: Về mức tiêu thụ, nếu quy đổi tiêu thụ rượu, bia ra lít cồn nguyên chất thì mức tiêu thụ bình quân đầu người Việt Nam (trên 15 tuổi) hằng năm theo số liệu năm 2014 của Tổng cục Thống kê là 4,4 lít; theo số liệu ước tính năm 2016 của Tổ chức Y tế thế giới là 8,3 lít, ở vị trí 64/194 nước, trong khi mức tiêu thụ trên toàn cầu tăng không đáng kể. Trong đó, tỷ trọng tiêu thụ cồn nguyên chất từ bia đang tăng nhanh hơn từ rượu.

Hiệp hội thấy rằng những số liệu trên là có sự khác nhau. Theo số liệu của Bộ Công Thương năm 2017 sản lượng bia là 4 tỷ lít, hơn 70 triệu lít rượu công nghiệp và khoảng 230 - 280 triệu lít rượu thủ công thì mức tiêu thụ rượu, bia quy đổi ra lít cồn nguyên chất theo bình quân đầu người/năm (>15 tuổi) ở nước ta năm 2017 là 4,26 lít chứ không thể có số liệu 8,3 lít như số liệu nêu trong Tờ trình.

Những số liệu đưa ra trong Tờ trình khác với số liệu của Bộ Công Thương và Tổng cục Thống kê. Theo Báo cáo thực trạng toàn cầu về chất có cồn và sức khỏe, WHO 2014 thì Việt Nam đứng thứ 94/194 các nước thành viên của WHO về tiêu thụ đồ uống có cồn.

Tờ trình trích số liệu của WHO (2010, 2014, ...) là số liệu điều tra điểm, vì vậy cần lấy số liệu chính thức của Nhà nước Việt Nam là số liệu của Tổng cục Thống kê, Bộ Công Thương. Theo số liệu của 2 cơ quan này thì tốc độ tăng trưởng của ngành sản xuất rượu, bia trong 3 năm gần đây giảm chứ không tăng.

Theo quy hoạch phát triển ngành bia, rượu, nước giải khát đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035 do Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt tại Quyết định số 3960/QĐ-TTg ngày 12 tháng 9 năm 2016 thì tốc độ tăng trưởng giá trị gia tăng bình quân của ngành cũng giảm.

Hiệp hội đề nghị cần có sự thẩm định lại các số liệu đưa ra trong hồ sơ dự án Luật.

Trước hết phải khẳng định rằng hiện nay Nhà nước đã quản lý tốt đối với rượu sản xuất công nghiệp và bia. Ngành sản xuất và kinh doanh rượu, bia đã đóng góp cho ngân sách khoảng 50 ngàn tỷ đồng/năm và tạo việc làm cho hàng triệu lao động cả lao động trực tiếp và lao động gián tiếp.

Vấn đề cần quan tâm là cần quản lý tốt rượu thủ công, rượu không rõ nguồn gốc xuất xứ. Mặc dù Nhà nước đã có những quy định và biện pháp cụ thể trong Luật An toàn thực phẩm và Nghị định 105/2017/NĐ-CP ngày 14 tháng 9 năm 2017 của Chính phủ về kinh doanh rượu, song công tác quản lý rượu thủ công, rượu không rõ nguồn gốc xuất xứ còn nhiều hạn chế, nhất là trong lĩnh vực cấp giấy phép, quản lý chất lượng sản phẩm, an toàn thực phẩm và hầu như không thu được các loại thuế, phí và lệ phí, tạo nên một sự cạnh tranh bất bình đẳng với các cơ sở sản xuất rượu công nghiệp.

Vậy cần có cơ chế quản lý sản phẩm rượu thủ công, rượu không rõ nguồn gốc xuất xứ này như thế nào để hạn chế tác hại do nó gây ra thì lại chưa được đề cập chi tiết trong Tờ trình và Dự thảo Luật.

Tháng 5 năm 2010, Đại hội đồng Y tế thế giới lần thứ 63 đã nhất trí thông qua Nghị quyết về Chiến lược toàn cầu nhằm giảm thiểu tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn. Các quốc gia đã quan tâm xây dựng chính sách, pháp luật để hưởng ứng Chiến lược này. Tại Việt Nam, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 244/QĐ-TTg ngày 12 tháng 02 năm 2014 về Chính sách quốc gia phòng, chống tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn đến năm 2020.

Hiện nay, có một số quốc gia đã ban hành chính sách pháp luật về

rượu, bia. Tuy nhiên, chưa có quốc gia nào trên thế giới ban hành Luật có tên là Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia mà chỉ có một số rất ít các quốc gia ban hành Luật với tên là: Luật Kiểm soát đồ uống có cồn (Thái Lan năm 2008), Luật Kiểm soát rượu, bia và thuốc lá (Srilanka), Luật Kiểm soát đồ uống có cồn (Singgapo, Lithuania)...

Hạn chế nguồn cung sẽ gia tăng hàng giả, hàng lậu

Ngày 13 tháng 10 năm 1966, Ủy ban Thường vụ Quốc hội đã ban hành Pháp lệnh về cấm nấu rượu trái phép và Hội đồng Chính phủ đã ban hành Thông tư số 200-CP ngày 26 tháng 11 năm 1966 hướng dẫn thi hành Pháp lệnh quy định cấm nấu rượu trái phép.

Theo Hồ sơ dự án Luật, đến cuối tháng 4 năm 2018 có 33 văn bản quy phạm pháp luật do các cơ quan có thẩm quyền ban hành còn hiệu lực, trong đó có 12 luật, 9 Nghị quyết, Nghị định của Chính phủ, 3 Quyết định, Chỉ thị của Thủ tướng Chính phủ và 9 Quyết định, Chỉ thị, Thông tư của Bộ trưởng (có danh mục kèm theo) có các điều khoản liên quan đến rượu, bia, trong đó có những văn bản quy định những nội dung liên quan đến chăm sóc và bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng. Như vậy, Việt Nam đã ban hành khá nhiều văn bản quy phạm pháp luật điều chỉnh hoạt động sản xuất, kinh doanh và sử dụng rượu, bia. Vấn đề là cần chỉ rõ các hạn chế của các văn bản này và trả lời câu hỏi tại sao có nhiều văn bản quy phạm pháp luật như vậy mà chưa quản lý tốt việc sản xuất, kinh doanh rượu, bia, nhất là rượu thủ công như ý kiến của cơ quan soạn thảo để quy định trong dự thảo Luật.

Để luật có tính khả thi cao cần phải có báo cáo đánh giá tác động của luật

một cách đầy đủ vì việc đánh giá tác động của luật (cả tác động tích cực và tác động tiêu cực đối với kinh tế, xã hội nói chung và đối với các đối tượng chịu tác động trực tiếp nói riêng) là một yêu cầu bắt buộc, quan trọng trong công tác xây dựng pháp luật và là cơ sở để đề xuất các chính sách. Tuy nhiên, Báo cáo đánh giá tác động của dự án luật chưa nêu được những đóng góp tích cực của ngành và chưa làm rõ được các ảnh hưởng tiêu cực khi ban hành luật này. Đây là ngành có đóng góp quan trọng cho ngân sách nhà nước và góp phần tạo công ăn, việc làm cho hàng triệu lao động.

Việc đề xuất các chính sách nhằm hạn chế nguồn cung và hạn chế nhu cầu sử dụng rượu, bia sẽ dẫn đến một số tác động đối với người lao động và gia tăng tình trạng buôn lậu, hàng nhái, hàng giả vì:

Ngành sản xuất, kinh doanh rượu, bia sử dụng khoảng 220 ngàn lao động trực tiếp và nhiều lao động gián tiếp (theo số liệu trong Tờ trình). Thực tế số lượng lao động trực tiếp và gián tiếp lên đến hàng triệu người. Những quy định nhằm hạn chế nguồn cung và hạn chế nhu cầu sẽ ảnh hưởng lớn đến đội ngũ lao động trực tiếp và lao động gián tiếp này. Hạn chế nguồn cung và hạn chế nhu cầu sẽ dẫn đến giảm sản lượng và giảm quy mô sản xuất, kinh doanh. Các doanh nghiệp sẽ phải cắt giảm lao động và Nhà nước sẽ phải chi một khoản kinh phí để xử lý lao động dôi dư, không kể các hậu quả xã hội khác từ việc này

Hạn chế nguồn cung trong khi nhu cầu vẫn có vì uống rượu, bia là một nhu cầu thực tế về ẩm thực của Việt Nam và nhiều quốc gia trên thế giới sẽ dẫn đến tình trạng nhập lậu, hàng nhái, hàng giả gia tăng. Nhà nước phải bố trí thêm nguồn nhân lực và chi thêm kinh phí để phục vụ công tác đấu tranh chống hàng lậu, hàng nhái, hàng giả.

Hàng lậu, hàng nhái, hàng giả gia tăng, người tiêu dùng phải sử dụng các sản phẩm không đảm bảo an toàn thực phẩm sẽ dẫn đến hậu quả là ảnh hưởng đến sức khỏe, bệnh tật gia tăng. Nhà nước lại phải bố trí thêm nhân viên y tế và chi thêm kinh phí để chữa trị các bệnh do sử dụng hàng kém chất lượng, mất an toàn thực phẩm gây ra.

Vì vậy, Hiệp hội đề nghị cân nhắc hiệu quả đạt được khi hạn chế nguồn cung, hạn chế nhu cầu sử dụng rượu, bia với các khoản kinh phí mà Nhà nước phải chi thêm từ nguồn ngân sách để khắc phục hậu quả và phải bố trí thêm nguồn nhân lực để đấu tranh chống hàng lậu, hàng nhái, hàng giả cũng như điều trị bệnh cho người dân.

Theo các quy định hiện hành của pháp luật, việc hạn chế quảng cáo chỉ được áp dụng đối với rượu trên 15 độ cồn. Ngành công nghiệp quảng cáo hàng năm đóng góp khá lớn cho ngân sách nhà nước và giải quyết công ăn, việc làm cho hàng vạn lao động. Với các quy định mới được nêu ra trong dự thảo luật nhằm hạn chế quảng cáo, khuyến mại, tài trợ rượu, bia, sẽ có một số tác động cần tính toán:

* Nhà nước phải bố trí thêm nhân lực để triển khai thực hiện các quy định này.

* Ngân sách nhà nước sẽ thất thu một khoản lớn từ các doanh nghiệp quảng cáo do hạn chế quảng cáo từ bia, trong khi đây là một nguồn thu rất quan trọng của các doanh nghiệp quảng cáo.

* Các sự kiện văn hóa, thể thao lớn được tổ chức hàng năm sẽ thiếu đi nguồn kinh phí để tổ chức hoạt động do hạn chế từ việc tài trợ của các doanh nghiệp rượu, bia.

* Người tiêu dùng không có cơ hội tiếp nhận thông tin về chất lượng các sản phẩm tiêu dùng do các quy

định hạn chế quảng cáo các sản phẩm bia.

Vì vậy, cần có đánh giá về ảnh hưởng của Luật này đối với các hoạt động quảng cáo, du lịch...do các quy định về cấm, hạn chế quảng cáo, khuyến mại, tài trợ và quy định hạn chế về địa điểm bán, thời gian bán rượu, bia.

Điều chỉnh hành vi và tập trung quản lý rượu thủ công

Việc quản lý rượu thủ công, rượu không rõ nguồn gốc xuất xứ hiện nay còn chưa được kiểm soát chặt chẽ, dẫn đến nhiều hệ lụy và ảnh hưởng đến sức khỏe con người.

Tuy nhiên, trong dự thảo Luật chưa thể hiện rõ được nội dung cần quan tâm nhất là quản lý việc sản xuất, kinh doanh rượu thủ công, rượu không rõ nguồn gốc xuất xứ trong khi đây là nội dung cần phải quy định cụ thể nhất vì sản phẩm này là nguyên nhân gây ra các vụ ngộ độc, ảnh hưởng đến sức khỏe người tiêu dùng nhiều nhất, chiếm trên 70% sản lượng rượu tiêu thụ trên thị trường và gây thất thu cho ngân sách nhà nước. Hàng năm ngân sách nhà nước thất thu khoảng hai ngàn tỷ đồng từ rượu không kiểm soát được. Vì vậy, nếu quản lý tốt rượu thủ công, rượu không rõ nguồn gốc xuất xứ thì ngân sách có thể có nguồn để bổ sung kinh phí, góp phần thực hiện tốt các nội dung được quy định trong Luật.

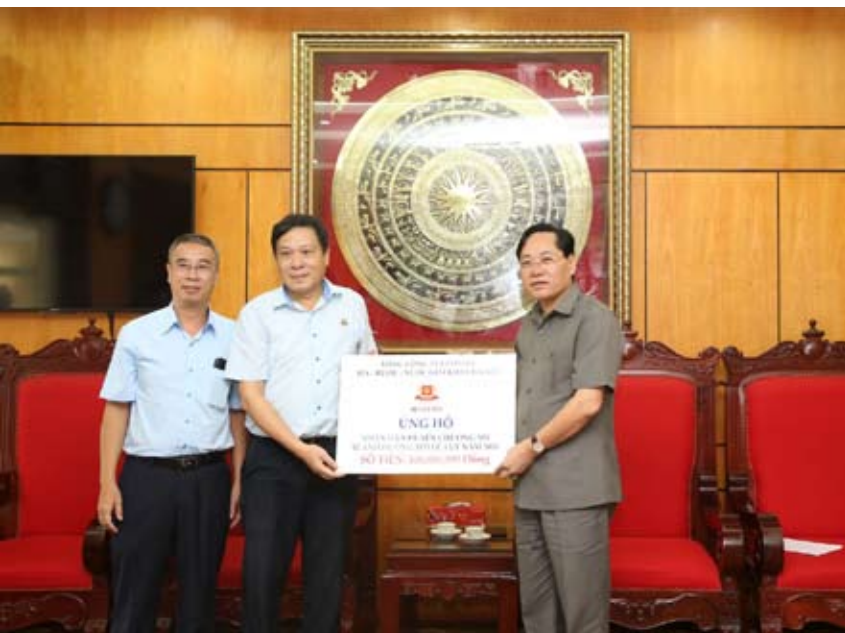
Theo lãnh đạo VBA, vấn đề nguy hại chính là rượu không rõ nguồn gốc, rượu thủ công vì không đảm bảo an toàn, chất lượng. Rượu sản xuất thủ công gây ra hệ lụy trong thời gian dài, với các vụ ngộ độc rượu có chứa methanol xảy ra trong thời gian vừa qua. Trong khi đó, dự thảo Luật này quy định về rượu thủ công còn mờ nhạt, cần tập trung vào các quy định nghiêm cấm các loại rượu không

rõ nguồn gốc, rượu không phép, trái phép... Các quy định về quản lý rượu học tập theo các nước trên thế giới sẽ không mang lại hiệu quả thực tế ở Việt Nam. Do vậy cần xây dựng luật phù hợp với thực tế, tập trung vào điều chỉnh những hành vi sản xuất, sử dụng các loại rượu không rõ nguồn gốc thì mới đúng và trúng, còn các nhà máy sản xuất bia, rượu chuyên nghiệp, chính thống đều có cơ sở hạ tầng, trang thiết bị, công nghệ hiện đại, tiên tiến, đảm bảo sản xuất ra sản phẩm an toàn, đạt các tiêu chuẩn trong nước và quốc tế. Họ đã thực hiện tốt rồi thì không nên đưa ra các quy định mà ảnh hưởng đến sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp làm ăn chân chính.

Riêng về rượu, chúng ta đã có nhiều văn bản pháp lý, nhưng hàng năm vẫn xảy ra các vụ ngộ độc do rượu không đảm bảo chất lượng. Vậy lỗi do đâu, do luật chưa đủ tính răn đe hay do công tác quản lý, hay lỗi do người tiêu dùng. Điều này mới cần Ban soạn thảo quan tâm để đưa ra những quy định có tính thực tiễn, thiết thực và hiệu quả.

VBA cũng đã ban hành quy chế marketing ngành Bia, Rượu, các doanh nghiệp trong ngành đã thực hiện tốt, đồng thời có nhiều chương trình truyền thông thiết thực về Uống có trách nhiệm, tích cực tham gia các hoạt động từ thiện cho cộng đồng...

Sắp tới, Hiệp hội sẽ tiếp tục phối hợp với các cơ quan có liên quan trong việc đẩy mạnh công tác tuyên truyền, hướng dẫn người tiêu dùng sử dụng các sản phẩm có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, đáp ứng các điều kiện về an toàn thực phẩm, tổ chức hỗ trợ các chương trình uống có trách nhiệm như đã triển khai thực hiện với Ủy ban An toàn giao thông quốc gia, Cục Cảnh sát giao thông, Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh... ■



TRONG NHỮNG NĂM QUA, NGÀNH BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT VIỆT NAM ĐÃ CÓ NHỮNG ĐÓNG GÓP QUAN TRỌNG VÀO SỰ NGHIỆP PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI CỦA ĐẤT NƯỚC, ĐỒNG THỜI CŨNG THỂ HIỆN ĐƯỢC TRÁCH NHIỆM VỚI CỘNG ĐỒNG THÔNG QUA CÁC CHƯƠNG TRÌNH TỪ THIỆN XÃ HỘI, VẬN ĐỘNG NGƯỜI TIÊU DÙNG UỐNG CÓ TRÁCH NHIỆM.

■ **NGUYỄN TƯƠI**

VỊ TRÍ, VAI TRÒ VÀ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA NGÀNH ĐỒ UỐNG

Vị trí, vai trò của ngành Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam

Vị trí, vai trò của ngành Đồ uống nói chung và ngành Bia - Rượu nói riêng đã được Nhà nước ghi nhận và xã hội công nhận, với những con số ấn tượng về đóng góp ngân sách và giải quyết việc làm. Hàng năm, mức nộp ngân sách của ngành năm sau đều cao hơn năm trước. Nếu như năm 2012, toàn ngành Bia - Rượu - Nước giải khát nộp ngân sách đạt trên 19.134 nghìn tỷ đồng, năm 2013 đã tăng lên 21.000 tỷ đồng, năm 2015 đạt 26.783,81 tỷ đồng thì

đến năm 2017 đã đạt trên 50 nghìn tỷ đồng, chỉ đứng thứ 2 sau ngành Dầu khí về nộp ngân sách.

Năm 2017, HEINEKEN Việt Nam đóng góp 42,3 nghìn tỷ đồng cho nền kinh tế Việt Nam, tương đương với 0,88% tổng GDP cả nước. Năm 2017, riêng SABECO nộp ngân sách nhà nước hơn 9.200 tỷ đồng. Các nhà máy sản xuất bia, rượu, nước giải khát ở tỉnh, thành phố đều đứng ở vị trí nhất nhì về nộp ngân sách và công tác từ thiện xã hội cho địa phương.

Toàn ngành đã tạo việc làm trực tiếp và gián tiếp cho cả triệu lao động,

với thu nhập ở mức khá và ổn định. Ngành không chỉ giải quyết việc làm trực tiếp cho người lao động tại các nhà máy sản xuất mà còn tạo việc làm cho nhiều người lao động trong các lĩnh vực phụ trợ liên quan khác như cơ khí, trang thiết bị, nguyên vật liệu, vận tải, bao bì, kho bãi, thương mại, kinh doanh, dịch vụ, du lịch, quảng cáo... Các doanh nghiệp có số lao động lớn làm việc tại các nhà máy như Tổng công ty CP Bia - Rượu - NGK Sài Gòn (SABECO) và các công ty con; Tổng công CP Bia - Rượu - NGK Hà Nội (HABECO) và các công ty con, Công ty TNHH Nhà



máy Bia Heineken Việt Nam, Công ty Cổ phần Tập đoàn Bia Sài Gòn - Bình Tây, Công ty TNHH Carlsberg Việt Nam, Công ty CP Tập đoàn Hương Sen, Công ty Cổ phần Rượu Bình Tây, Tập đoàn Tân Hiệp Phát, Công ty TNHH Coca - Cola Việt Nam, Pepsico, Công ty Nước giải khát Chương Dương, Tập đoàn POLYCO... Trong đó, riêng Heineken Việt Nam đã hỗ trợ tổng cộng hơn 158.000 việc làm thông qua chuỗi giá trị của mình, chiếm 0,3% lực lượng lao động trên khắp Việt Nam. Công ty tiếp tục ưu tiên và tối đa hóa việc sử dụng nguồn cung ứng địa phương bất cứ khi nào có thể với các đối tác tại Việt Nam, đạt giá trị 9,3 nghìn tỉ đồng trong năm 2017.

Các doanh nghiệp trong ngành đã cung cấp đủ sản phẩm tiêu dùng trong nước và xuất khẩu, góp phần đảm bảo an sinh xã hội. Ngoài các thương hiệu trong nước sản xuất, hiện còn có hầu hết các thương hiệu lớn trên thế giới đã có nhà máy sản xuất tại Việt Nam. Sản phẩm có chất lượng cao, mẫu

mã đẹp tốt, đúng ứng được nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng. Thị trường đồ uống Việt Nam hiện rất phong phú, cung ứng đủ hàng, giá cả ổn định, không còn cảnh thiếu bia như trước, người tiêu dùng có nhiều cơ hội để lựa chọn các sản phẩm khác nhau tùy theo nhu cầu của mình.

Mục tiêu phát triển bền vững và trách nhiệm với cộng đồng

Trong những năm qua, các doanh nghiệp ngành Bia - Rượu - Nước giải khát luôn chủ động, tích cực thực hiện các chương trình hành động vì cộng đồng, nhất là chương trình phát triển bền vững. Tiên phong trong các hoạt động này phải kể đến các thương hiệu như Heineken Việt Nam, Bia Sài Gòn, Bia Hà Nội, Bia Carlsberg Việt Nam, Tập đoàn Tân Hiệp Phát, Coca - Cola...

Năm 2017, HEINEKEN Việt Nam được vinh danh là Doanh nghiệp Sản xuất Bền Vững nhất Việt Nam do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đánh giá và xếp hạng.

HEINEKEN Việt Nam một trong những doanh nghiệp tiêu biểu, tiên phong áp dụng các sáng kiến, công nghệ, mô hình phát triển tiên tiến, bền vững; đồng thời chia sẻ kinh nghiệm, truyền cảm hứng cho cộng đồng doanh nghiệp cùng theo đuổi con đường tăng trưởng xanh; đóng góp thiết thực và hiệu quả cho việc thực hiện các Mục tiêu Phát triển Bền vững của Liên Hiệp Quốc tại Việt Nam. Thành công của HEINEKEN là minh chứng rằng cam kết phát triển bền vững không phải là gánh nặng chi phí cho các doanh nghiệp, mà đó chính là con đường mang lại lợi ích lâu dài cho doanh nghiệp và cộng đồng. Phát triển bền vững luôn là một trong những trọng tâm chiến lược của Heineken xuyên suốt 27 năm có mặt tại Việt Nam. Năm 2017, HEINEKEN Việt Nam đã đầu tư 7,8 tỷ đồng hỗ trợ cộng đồng, xây dựng thành công 3 công trình nước sạch và giúp đỡ trên 4.000 hộ gia đình khó khăn: Hiện thực hoá SDG 8 (Tăng trưởng kinh tế và việc làm bền vững) và SDG 6 (Nước sạch và vệ sinh). Đồng thời, đầu tư 16 tỷ đồng cho hoạt động



tuyên truyền Uống có trách nhiệm, tiếp cận tới 10 triệu người Việt Nam; Hỗ trợ SDG 3 (Cuộc sống khỏe mạnh); SDG 12 (Tiêu dùng và sản xuất có trách nhiệm); SDG 17 (Xây dựng quan hệ đối tác). Đầu tư 18,9 tỷ đồng cho các hoạt động phát triển nguồn nhân lực, bao gồm hơn 2.600 giờ đào tạo về Sức khỏe và An toàn Đường bộ cho nhân viên; Hỗ trợ SDG 8 (Tăng trưởng kinh tế và việc làm bền vững); và SDG 3 (Cuộc sống khỏe mạnh).

Năm 2017 là năm thứ 2 Tổng công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn (SABECO) thực hiện Báo cáo phát triển bền vững theo Hướng dẫn lập Báo cáo Phát triển Bền vững của Tổ chức sáng kiến toàn cầu (Global Reporting Initiative - GRI). Riêng năm 2017, SABECO đã chi 70,3 tỷ đồng cho công tác an sinh xã hội; thực hiện hơn 100 chương trình hỗ trợ an sinh xã hội tại các tỉnh, thành trên cả nước. Mỗi năm, SABECO đã đóng góp hàng chục tỷ đồng vào các hoạt động an sinh xã hội, đền ơn đáp nghĩa, uống nước nhớ nguồn, hỗ trợ người nghèo, gia đình khó

khăn, giúp người dân khắc phục hậu quả thiên tai, xây dựng đường giao thông, trường học; Chung tay xây dựng, phát triển nguồn nhân lực cho cộng đồng... Hỗ trợ tặng quà cán bộ công chức lao động khó khăn nhân dịp tết nguyên đán, hỗ trợ kinh phí quỹ “Mái ấm công đoàn” các tỉnh, hỗ trợ kinh phí các hoạt động của ngành Công Thương...

Trong những năm qua, Tổng công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Hà Nội (HABECO) luôn quan tâm đến công tác từ thiện, an sinh xã hội. Hàng năm, Công đoàn HABECO thường vận động CNVCLĐ tham gia các hoạt động từ thiện xã hội như: ủng hộ giúp đỡ các gia đình có công với cách mạng, thương binh liệt sĩ, phụng dưỡng Mẹ Việt Nam anh hùng; ủng hộ quỹ khuyến học, ủng hộ hội người mù, người tàn tật, trẻ mồ côi... Đồng thời, giúp đỡ người nghèo, ủng hộ quỹ nạn nhân chất độc màu da cam, quỹ “Vi người nghèo”, quỹ “Đền ơn đáp nghĩa”, quỹ “Mái ấm công đoàn”, trợ cấp cho cán bộ CNVCLĐ có hoàn cảnh khó khăn, chăm sóc trẻ mồ côi, xây dựng nhà tình nghĩa... Hàng

năm, tổng số tiền mà Tổng công ty ủng hộ cho hoạt động xã hội từ thiện trung bình khoảng từ 5 tỷ đến 7 tỷ đồng. Đầu tháng 8 vừa qua, HABECO và các công ty con, công ty liên kết đã trao tặng đồng bào bị ảnh hưởng bởi mưa lũ tại huyện Chương Mỹ (Hà Nội) với tổng số tiền là 200 triệu đồng và 100 thùng nước đóng chai UniAqua.

Không chỉ chủ động, tích cực tham gia các hoạt động xã hội từ thiện, ngành Đồ uống còn có nhiều chương trình vì cộng đồng như tuyên truyền, vận động người tiêu dùng thực hiện “Uống có trách nhiệm”, “Đã uống rượu, bia thì không lái xe”, phối hợp với Ủy ban An toàn giao thông Quốc gia, Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, Học viện Cảnh sát Nhân dân tổ chức lớp tập huấn về uống có trách nhiệm, nâng cao kiến thức, thay đổi hành vi, đảm bảo an toàn giao thông... Điển hình trong các hoạt động này phải kể đến Diễn đàn Uống có trách nhiệm Việt Nam (VARD), Công ty TNHH Nhà máy Bia Heineken Việt Nam, với những hoạt động thiết thực, bổ ích, hiệu quả. ■

NGÀY DOANH NHÂN VIỆT NAM 13/10

ĐƯỢC RA ĐỜI NHƯ THẾ NÀO ?

CÓ MỘT NGÀY MÀ CÁC DOANH NHÂN VIỆT NAM ĐƯỢC COI LÀ NGÀY CỦA RIÊNG MÌNH, ĐƯỢC XÃ HỘI TÔN VINH, ĐÓ LÀ NGÀY DOANH NHÂN VIỆT NAM 13-10. SỰ RA ĐỜI VÀ Ý NGHĨA CỦA NGÀY NÀY CŨNG LÀ NHỮNG THÔNG TIN BỔ ÍCH ĐỂ QUÝ ĐỘC GIẢ THAM KHẢO.

■ **KIM TƯƠI** (tổng hợp)

Sở dĩ, Thủ tướng Chính phủ chọn ngày 13-10 làm Ngày Doanh nhân Việt Nam, bởi 13/10/1945, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã viết một bức thư gửi cho giới Công thương Việt Nam, bức thư có đoạn "... Hiện nay Công thương cứu quốc đoàn đường hoạt động để làm được nhiều việc ích lợi quốc dân. Tôi rất hoan nghênh và mong đợi nhiều kết quả tốt. Trong lúc các giới khác trong quốc dân ra sức hoạt động để giành lấy nền hoàn toàn độc lập của nước nhà thì giới Công thương phải hoạt động để xây dựng một nền kinh tế và tài chính vững vàng và thịnh vượng.

Chính phủ, nhân dân và tôi sẽ tận tâm giúp đỡ giới thương nhân trong công cuộc kiến thiết này. Việc nước và việc nhà bao giờ cũng đi đôi với nhau. Nền kinh tế quốc dân thịnh vượng nghĩa là sự kinh doanh của các nhà doanh nghiệp thịnh vượng..." (Trích Thư Chủ tịch Hồ Chí Minh gửi



giới Công thương được đăng trên Báo điện tử Đảng cộng sản Việt Nam).

Để phát huy vai trò, truyền thống của đội ngũ doanh nhân Việt Nam, động viên các tầng lớp xã hội trong việc góp phần xây dựng và phát triển doanh nghiệp, đội ngũ doanh nhân ngày càng lớn mạnh, đáp ứng yêu cầu của sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện

đại hóa đất nước, theo đề nghị của Chủ tịch Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và Hiệp hội doanh nghiệp, ngày 20/9/2004 Thủ tướng Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam Phan Văn Khải đã ký Quyết định số 990/QĐ-TTg về Ngày Doanh nhân Việt Nam, hằng năm lấy ngày 13 tháng 10 là "Ngày doanh

nhân Việt Nam”. Việc Thủ tướng Chính phủ quyết định lấy ngày 13/10 là Ngày Doanh nhân Việt Nam mang ý nghĩa lịch sử sâu sắc - đó chính là ngày Chủ tịch Hồ Chí Minh gửi thư cho giới công thương Việt Nam ngay sau khi thành lập nước Việt Nam Dân chủ cộng hòa.

Quyết định của Thủ tướng Chính phủ cũng quy định việc tổ chức ngày Doanh nhân Việt Nam hàng năm phải thiết thực, tiết kiệm, có hiệu quả, tránh hình thức, bảo đảm các yêu cầu:

- Giáo dục truyền thống yêu nước, tự cường, chủ động sáng tạo của đội ngũ doanh nhân, động viên phong trào thi đua sản xuất, kinh doanh, nâng cao kỷ luật, đạo đức, văn hóa kinh doanh của các doanh nghiệp, doanh nhân.

- Biểu dương khen thưởng bằng các hình thức thích hợp đối với các doanh nghiệp, doanh nhân kinh doanh giỏi, thực hiện tốt chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước và các tổ chức, cá nhân có thành tích trong việc xây dựng và phát triển doanh nghiệp.

Ngày 09 tháng 12 năm 2011, Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết 09-NQ-TW về xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế. Nghị quyết nêu rõ quan điểm chỉ đạo và mục tiêu phương hướng, nhiệm vụ trong xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam như sau:

Về quan điểm chỉ đạo: Bộ Chính trị khẳng định: Đội ngũ doanh nhân là lực lượng có vai trò quan trọng trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước; Xây dựng đội ngũ doanh nhân lớn mạnh, có năng lực, trình độ và phẩm chất, uy tín cao, sẽ góp phần tích cực nâng cao chất lượng, hiệu quả, sức cạnh tranh, phát triển nhanh, bền vững và bảo đảm độc lập, tự chủ

của nền kinh tế; Xây dựng đội ngũ doanh nhân lớn mạnh cả về số lượng và chất lượng, nâng cao trình độ, kiến thức toàn diện của doanh nhân, chú trọng nâng cao phẩm chất đạo đức, ý thức công dân, trách nhiệm xã hội và tinh thần dân tộc của đội ngũ doanh nhân, góp phần đẩy mạnh sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế, phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa; Xây dựng đội ngũ doanh nhân lớn mạnh là trách nhiệm của Đảng, của cả hệ thống chính trị và của bản thân mỗi doanh nghiệp, doanh nhân. Xây dựng và phát huy vai trò đội ngũ doanh nhân phải gắn liền với hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa; bảo đảm quyền sở hữu và tự do kinh doanh của doanh nhân theo pháp luật, khuyến khích doanh nhân làm giàu cho mình và cho đất nước. Tăng cường mối liên kết, hợp tác, đoàn kết cùng có lợi giữa doanh nhân với công nhân, nông dân và đội ngũ trí thức dưới sự lãnh đạo của Đảng.

Về mục tiêu, phương hướng, nhiệm vụ xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam: Bộ Chính trị xác định như sau:

Mục tiêu: Xây dựng đội ngũ doanh nhân lớn mạnh, có tinh thần dân tộc, giác ngộ chính trị, văn hóa kinh doanh, có trách nhiệm xã hội cao, có đủ năng lực, trình độ để lãnh đạo, quản lý các doanh nghiệp hoạt động có chất lượng, hiệu quả, sức cạnh tranh cao, liên kết chặt chẽ, tham gia tích cực vào mạng sản xuất, chuỗi giá trị trong nước và toàn cầu; không ngừng phát triển, phấn đấu đến năm 2020 có một số doanh nhân, doanh nghiệp có thương hiệu đạt tầm cỡ khu vực Đông - Nam Á.

Phương hướng, nhiệm vụ: Nâng cao nhận thức về vai trò của đội ngũ doanh nhân trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội



nhập quốc tế; Tạo môi trường sản xuất, kinh doanh bình đẳng và thuận lợi cho doanh nhân; Hỗ trợ đội ngũ doanh nhân mở rộng quy mô, nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, khuyến khích phát triển doanh nhân khu vực nông thôn; Quan tâm, tạo chuyển biến trong đào tạo và bồi dưỡng doanh nhân; Đề cao đạo đức, văn hoá kinh doanh, trách nhiệm xã hội, tinh thần dân tộc của đội ngũ doanh nhân, xây dựng quan hệ lao động hài hòa; Phát huy vai trò của các tổ chức đại diện của cộng đồng doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân; Tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với việc xây dựng và phát huy vai trò đội ngũ doanh nhân.

Đến nay, sau 14 năm Thủ tướng

THƯƠNG HIỆU MẠNH ĐẤT VIỆT

& GƯƠNG MẶT DOANH NHÂN XUẤT SẮC ĐẤT VIỆT



TỐI 5/10, TẠI HẢI PHÒNG, PHÒNG THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM ĐÃ TỔ CHỨC LỄ KỶ NIỆM NGÀY DOANH NHÂN VIỆT NAM (13.10) VÀ TÔN VINH DOANH NHÂN TIÊU BIỂU KHU VỰC DUYÊN HẢI PHÍA BẮC NĂM 2018.

BUỔI LỄ ĐÃ TÔN VINH 30 DOANH NHÂN TIÊU BIỂU KHU VỰC DUYÊN HẢI PHÍA BẮC NĂM 2018; TRUY TẶNG DANH HIỆU DOANH NHÂN VIỆT NAM TIÊU BIỂU CHO DOANH NHÂN BẠCH THÁI BƯỞI - "VUA TÀU THỦY VIỆT NAM". THEO ĐÁNH GIÁ CỦA PHÒNG THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM, CỘNG ĐỒNG DOANH NGHIỆP, DOANH NHÂN VIỆT NAM NÓI CHUNG VÀ KHU VỰC DUYÊN HẢI PHÍA BẮC NÓI RIÊNG, CÓ VỊ TRÍ ĐẶC BIỆT QUAN TRỌNG TRONG NỀN KINH TẾ, LÀ BỘ PHẬN CHỦ YẾU TẠO RA TỔNG SẢN PHẨM TRONG NƯỚC (GDP).

Chính phủ ký Quyết định lấy ngày 13/10 là "Ngày Doanh nhân Việt Nam" và 05 năm Nghị quyết 09-NQ-TW của Bộ Chính trị đi vào cuộc sống, thực tế đã khẳng định ý nghĩa lịch sử của bức thư Chủ tịch Hồ Chí Minh gửi giới công thương vào ngày 13/10/1945. Trong giai đoạn này - giai đoạn hợp nhập kinh tế quốc tế - bức thư của Hồ

Chủ tịch vẫn còn nguyên giá trị, thể hiện đường lối đúng đắn và chỉ dẫn mang tính chiến lược của Người đối với việc khẳng định vai trò của doanh nghiệp, doanh nhân trong xây dựng và kiến thiết đất nước.

Quyết định số 990/QĐ-TTg ngày 20/9/2004 và Nghị quyết 09-NQ-TW ngày 09/12/2011 đã cụ thể hóa

đường lối, chỉ dẫn của Chủ tịch Hồ Chí Minh với chủ trương, chính sách khuyến khích phát triển doanh nghiệp, phát huy vai trò của doanh nhân; hỗ trợ, thúc đẩy doanh nghiệp, đội ngũ doanh nhân Việt Nam phát triển mạnh mẽ, tự tin góp phần quan trọng vào sự nghiệp phát triển kinh tế đất nước và hội nhập quốc tế. ■



HÃY ĐỂ “VĂN HÓA” UỐNG RƯỢU, BIA TRỞ NÊN AN TOÀN VÀ ĐÚNG NGHĨA

KHÔNG BIẾT TỪ BAO GIỜ, RƯỢU, BIA ĐÃ CÓ TRONG CÁC MÂM CỒ CỦA NGƯỜI VIỆT. RƯỢU, BIA XUẤT HIỆN NHIỀU Ở CÁC Đám “HIẾU, HỈ”, ĐƯỢC GỌI LÀ “MA CHAY” HAY “CƯỚI XIN” NGƯỜI TA THẤY TRÊN CÁC BÀN TIỆC ĐỀU CÓ CÁC SẢN PHẨM RƯỢU, BIA...

■ **NGUYỄN KIM KHANH**

“P hứ quý sinh lễ nghĩa”, rượu tây, rượu ta, bia ngoại, bia nội nay xuất hiện ngày càng nhiều và được người tiêu dùng lựa chọn trong các dịp lễ tết, hội hè, đình đám, tổng kết năm, tiếp khách... Bia, rượu cũng được sử dụng trong các buổi tiếp đón các đoàn khách quốc tế... Uống rượu, bia từ lâu đã là nét văn hóa của người Việt. Với quan niệm, “dương sao âm vậy”, trong mâm cỗ của các gia đình không thể thiếu bia, rượu trên bàn thờ, nhà nào cũng chuẩn bị các sản phẩm bia, rượu để tưởng nhớ đến thần linh và tổ tiên vào các dịp giỗ, tết... Không những thế, dường như uống rượu, bia đã là một thói quen, nhu cầu không thể thiếu của người Việt, nên rượu, bia thời @ cũng được len lỏi vào các khách sạn cả nhà hàng, thậm chí ở các quán ăn nhỏ lẻ ngõ ngách làng quê đến các vỉa hè thành phố... và cả mỗi mâm cơm gia đình đó là một thực tế.

Có thể nói, rượu, bia rất quan trọng trong cuộc sống hàng ngày của người dân đất Việt, thế nên, khi đi ăn cỗ mà không có rượu, bia thì có cảm giác mất vui và cả bữa tiệc cũng trở nên tẻ nhạt, người ta không thể cùng ly chúc sức khỏe nhau bằng nước lọc hay nước ngọt được. Rõ ràng, từ lâu cha ông ta đã biết dùng rượu, bia

trong đời sống, sinh hoạt... và từng bước khẳng định, rượu, bia có những lợi ích “nhất định” khi ta uống một lượng “vừa đủ” để kích thích tiêu hóa, ăn có cảm giác ngon miệng hơn. Ngoài ra, rượu, bia còn tạo cảm giác hưng phấn thần kinh, làm cho người ta phấn khích và tự tin hơn trước những thử thách... Không những thế, khoa học đã từng chứng minh “rượu vào” khí huyết được lưu thông... vì thế, thầy thuốc khuyên uống rượu, bia có “giới hạn” cũng là cách giúp phòng và chữa được một số bệnh... Một số công trình nghiên cứu đã chứng minh, uống rượu, bia vừa đủ giảm nguy cơ bệnh tim mạch, tuổi thọ được nâng cao ở những người uống vừa phải so với những người nghiện rượu nặng hoặc không uống rượu. Vậy, được hiểu nếu, chúng ta mỗi bữa ăn nên uống hai chén “hạt mít” rượu hoặc 1 cốc bia nó sẽ làm giảm tỷ lệ tai biến mạch máu não (đột quỵ), giảm tăng huyết áp, bệnh động mạch vành, bệnh Alzheimer và giảm cảm lạnh thông thường. Rõ ràng, rượu, bia cũng được coi là loại đồ uống có lợi cho cơ thể, có tác dụng nhất định, đó là điều

có thật, một thực tế khẳng định uống rượu, bia vừa đủ rất “có lợi”.

Tuy nhiên, cũng rất “có hại” nếu lạm dụng rượu, bia, uống quá nhiều, kéo dài, uống không có chọn lọc... Có những người uống quá nhiều rượu, uống thường xuyên dẫn đến tệ “nghiện rượu”, làm con người mất lý trí, mất kiểm soát và cũng chính vì lạm dụng rượu đã làm mất đi “nhân cách” của một con người... Thông thường ở quê, người ta thường uống rượu do dân tự nấu vì ham rẻ, dễ mua, song cũng còn đó những nỗi lo về không đảm bảo an toàn, chất lượng...

Câu nói, “khách đến nhà không trà thì rượu” đã được lưu truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác, thậm chí người ta coi đó là nét “đẹp văn hóa” không thể thiếu của người dân Việt Nam, đó là một thực tế không thể phủ nhận. Tuy nhiên, thật đáng tiếc một số người do thiếu hiểu biết, coi thường sức khỏe, thậm chí cả tính mạng khi uống rượu không rõ “nguồn gốc”, “uống lấy được”, “nhậu thả phanh” dẫn đến mất kiểm soát.

Cách uống

này cần phải lên án, không thể chấp nhận được, bởi nó đã làm mất đi ý nghĩa, nét đẹp nhân văn rất văn hóa trong uống rượu, bia của người Việt.

Thiết nghĩ, việc uống rượu, bia phụ thuộc vào nhu cầu và mang tính cá nhân của mỗi người, chẳng hay ho gì khi uống quá nhiều rượu để biến mình thành con sâu rượu, một kẻ “nát” rượu, trước cái nhìn không mấy thiện của mọi người. Đừng vì quan niệm đã lỗi thời “nam vô tửu như kỳ vô phong” để cố uống, uống lấy được, uống như chưa bao giờ được uống để thể hiện sự “hơn thua” trong mỗi cuộc nhậu, đó là hành vi không tốt, cần phê phán. Hãy sử dụng rượu, bia một cách văn minh, lịch sự, đảm bảo sức khỏe cho mình, biết dừng lại đúng lúc, biết từ chối đúng lúc để cuộc nhậu nào cũng vui, cũng trọn vẹn, để chén “rượu nồng” kết duyên tình bằng hữu, chớ để chén “rượu say” biến thành ngày cay đắng, nỗi bất hạnh của mỗi gia đình. ■



THÀNH LẬP TỔNG CỤC QUẢN LÝ THỊ TRƯỜNG:

HƯỚNG TỚI CHÍNH QUY, HIỆN ĐẠI, HOẠT ĐỘNG HIỆU QUẢ

NGÀY 10/8/2018, THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ ĐÃ KÝ BAN HÀNH QUYẾT ĐỊNH 34-2018-QĐ-TTg QUY ĐỊNH CHỨC NĂNG, NHIỆM VỤ, QUYỀN HẠN VÀ CƠ CẤU TỔ CHỨC CỦA TỔNG CỤC QUẢN LÝ THỊ TRƯỜNG TRỰC THUỘC BỘ CÔNG THƯƠNG. QUYẾT ĐỊNH CÓ HIỆU LỰC KỂ TỪ NGÀY 12 THÁNG 10 NĂM 2018.



Theo đó, Tổng cục Quản lý thị trường là tổ chức trực thuộc Bộ Công Thương, thực hiện chức năng tham mưu, giúp Bộ trưởng Bộ Công Thương quản lý nhà nước và tổ chức thực thi pháp luật về phòng, chống, xử lý các hành vi kinh doanh hàng hoá nhập lậu; sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm, hàng hoá không rõ nguồn gốc xuất xứ; hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ; hành vi vi phạm pháp luật về chất lượng; đo lường, giá, an toàn thực phẩm; hành vi vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các hành vi gian lận thương mại theo quy định pháp luật.

Cơ cấu tổ chức

Về cơ cấu tổ chức, các tổ chức Quản lý thị trường ở trung ương gồm: Văn phòng Tổng cục; Vụ Tổ chức cán bộ; Vụ Tổng hợp - Kế hoạch - Tài chính; Vụ Chính sách - Pháp chế; Vụ Thanh tra - Kiểm tra; Cục Nghiệp vụ quản lý thị trường.

Các tổ chức Quản lý thị trường ở địa phương gồm:

Cục Quản lý thị trường cấp tỉnh trực thuộc Tổng cục Quản lý thị trường gồm: Cục Quản lý thị trường tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương; Cục Quản lý thị trường liên tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương.

Đội Quản lý thị trường cấp huyện trực thuộc Cục Quản lý thị trường cấp

tỉnh gồm: Đội Quản lý thị trường huyện, quận, thị xã, thành phố thuộc tỉnh, thành phố thuộc thành phố trực thuộc trung ương; Đội Quản lý thị trường liên huyện, quận, thị xã, thành phố thuộc tỉnh, thành phố thuộc thành phố trực thuộc trung ương; Đội Quản lý thị trường chuyên ngành; Đội Quản lý thị trường cơ động.

Cục Quản lý thị trường cấp tỉnh và Đội Quản lý thị trường cấp huyện có tư cách pháp nhân, con dấu riêng và được mở tài khoản tại Kho bạc Nhà nước theo quy định của pháp luật.

Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày 12/10/2018 và thay thế Quyết định số 19/2009/QĐ-TTg ngày 06/02/2009 của Thủ tướng Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Cục Quản lý thị trường trực thuộc Bộ Công Thương.

Thủ tướng Chính phủ giao nhiệm vụ cho Bộ Công Thương thực hiện sắp xếp bộ máy quản lý thị trường địa phương theo lộ trình thực hiện tại Đề án thành lập Tổng cục Quản lý thị trường phê duyệt kèm theo Quyết định này; Xây dựng Đề án thành lập 19 Cục Quản lý thị trường liên tỉnh trình Thủ tướng Chính phủ xem xét, quyết định trước tháng 12 năm 2019; Giảm số lượng Đội Quản lý thị trường cấp huyện xuống còn 376 Đội theo lộ trình đến năm 2020.

Nguồn: QLTT

TIẾP NỐI THÀNH CÔNG CỦA CHƯƠNG TRÌNH “ĐÃ UỐNG RƯỢU BIA THÌ KHÔNG LÁI XE” NĂM 2017, MỞI ĐÂY, HEINEKEN® PHỐI HỢP VỚI ỦY BAN AN TOÀN GIAO THÔNG QUỐC GIA TIẾP TỤC TRIỂN KHAI CHIẾN DỊCH “ĐÃ UỐNG RƯỢU BIA THÌ KHÔNG LÁI XE” 2018 - 2019”. HEINEKEN CAM KẾT SẼ GÓP PHẦN THAY ĐỔI HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG THÔNG QUA CHIẾN DỊCH NÀY.



Ông Khuất Việt Hùng (Phó Chủ tịch chuyên trách UBATGTQG) và ông Alexander Koch (Giám đốc Thương mại Cấp cao Heineken Việt Nam) nhấn nút khởi động chương trình “Đã uống rượu bia thì không lái xe” 2018 - 2019

HEINEKEN® CAM KẾT GÓP PHẦN THAY ĐỔI HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG THÔNG QUA CHIẾN DỊCH:

“ĐÃ UỐNG RƯỢU BIA THÌ KHÔNG LÁI XE” 2018 - 2019”

■ **ANH VÂN**

- Nhân hiệu Heineken tiếp tục thực hiện cam kết đầu tư 10% ngân sách truyền thông nhằm khuyến khích người tiêu dùng không lái xe sau khi đã thưởng thức rượu bia

- Tiếp nối quan hệ hợp tác chiến lược với Ủy ban An toàn Giao thông Quốc gia (UBATGTQG), Heineken sẽ tăng cường hơn nữa hiệu quả của chương trình “Đã uống rượu bia thì không lái xe” thông qua các buổi đào tạo dành riêng cho đội ngũ quản lý, tuyên truyền viên an toàn giao thông đường bộ và sinh viên các trường đại học.

- Đặc biệt, trong chương trình năm nay, lần đầu tiên các điểm bán của Heineken tại thành phố Hồ Chí Minh và

Hà Nội sẽ được thiết kế trở thành những điểm bán kiểu mẫu với thông điệp khuyến khích uống có trách nhiệm.

Tiếp nối thành công của chương trình “Đã uống rượu bia thì không lái xe” công bố năm 2017 cũng như sự lan tỏa của thông điệp này qua sự kiện Trải nghiệm Đua xe Công thức 1 (F1) đầu năm nay, Heineken cùng Ủy ban An toàn Giao thông Quốc gia (UBATGTQG) tiếp tục quan hệ hợp tác chiến lược bền chặt trong suốt những năm qua, nhằm mang lại những thay đổi tích cực và đầy ý nghĩa đối với hành vi lái xe sau khi thưởng thức rượu bia tại Việt Nam. Chương trình “Đã uống rượu bia thì không lái xe” năm

2017 đã giúp nhân hiệu bia cao cấp Heineken tiếp cận và truyền tải thông điệp uống có trách nhiệm đến hơn 8,3 triệu người tiêu dùng, bất kể họ sử dụng thức uống có cồn nào. Bằng sự thấu hiểu về bối cảnh và hành vi người tiêu dùng Việt Nam, Heineken sẽ đưa chương trình năm nay lên một tầm cao mới với những giải pháp toàn diện, giúp đảm bảo sự an toàn và trải nghiệm hoàn hảo khi thưởng thức đồ uống có cồn của người tiêu dùng.

Ông Khuất Việt Hùng, Phó Chủ tịch Ủy ban An toàn Giao thông Quốc gia cho biết: “Chúng tôi rất hoan nghênh việc hợp tác với các doanh nghiệp, điển hình là nhân hiệu

Heineken, nhằm thay đổi hành vi của người tiêu dùng và truyền tải thông điệp “Đã uống rượu bia thì không lái xe”. Sau khi được công bố và triển khai vào năm 2017, chương trình đã tạo ra được những thay đổi tích cực với vấn đề lái xe sau khi uống rượu bia. Tôi tin rằng với sự phối hợp chặt chẽ của các bên, chương trình năm nay có thể mang đến những thay đổi mạnh mẽ hơn nữa đối với hành vi của người tiêu dùng.”

Năm nay, Heineken hợp tác với Grab để mang đến cho người tiêu dùng mã khuyến mại Grab hai chiều đến và về từ các điểm bán kiểu mẫu tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh, bất kể họ lựa chọn sử dụng thức uống có cồn nào. Nghiên cứu toàn cầu do Heineken thực hiện về hành vi người tiêu dùng cho thấy, người tiêu dùng thường không có dự định sẽ lái xe sau khi đã uống rượu bia, tuy nhiên khi đã bắt đầu uống cùng bạn bè và gia đình, các thói quen đã hình thành do bối cảnh văn hoá và xã hội sẽ lấn át và khiến họ tự cho phép bản thân lái xe dù đã uống rượu bia. Chính vì vậy, thông qua hợp tác này, Heineken và Grab sẽ nhắc nhở người tiêu dùng di chuyển an toàn hơn thông qua việc sử dụng mã Grab để nhận ưu đãi đặc biệt khi đặt chuyến xe đến các điểm bán kiểu mẫu cũng như khi rời khỏi bữa tiệc ra về. Điều này cũng sẽ giúp người tiêu dùng chủ động lên kế hoạch riêng của mình, đặc biệt khi có dự định uống rượu bia.

“Là một công ty công nghệ với nền tảng mở, sự an toàn của khách hàng khi di chuyển trên ứng dụng Grab nói riêng và khi lưu thông trên đường nói chung luôn là một trong những ưu tiên hàng đầu của chúng tôi. Grab vinh dự hợp tác với nhãn hiệu Heineken để cùng truyền tải thông điệp đầy ý nghĩa ‘Đã uống rượu bia thì không lái xe’, từ đó nâng cao trải nghiệm di chuyển

của khách hàng” - ông Jerry Lim, Giám đốc Grab tại Việt Nam chia sẻ.

Ngoài việc mang đến một giải pháp thiết thực cho người tiêu dùng khi tham gia giao thông sau khi đã uống rượu bia, Heineken mong muốn tạo ra thay đổi sâu rộng hơn nữa thông qua việc khuyến khích thói quen uống có trách nhiệm. Lần đầu tiên tại Việt Nam, Heineken sẽ phối hợp với hệ thống các điểm bán của mình và cho ra mắt hàng loạt các điểm bán kiểu mẫu tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh. Điểm đặc biệt của những điểm bán này là những thông điệp nhắc nhở đầy ý nghĩa - “Đã uống rượu bia thì không lái xe”. Quan trọng hơn cả, những thông điệp này khuyến khích người tiêu dùng không lái xe sau khi đã thưởng thức rượu bia phù hợp với từng thời điểm và điểm tiếp cận với người tiêu dùng tại điểm bán. Đây là một phần trong chiến dịch “Thưởng thức bia Heineken có trách nhiệm” được thực hiện trên toàn cầu, trong đó Heineken giúp thúc đẩy văn hóa uống có trách nhiệm thông qua tinh thần sáng tạo đặc trưng của nhãn hiệu bia cao cấp này. Bằng kinh nghiệm và sự thấu hiểu hành vi người tiêu dùng, Heineken sẽ thiết kế lại không gian thưởng thức rượu bia tại các điểm bán, qua đó truyền tải thông điệp đầy ý nghĩa - “Đã uống rượu bia thì không lái xe”.

Khi được triển khai ở Anh, sáng kiến này đã giúp giảm đáng kể số lượng người lái xe sau khi uống rượu bia lên đến 50% ở một số điểm bán đạt kết quả tốt nhất. Heineken mong muốn sẽ đạt được hiệu quả tương tự khi thực hiện ý tưởng này tại Việt Nam. Mô hình những điểm bán kiểu mẫu nói trên sẽ được ra mắt trong mùa lễ hội sắp tới tại Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội. Trong suốt thời gian này, đội ngũ tiếp thị nhãn hiệu của Heineken sẽ luôn có mặt để hỗ trợ người tiêu dùng đưa ra quyết định lựa chọn uống có



trách nhiệm khi thưởng thức rượu bia.

Thay đổi hành vi người tiêu dùng là một mục tiêu đầy tham vọng, đòi hỏi sự cam kết lâu dài và can thiệp tác động từ ban đầu. Heineken hiểu được điều đó và hợp tác với UBATGTQG để cùng tổ chức những buổi hội thảo đào tạo dành cho các cán bộ quản lý truyền thông, tuyên truyền viên về an toàn giao thông đường bộ của Ủy ban - những người trực tiếp truyền tải thông điệp “Đã uống rượu bia thì không lái xe” ra cộng đồng. Dựa trên sự thấu hiểu sâu sắc về hành vi người tiêu dùng, nhãn hiệu Heineken sẽ cung cấp cho các cán bộ của Ủy ban những bài trình bày và công cụ tương tác thiết



thực cũng như những thông tin nghiên cứu chuyên sâu về hành vi lái xe sau khi uống rượu bia. Heineken cũng sẽ phối hợp với các trường Đại học để tổ chức các buổi tập huấn, giúp thế hệ sinh viên Việt Nam trở thành những người tiên phong về uống có trách nhiệm. Với thế mạnh là tinh thần sáng tạo đột phá, nhãn hiệu Heineken sẽ có thể gắn kết với thế hệ trẻ theo cách riêng hết sức đặc trưng của mình, từ đó truyền cảm hứng thưởng thức rượu bia có trách nhiệm và thông qua các bạn sinh viên, lan tỏa lối sống này đến toàn bộ cộng đồng.

Ông Alexander Koch - Giám đốc Thương mại Cấp cao HEINEKEN Việt

Nam cho biết: “Là nhãn hiệu bia cao cấp quốc tế số 1 thế giới, Heineken hiểu rõ vai trò cũng như cơ hội của nhãn hiệu trong việc góp phần thay đổi hành vi lái xe sau khi uống rượu bia. Điều này đòi hỏi sự cam kết lâu dài cũng như một lộ trình cụ thể với những đối tác tâm huyết từ Chính phủ cũng như khu vực tư nhân. Heineken vô cùng tự hào được tiếp nối quan hệ đối tác chiến lược với UBATGTQG trong chương trình “Đã uống rượu bia thì không lái xe”. Năm nay, với sự thấu hiểu về hành vi người tiêu dùng trên phạm vi toàn cầu cũng như trong bối cảnh cụ thể tại Việt Nam, chúng tôi sẽ mang đến những giải pháp sáng

tạo và toàn diện để tạo nên những tác động tích cực trong việc thay đổi và truyền cảm hứng cho người tiêu dùng đưa ra những quyết định uống có trách nhiệm.”

Vào tháng 4 năm 2018, Heineken đã mang đến Trải nghiệm Đua xe Công thức 1 hoàn hảo lần đầu tiên tại Việt Nam đồng thời thông qua sự kiện này để truyền tải thông điệp “Đã uống rượu bia thì không lái xe” đến với người tiêu dùng Việt Nam. Sự kiện đã tiếp cận hơn 50.000 khán giả theo dõi trực tiếp và hàng triệu người xem trên mạng xã hội, tạo nên một làn sóng lan tỏa thông điệp “Đã uống rượu bia thì không lái xe”. ■



Ông Nguyễn Tiến Vy - Phó Chủ tịch thường trực VBA, Chủ tịch VARD giới thiệu về các hoạt động truyền thông uống có trách nhiệm.

ĐOÀN VIÊN NGÀNH CÔNG THƯƠNG ỨNG DỤNG MẠNG XÃ HỘI VÀ TRUYỀN THÔNG VỀ UỐNG CÓ TRÁCH NHIỆM

SÁNG 28/9/2018, TẠI HÀ NỘI, CÔNG ĐOÀN CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM (CĐCTVN) PHỐI HỢP VỚI DIỄN ĐÀN UỐNG CÓ TRÁCH NHIỆM VIỆT NAM - VARD (TRỰC THUỘC HIỆP HỘI BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT VIỆT NAM - VBA) TỔ CHỨC HỘI NGHỊ TÌM HIỂU ỨNG DỤNG MẠNG XÃ HỘI VÀ TRUYỀN THÔNG VỀ UỐNG CÓ TRÁCH NHIỆM.

■ **NGA NGUYỄN**

Tham dự Hội nghị có ông Trần Quang Huy - Ủy viên Đoàn Chủ tịch Tổng Liên đoàn lao động Việt Nam, Chủ tịch CĐCTVN; Ông Vũ Trường Sơn - Phó Chủ tịch CĐCTVN; Ông Nguyễn Tiến Vy - Phó Chủ tịch Thường trực VBA, Chủ tịch VARD, đại diện Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam (Tổng LĐLĐVN), các ban chuyên môn thuộc Công đoàn Công Thương Việt Nam, Chủ tịch, Phó chủ tịch Công đoàn cấp trên cơ sở, Công đoàn cơ sở trực thuộc Công đoàn Công Thương Việt Nam, đại diện các doanh nghiệp rượu quốc tế...

Tại Hội nghị, các đại biểu đã

nghe ông Nguyễn Đình Thành đến từ Trường Elite PR School giới thiệu về những công cụ truyền thông hiện nay; vai trò của mạng xã hội trong công tác tuyên truyền; công tác bảo mật, an toàn thông tin truyền qua mạng xã hội. Theo ông Thành, việc ứng dụng mạng xã hội trong công tác tuyên truyền, giáo dục đoàn viên, người lao động là rất cần thiết, bởi hiện nay tỷ lệ người dùng mạng xã hội, nhất là Facebook ở Việt Nam hiện rất cao. Mỗi doanh nghiệp nên có quy chế người phát ngôn, có giải pháp xử lý khủng hoảng thông qua mạng xã hội. Nếu có công thông tin

sai lệch cần có thông tin chính thống cung cấp kịp thời chứng minh bằng hình ảnh, video để người xem hiểu rõ vấn đề, tránh hiểu lầm ảnh hưởng đến doanh nghiệp. Nội dung tuyên truyền cũng cần được đổi mới thông qua hình ảnh, infographics (hình thức đồ họa trực quan sử dụng hình ảnh để trình bày thông tin, dữ liệu hoặc kiến thức thể hiện những thông tin phức tạp một cách nhanh và rõ ràng) để các đoàn viên, người lao động dễ hiểu, dễ nhớ. Thông tin mà Công đoàn muốn truyền đạt tới đoàn viên cũng nên ngắn gọn, hình ảnh đẹp, đặc biệt là việc sử dụng video có tiếng để thu hút người xem...



Bà Nguyễn Lan Hương - đại diện Diễn đàn Uống có trách nhiệm quốc tế chia sẻ thông tin về uống có trách nhiệm tại Hội nghị và các đại biểu tham dự Hội nghị.

Các đoàn viên, người lao động khi dùng mạng xã hội cần thực hiện các nguyên tắc sau: Trung thực, tôn trọng, tiết chế, tỉnh táo, tránh bị kẻ xấu lợi dụng, lôi kéo...

Việc ứng dụng mạng xã hội cũng rất hiệu quả trong truyền thông về uống có trách nhiệm. Trong thời gian qua, Diễn đàn Uống có trách nhiệm Việt Nam (VARD) đã cung cấp nhiều thông tin bổ ích về uống có trách nhiệm thông qua trang web và fanpage của Diễn đàn.

Phát biểu tại Hội nghị, ông Nguyễn Tiến Vy - Chủ tịch VARD cho biết: “Ứng dụng mạng xã hội một cách phù hợp sẽ giúp công tác truyền thông được triển khai hiệu quả, đặc biệt trong lĩnh vực phòng, chống lạm dụng đồ uống có cồn. Sử dụng rượu, bia nói riêng và đồ uống có cồn nói chung là một nét văn hoá ẩm thực truyền thống tại nhiều quốc gia nói chung và Việt Nam chúng ta nói riêng. Sử dụng rượu, bia với mức độ hợp lý và có trách nhiệm là một phần của lối sống lành mạnh, có thể giúp con người thư giãn, kích thích tiêu hóa, tăng cường các mối quan hệ xã hội. Tuy nhiên, lạm dụng rượu, bia có thể gây ra nhiều hậu quả tiêu cực cho sức khỏe bản thân người dùng và tiềm ẩn những rủi ro cho cộng đồng và xã hội.

Việc VARD phối hợp với Công đoàn Công Thương Việt Nam tổ chức hội nghị hôm nay có ý nghĩa rất thiết thực và hữu ích vì qua các đồng chí, những lãnh đạo, hạt nhân trong phong trào hoạt động của công đoàn, Diễn đàn mong muốn phát động chiến dịch với mục tiêu: cán bộ, công nhân viên, đoàn viên công đoàn hãy uống có trách nhiệm, cụ thể là: không sử dụng rượu, bia trong giờ làm việc; đã uống rượu bia không lái xe, không sử dụng các sản phẩm không rõ nguồn gốc, nhắc nhở cộng đồng không sử dụng rượu bia khi chưa đủ 18 tuổi.

Trong thời gian qua, Diễn đàn cũng đã tổ chức nhiều hoạt động truyền thông, tập huấn liên quan đến các quy định, các kỹ năng ứng xử đối với vấn đề rượu, bia trên cơ sở phối hợp với các cơ quan hữu quan như Bộ Công Thương, Ủy ban An toàn Giao thông Quốc gia, Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt

Nam, Học viện Cảnh sát Nhân dân, Trung tâm Truyền thông Giáo dục Sức khỏe để truyền thông về uống có trách nhiệm.

Tại Hội nghị, bà Nguyễn Lan Hương, đại diện Diễn đàn Uống có trách nhiệm quốc tế cũng đã chia sẻ nhiều thông tin bổ ích về khái niệm đồ uống có cồn, quá trình sản xuất, uống như thế nào được coi là lạm dụng... Có 4 cách để thực hiện uống có trách nhiệm: Dự tính kế hoạch để về nhà sau khi đi uống (đi taxi hoặc người nhà đến đón); Lựa chọn thông minh, chọn sản phẩm có nhãn mác, có uy tín; Lượng uống mỗi người khác nhau nên tự điều chỉnh tùy theo khả năng của mình cho phù hợp; Không uống quá đà, quá khả năng của mình...

Những nội dung này sẽ được cán bộ công đoàn các cấp truyền đạt tới các đoàn viên, người lao động để thực hiện tại đơn vị mình. ■

DIỄN ĐÀN MONG MUỐN PHÁT ĐỘNG CHIẾN DỊCH VỚI MỤC TIÊU: CÁN BỘ, CÔNG NHÂN VIÊN, ĐOÀN VIÊN CÔNG ĐOÀN HÃY UỐNG CÓ TRÁCH NHIỆM, CỤ THỂ LÀ: KHÔNG SỬ DỤNG RƯỢU, BIA TRONG GIỜ LÀM VIỆC; ĐÃ UỐNG RƯỢU BIA KHÔNG LÁI XE, KHÔNG SỬ DỤNG CÁC SẢN PHẨM KHÔNG RÕ NGUỒN GỐC, NHẮC NHỞ CỘNG ĐỒNG KHÔNG SỬ DỤNG RƯỢU BIA KHI CHƯA ĐỦ 18 TUỔI.



SÁNG 4/10, TẠI TRƯỜNG CAO ĐẲNG KINH TẾ CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI, DIỄN ĐÀN UỐNG CÓ TRÁCH NHIỆM VIỆT NAM (VARD) PHỐI HỢP VỚI TẬP CHÍ CÔNG THƯƠNG VÀ TRƯỜNG CAO ĐẲNG KINH TẾ CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI TỔ CHỨC CHƯƠNG TRÌNH TẬP HUẤN CHO 300 SINH VIÊN VỀ KỸ NĂNG PHÒNG, CHỐNG LẠM DỤNG ĐỒ UỐNG CÓ CỒN VỚI CHỦ ĐỀ “UỐNG CÓ TRÁCH NHIỆM”.

SINH VIÊN TRƯỜNG CAO ĐẲNG KINH TẾ CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI:

TẬP HUẤN PHÒNG, CHỐNG LẠM DỤNG ĐỒ UỐNG CÓ CỒN

■ MINH THƯ

Tham dự Chương trình có Lãnh đạo Công đoàn Công Thương Việt Nam, Diễn đàn Uống có trách nhiệm Việt Nam, Tập chí Công Thương và Trường Cao đẳng Kinh tế Công nghiệp Hà Nội cùng đông đảo sinh viên nhà trường, một số cơ quan thông tin báo chí ở Trung ương và thành phố Hà Nội.

Mục tiêu của hoạt động này là nhằm nâng cao nhận thức, hình thành kỹ năng ứng xử chủ động, đúng đắn

cho thanh niên đối với việc sử dụng đồ uống có cồn nói chung và rượu, bia nói riêng, trang bị thêm kiến thức vào hành trang cuộc sống cho thanh niên.

Chủ động tuyên truyền, nâng cao nhận thức cho lứa tuổi đang hình thành nhân cách, lối sống sẽ giúp các em có hành vi ứng xử đúng đắn cho bản thân và cộng đồng, bảo vệ các em về mặt thể chất và trí tuệ, đảm bảo việc học tập, giảm thiểu những tác động tiêu cực do lạm dụng rượu, bia.



Với chủ đề “Uống có trách nhiệm”, Chương trình tập huấn mong muốn sinh viên nói riêng, các bạn trẻ nói chung, hiểu và tuân thủ các quy định của pháp luật và chủ động phòng, chống lạm dụng rượu, bia: Tuyệt đối không sử dụng rượu, bia trong trường học; Đã uống rượu, bia không lái xe; Không sử dụng các sản phẩm không rõ nguồn gốc; Nhắc nhở cộng đồng không sử dụng rượu, bia khi chưa đủ 18 tuổi.

Tại buổi Tập huấn, các bạn trẻ đã tiếp thu nhiều kiến thức bổ ích để chủ

động phòng, chống lạm dụng rượu bia và có dịp giao lưu với MC Đinh Tiến Dũng (giáo sư Cù Trọng Xoay), các tuyên truyền viên về Uống có trách nhiệm, các đại biểu khách mời... Đồng thời có dịp tham gia cuộc thi sáng tác slogan, khảo sát trực tuyến về vấn đề liên quan trên mạng xã hội giúp cho sinh viên tiếp thu các kiến thức sinh động.

Hoạt động tập huấn, nâng cao nhận thức phòng chống lạm dụng đồ uống có cồn tại trường Cao đẳng Kinh tế Công nghiệp, thuộc Bộ Công

Thương, diễn ra cùng thời gian với hoạt động này tại hội nghị của Công đoàn Công Thương, mong muốn lan tỏa thông điệp thông qua những đơn vị có truyền thống đi đầu trong các hoạt động vì cộng đồng, đến được với nhiều tầng lớp khác nhau trong xã hội.

Đây là hoạt động có ý nghĩa thiết thực, giúp cho các bạn trẻ có thêm kiến thức, nâng cao hiểu biết để thay đổi hành vi, thực hiện “Uống có trách nhiệm”...

Điển đàn Uống có trách nhiệm Việt Nam (VARD) thuộc Hiệp hội Bia -Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA) là tổ chức xã hội, hoạt động vì lợi ích của cộng đồng. Các nhiệm vụ chính của VARD là:

1. Giáo dục và nâng cao nhận thức về uống có trách nhiệm và giảm thiểu tác hại của việc lạm dụng đồ uống có cồn;
2. Giảm thiểu tình trạng sử dụng đồ uống có cồn dưới tuổi quy định;
3. Giảm thiểu tình trạng lái xe sau khi uống rượu, bia;
4. Theo dõi việc thực hiện quy chế tự quản về tiếp thị đồ uống có cồn và đề xuất cập nhật, điều chỉnh các thông lệ khi cần thiết; và
5. Hỗ trợ các mục tiêu của Chính sách Quốc gia về Phòng, chống tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn.

Trong những năm vừa qua, VARD đã tổ chức nhiều hoạt động truyền thông, tập huấn về các quy định, kỹ năng ứng xử đối với rượu, bia trên cơ sở phối hợp với các cơ quan hữu quan, như Bộ Công Thương, Công đoàn Công Thương, Ủy ban An toàn Giao thông Quốc gia, Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, Học viện Cảnh sát Nhân dân, Trung tâm Truyền thông Giáo dục Sức khỏe Trung ương, với tinh thần trách nhiệm cao trước các vấn đề thời sự, xã hội, chú trọng khả năng lan tỏa, tác động bền vững. ■

SABECO VỚI CÔNG TÁC AN TOÀN THỰC PHẨM

TRONG THỜI GIAN QUA, TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT SÀI GÒN (SABECO) NGOÀI HOÀN THÀNH TỐT NHIỆM VỤ SẢN XUẤT, KINH DOANH CÒN LUÔN QUAN TÂM ĐẾN CÔNG TÁC PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG, NHẤT LÀ CÔNG TÁC AN TOÀN THỰC PHẨM.

■ LAN VĂN



Gần 2.500 cán bộ, công nhân viên, người lao động tại SABECO ký tên trực tiếp hưởng ứng Chương trình

SABECO phấn đấu đến năm 2025 trở thành Tập đoàn công nghiệp Đồ uống hàng đầu Việt Nam, có vị thế trong khu vực và Quốc tế. Sứ mệnh là phát triển ngành đồ uống Việt Nam ngang tầm thế giới; Đề cao văn hóa ẩm thực của người Việt Nam; Nâng cao chất lượng cuộc sống thông qua việc cung cấp các sản phẩm đồ uống chất lượng cao, an toàn và bổ dưỡng; Mang lại lợi ích thiết thực cho cổ đông, khách hàng, đối tác, người lao động và xã hội.

Năm 2017, tổng sản lượng tiêu thụ của SABECO đạt khoảng 1,72 tỷ lít bia các loại; Kế hoạch sản xuất thực hiện năm 2018: Phấn đấu đạt 1,8 tỷ lít bia. Hiện nay, SABECO có 9 sản phẩm: Bia chai Saigon Larger 450 ml; Bia chai Saigon Larger 355 ml; Bia lon Saigon Larger; Bia chai Saigon Export 355 ml; Bia chai Saigon Special; Bia lon Saigon Special; Bia lon 333 Export; Bia chai 333 Export; Bia lon Saigon Golg (ra mắt từ tháng 8/2017).

Tổng công ty có 24 nhà máy trải dài từ Nam ra Bắc. Nhà máy Bia Sài Gòn - Bến Tre mới được xây dựng và đi vào sản xuất từ tháng 7/2018; Nhà máy Bia Sài Gòn - Lâm Đồng sẽ đi vào sản xuất vào khoảng tháng 12/2018...

Trong thời gian qua, SABECO luôn chấp hành tốt các chính sách, trong đó có thực thi tốt các chính sách của Nhà nước về an toàn thực phẩm (ATTP): 24/24 Nhà máy đều có Giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP còn hiệu lực do Bộ Công Thương, Cục An toàn Thực phẩm - Bộ Y tế hoặc Chi cục ATTP tỉnh cấp tùy theo công suất, mô hình hoạt động của Nhà máy; 23/24 Nhà máy đều có Giấy chứng nhận đạt tiêu chuẩn HACCP hoặc ISO 22000:2005; 01/24 Nhà máy (Nhà máy Bia Sài Gòn - Khánh

Hòa) chưa được cấp chứng nhận tiêu chuẩn HACCP hoặc ISO 22000: 2005 do mới đưa hệ thống vào sản xuất thương mại từ tháng 01/2017. Hiện đang thực hiện, dự kiến năm 2018 sẽ được cấp giấy chứng nhận.

Tổng Công ty đã ban hành 02 tài liệu ISO quy định vệ sinh công nghiệp: Quy trình CIP: HDCV vệ sinh bên trong thiết bị và đường ống, ký hiệu BSG - BKT/HD-33; Quy trình trình COP: HDCV vệ sinh bên ngoài thiết bị - đường ống và nhà xưởng, ký hiệu BSG - BKT/HD-34.

Làm cơ sở cho tất cả các Nhà máy Bia trong hệ thống tham chiếu để thực hiện nghiêm túc vệ sinh công nghiệp toàn bộ nhà xưởng, máy móc thiết bị và đường ống trong quy trình sản xuất bia.

Về vấn đề quản lý ATTP của Tổng công ty

Mỗi nhà máy trong hệ thống điều duy trì thực hiện và lưu hồ sơ các hoạt động sau: Có quyết định thành lập đội HACCP/ Nhóm An toàn thực phẩm và duy trì đánh giá nội bộ theo định kỳ của đội. Ban hành các yêu cầu về đánh giá VSATTP tại đơn vị theo định kỳ.

Ban hành các tài liệu quy định CIP (vệ sinh bên trong thiết bị và đường ống), COP (vệ sinh bên ngoài thiết bị - đường ống và nhà xưởng) trên toàn bộ dây chuyền sản xuất và tại mỗi công đoạn sản xuất.

Vấn đề Swab test đã được thực hiện theo định kỳ với con người, máy móc thiết bị, đường ống. (Tuân thủ theo quy định tại Thủ tục thẩm tra thẩm định BSG -BKT/TT - 09 do Tổng công ty ban hành). Hiện Tổng công ty đang đưa thiết bị để các đơn vị tham khảo; và từ năm 2019, các nhà máy sẽ lắp đặt để kiểm soát vấn đề ATTP trong quá trình sản xuất tốt hơn.

Nguyên vật liệu, phụ gia đầu vào điều trong quá trình sản xuất đều có giấy chứng nhận ATTP. Thực hiện kiểm tra chất lượng nước đầu vào theo quy định của Tổng Công ty và theo Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về chất lượng nước ăn uống QCVN 01: 2009/BYT (Tần suất 1 tháng, 6 tháng, 2 năm đối với chỉ tiêu thuộc mức độ A, B, C).

Thực hiện kiểm tra chất lượng bia thành phẩm và bia cuối hạn sử dụng định kỳ theo công bố hợp quy bia thành phẩm. Tổ chức cho công nhân trực tiếp sản xuất tham gia các lớp tập huấn kiến thức về ATTP do các đơn vị có thẩm quyền huấn luyện và cấp giấy chứng nhận; tổ chức học tập bổ sung và cập nhật kiến thức hàng năm.

Tổ chức khám sức khỏe cho công nhân trực tiếp sản xuất định kỳ. Trong năm 2017 và những tháng đầu năm 2018, có 10/24 Nhà máy đã được các cơ quan chức năng về VSATTP kiểm tra, kết quả kiểm tra điều tuân thủ các điều kiện về ATTP. Các nhà máy đều chấp hành và duy trì các quy định đảm bảo điều kiện ATTP tại đơn vị.

Theo nghị định 15/2018/NĐ - CP ngày 02/02/2018 quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật An toàn thực phẩm. Trong đó, lưu ý nội dung điều 12, khoản k "Cơ sở không thuộc diện cấp Giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm: Cơ sở đã được cấp một trong các Giấy chứng nhận: Thực hành sản xuất tốt (GMP), Hệ thống phân tích mối nguy và điểm kiểm soát tới hạn (HACCP), Hệ thống quản lý an toàn thực phẩm ISO 22000, Tiêu chuẩn thực phẩm quốc tế (IFS), Tiêu chuẩn toàn cầu về an toàn thực phẩm (BRC), Chứng nhận hệ thống an toàn thực phẩm (FSSC 22000) hoặc tương đương còn hiệu lực". ■

Forbes Vietnam

VINH DANH 40 THƯƠNG HIỆU CÔNG TY GIÁ TRỊ NHẤT 2018



NGÀY 23/8/2018,
TẠI LỄ CÔNG BỐ
DANH SÁCH 40
THƯƠNG HIỆU CÔNG
TY CÓ GIÁ TRỊ
NHẤT CỦA FORBES
VIỆT NAM, TỔNG
CÔNG TY CỔ PHẦN
BIA - RƯỢU - NƯỚC
GIẢI KHÁT HÀ NỘI
(HABECO) ĐÃ ĐƯỢC
VINH DANH VỚI GIÁ
TRỊ THƯƠNG HIỆU
48,6 TRIỆU ĐÔ LA MỸ,
XẾP THỨ 29 TRONG
BẢNG XẾP HẠNG.

**HABECO
NẴM TRONG
TOP 40
THƯƠNG HIỆU
CÔNG TY
GIÁ TRỊ NHẤT
VIỆT NAM**

Trong bối cảnh đất nước ngày càng đổi mới và phát triển, hội nhập quốc tế sâu rộng hơn, nhiều hiệp định thương mại quốc tế được ký kết đã tạo ra nhiều cơ hội, song cũng mang đến những thách thức lớn đối với các doanh nghiệp Việt. Kế thừa truyền thống và chuyển mình trong giai đoạn mới, HABECO luôn tiên phong đổi mới và không ngừng cải tiến, nâng cao giá trị cạnh tranh, giữ vững vị thế của doanh nghiệp bia nội có vốn nhà nước chi phối.

Năm 2018 là năm HABECO kỷ niệm tròn 60 năm khôi phục và phát triển trong chặng đường 128 năm lịch sử Bia Hà Nội. Đây là dấu ấn đáng tự hào của HABECO trong hành trình đưa thương hiệu Bia Hà Nội trở thành thương hiệu bia nội hàng đầu

Việt Nam. Với bí quyết công nghệ - truyền thống trăm năm, cùng hệ thống thiết bị hiện đại, đội ngũ cán bộ công nhân viên lành nghề, có trình độ, tâm huyết, các dòng sản phẩm mang thương hiệu Bia Hà Nội của HABECO như Bia hơi Hà Nội, Bia lon Hà Nội, Bia Trúc Bạch, Hanoi Beer Premium... đã nhận được sự tin yêu của người tiêu dùng về cả chất lượng và phong cách, chinh phục những người sành bia trong và ngoài nước.

HABECO xác định sứ mệnh của mình là cung cấp cho người tiêu dùng Việt Nam và khu vực những sản phẩm đồ uống có chất lượng, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm; Góp phần xây dựng và hình thành văn hóa uống của người Việt, ủng hộ việc uống có trách

nhiệm; Trách nhiệm với Chính phủ và xã hội trong công tác an sinh xã hội; Nghiên cứu và phát triển các danh mục nhãn hiệu chiến lược với các giá trị gia tăng, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao hơn của người tiêu dùng trong và ngoài nước.

Đây là năm thứ ba liên tiếp Forbes Việt Nam thực hiện danh sách 40 thương hiệu công ty giá trị nhất tại Việt Nam. Những thương hiệu giá trị nhất là thương hiệu đạt mức doanh thu lớn trong các ngành mà thương hiệu đóng vai trò chủ đạo. Trước đó, vào tháng 3/2018, HABECO vinh dự được trao giải Top 10 sản phẩm thương hiệu Việt xuất sắc, hưởng ứng Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

Nguồn: habeco.com.vn



HALICO QUAN TÂM ĐẾN NGƯỜI LAO ĐỘNG VÀ ĐỀN ƠN ĐÁP NGHĨA

CHIỀU 14/9/2018, TẠI HÀ NỘI, CÔNG TY CỔ PHẦN CỒN RƯỢU
HÀ NỘI ĐÃ TỔ CHỨC HỘI NGHỊ NGƯỜI LAO ĐỘNG NĂM 2018.





Dự Hội nghị có ông Phạm Trung Kiên - Chủ tịch HĐQT Công ty; Ông Nguyễn Anh Quân - Phó Chủ tịch Công đoàn Tổng Công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Hà Nội; Ban Giám đốc Công ty Cổ phần Cồn Rượu Hà Nội, cùng toàn thể CBCNV - LD Công ty...

Trong thời gian làm việc hết sức nghiêm túc, Hội nghị đã nghe trình bày, giải đáp và thảo luận các vấn đề trong Báo cáo về việc thực hiện sản xuất kinh doanh năm 2017, triển khai kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2018, những nội dung liên quan đến việc làm của người lao động và lợi ích của Công ty; nghe báo cáo kết quả kiểm tra, giám sát tình hình thực hiện Hợp đồng lao động, thỏa ước lao động tập thể, các nội quy, quy chế tại Công ty; báo cáo của Người sử dụng lao động đánh giá tình hình thực hiện

thỏa ước lao động tập thể/Dự thảo bổ sung và sửa đổi một số điều của Thỏa ước lao động tập thể, nội quy lao động và giải đáp các ý kiến của Người lao động tại Hội nghị. Bên cạnh đó, Hội nghị cũng đã bầu ra 11 thành viên xứng đáng để tham gia Ban đối thoại.

Kết thúc chương trình, Hội nghị kêu gọi toàn thể CBCNV Công ty cổ phần Cồn Rượu Hà Nội không ngừng học tập, rèn luyện phấn đấu khắc phục khó khăn nhằm nâng cao năng lực, sáng tạo trong lao động sản xuất kinh doanh, sôi nổi thi đua, phấn đấu hoàn thành tốt nhiệm vụ sản xuất kinh doanh năm 2018.

Trước đó, nhân kỷ niệm 71 năm ngày thương binh liệt sỹ (27/7/1947 - 27/7/2018), hướng đến kỷ niệm 73 năm Cách mạng Tháng tám và Quốc khánh 2/9; Thực hiện theo nghị quyết của Ban chấp hành Đảng bộ và nhiệm

vụ sinh hoạt chính trị theo Nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ XII về việc thực hiện tổ chức hoạt động về nguồn cho toàn thể Đảng viên; Với mục đích ôn lại truyền thống lịch sử hào hùng, tưởng nhớ đến Bác Hồ - vị Anh hùng vĩ đại của dân tộc, nhằm giáo dục tinh thần yêu nước, ý chí chống giặc ngoại xâm của quân và dân ta, qua đó phát huy tinh thần đoàn kết, thi đua học tập, rèn luyện, công tác, chiến đấu, hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ được giao; Đảng bộ Công ty Cổ phần Cồn Rượu Hà Nội đã tổ chức chuyến sinh hoạt "Về Nguồn" cho các Đảng viên trong Công ty với hành trình Hà Nội - Quê Bác từ 23/8 đến 25/8/2018. Bên cạnh đó, Công ty CP Cồn Rượu Hà Nội cũng thực hiện một nghĩa cử cao đẹp với hoạt động từ thiện giúp đỡ các gia đình có hoàn cảnh khó khăn tại xã Cẩm Lĩnh, huyện Cẩm Xuyên, tỉnh Hà Tĩnh.

TÂN HIỆP PHÁT TRAO HÀNG TRĂM HỌC BỔNG CHO TRẺ EM NGHÈO TỈNH CÀ MAU

NGÀY 30/9, TẬP ĐOÀN TÂN HIỆP PHÁT ĐÃ TRAO 240 PHẦN HỌC BỔNG VÀ 90 CHIẾC XE ĐẠP CHO CÁC EM HỌC SINH, SINH VIÊN NGHÈO TRÊN TOÀN TỈNH CÀ MAU. ĐÂY LÀ SỐ TIỀN ĐƯỢC TRÍCH TỪ QUỸ HỖ TRỢ HỌC BỔNG “CHUYỆN NHÀ DR THANH” CỦA TÁC GIẢ, DOANH NHÂN TRẦN UYÊN PHƯƠNG - PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC VÀ BAN LÃNH ĐẠO TẬP ĐOÀN TÂN HIỆP PHÁT.



Ông Lê Nguyễn Đức Khôi, đại diện Tập đoàn Tân Hiệp Phát trao quà cho các em học sinh

■ HƯỚNG TRƯỞNG

Tổng giá trị học bổng và quà tặng là 330 triệu đồng, bao gồm 60 suất học bổng cho học sinh tiểu học, mỗi suất 600 nghìn đồng; 100 suất học bổng cho học sinh trung học, mỗi suất 1 triệu đồng; 80 suất học bổng cho sinh viên nghèo, mỗi suất 4 triệu đồng và 90 chiếc xe đạp, mỗi chiếc trị giá 1,5 triệu đồng.

Những em học sinh nhận học bổng được lựa chọn có hoàn cảnh khó khăn, có tinh thần hiếu học, biết cố gắng vượt qua hoàn cảnh.

Cà Mau là tỉnh ven biển ở cực nam của tổ quốc, đời sống kinh tế của nhiều gia đình trong khu vực còn thiếu thốn. Theo Linh mục Nguyễn Văn Vinh - Giám đốc Trung tâm Nuôi dạy trẻ khuyết tật - mồ côi Nhân Ái, tỉnh Cà Mau, đơn vị phát động chương trình, hoàn cảnh khó khăn của gia đình cũng ảnh hưởng đến tinh thần và việc học tập của các em học sinh. Do vậy, những suất học bổng, những chiếc xe đạp mà Tập đoàn Tân Hiệp Phát trao tặng sẽ góp phần chia sẻ nỗi khó khăn ấy, tạo thêm điều kiện cho các em an tâm đến trường, đạt kết quả tốt, trở thành những người có ích cho gia đình và xã hội.

Có mặt trong buổi trao học bổng, ông Lê Nguyễn Đức Khôi - Trưởng phòng Quan hệ công chúng, Tập đoàn Tân Hiệp Phát cho biết: “Ông Trần Quý Thanh - nhà sáng lập Tập đoàn nước giải khát Tân Hiệp Phát, xuất phát điểm là một đứa trẻ mồ côi mẹ đã cố gắng học, lập nghiệp và mạnh mẽ vươn lên trong cuộc sống với tinh thần “Không gì là không thể. Tôi mong rằng những phần học bổng này sẽ hỗ trợ các em nhiều hơn trong việc học

tập và là niềm cảm hứng, truyền động lực, cổ vũ thế hệ trẻ học tập, rèn luyện ý chí để vươn lên vượt qua hoàn cảnh khó khăn trước mắt, hướng đến một tương lai tươi sáng và thành công”.

Đến thời điểm hiện tại, đã có nhiều học sinh, sinh viên có hoàn cảnh khó khăn được nhận học bổng từ Quỹ hỗ trợ học bổng “Chuyện nhà Dr. Thanh” và cá nhân tác giả, doanh nhân Trần Uyên Phương.

Cuốn sách “Chuyện nhà Dr. Thanh” ra mắt công chúng vào dịp Ngày của Cha và Ngày Gia đình Việt Nam (28/6/2017). Cuốn sách với những giá trị nền tảng về tình cảm gia đình, bài học kinh doanh “đắt giá”, được xem là hiện tượng xuất bản ở Việt Nam trong suốt thời gian qua, nhận được sự quan tâm của rất nhiều tầng lớp xã hội trong nước cũng như trên thế giới.

Cuốn sách vừa được tái bản, bổ sung những hình minh họa bằng mực nho của họa sĩ nổi tiếng Lê Thiết Cương, được bán rộng rãi tại hệ thống nhà sách Trí Việt và Phương Nam trên toàn quốc.

Cuối tháng 8 vừa qua, tác giả, doanh nhân Trần Uyên Phương cũng đã ra mắt cuốn sách “Competing with Giants” (tạm dịch sang tiếng Việt: Vượt lên người khổng lồ) tại trụ sở Forbes, Hoa Kỳ. Cuốn sách được Trần Uyên Phương viết bằng tiếng Anh, cùng hai tác giả là nhà báo người Anh và nhà kinh tế người Mỹ. Nội dung cuốn sách là câu chuyện kỳ diệu của một công ty gia đình Việt Nam khởi nghiệp từ trong gian khó của thời kỳ hậu chiến tranh và kinh tế bao cấp đã vượt lên và cạnh tranh hiệu quả với các công ty đa quốc gia hùng mạnh. ■



CÔNG TY CỔ PHẦN BIA SÀI GÒN - PHÚ THỌ

TRÊN BƯỚC ĐƯỜNG PHÁT TRIỂN

1. Thông tin chung:

- Tên công ty: Công ty Cổ phần Bia Sài Gòn - Phú Thọ.
- Tên tiếng Anh: Saigon -Phutho beer joint stock copany.
- Địa chỉ: Khu Công nghiệp Trung Hà - Tam Nông - Phú Thọ.
- Điện thoại: 0210.3650.688 Fax: 0210.3650.686
- Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số: 2600393941 thay đổi lần thứ 3 ngày 15/04/2014.

2. Quá trình hình thành và phát triển

Công ty Cổ phần Bia Sài Gòn - Phú Thọ là đơn vị liên kết với Tổng Công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn. Nhà máy được khởi công tháng 15/05/2009, dây chuyền, trang thiết bị đồng bộ, tiên tiến của Tập đoàn Krones Cộng hòa liên bang Đức kết hợp với một số thiết bị trong nước, với mức đầu tư khoảng 433 tỷ đồng, công suất 50 triệu lít bia/năm. Sản phẩm chủ yếu là bia lon Sài Gòn 333,

Nằm ở huyện Tam Nông- Tỉnh Phú Thọ thuộc Đông Bắc của Tổ Quốc, khu vực chưa có nhà máy bia Sài Gòn nào hoạt động nên việc xây dựng Công ty cổ phần Bia Sài Gòn - Phú Thọ là dự án quan trọng trong định hướng phát triển của Bia Sài Gòn nhằm phát triển thị trường phía Bắc. Tuy mới đi vào hoạt động (chính thức hoạt động từ tháng 08/2010) nhưng Công ty cổ phần Bia Sài Gòn - Phú Thọ đã đạt được nhiều thành công nhất định, hàng năm đều hoàn thành vượt mức kế hoạch sản lượng do Tổng Công ty giao. Từ năm 2015 Công ty cổ phần Bia Sài Gòn - Phú Thọ phát triển dòng sản phẩm riêng của Công ty là sản phẩm bia hơi Sài Gòn, sản phẩm bia hơi được đóng trong các keg 1 lít, 2 lít, box 30 lít, 50 lít. Tuy mới sản xuất nhưng bước đầu đã đạt được những thành công nhất định, sản lượng bia hơi năm sau đều cao hơn năm trước. Đặc biệt vào năm 2017 Công ty đã tung ra thị trường sản phẩm bia tươi Sài Gòn, đây là sản phẩm cao cấp giúp cho khách hàng có thêm nhiều lựa chọn để thưởng thức các sản phẩm bia.

Kể từ ngày đi vào sản xuất - kinh doanh, Công ty Cổ phần Bia Sài Gòn - Phú Thọ chú trọng đặc biệt đến chất lượng sản phẩm, đào tạo nguồn nhân lực để đáp ứng được yêu cầu của công việc. Do đó kể từ lô bia sản xuất đầu tiên đến nay đều đạt theo tiêu chuẩn chất lượng của Tổng Công ty, đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm.



Song song với việc xuất kinh doanh, Công ty cổ phần Bia Sài Gòn - Phú Thọ thực hiện đầy đủ nghĩa vụ nộp ngân sách nhà nước, tích cực tham gia vào các hoạt động an sinh xã hội, vì cộng đồng, đền ơn đáp nghĩa, quỹ khuyến học khuyến tài, quỹ vì người nghèo, quỹ xóa nhà tạm, ủng hộ đồng bào bão lụt...từ những hoạt động trên Công ty nhận được nhiều bằng khen của các cơ quan ban ngành ghi nhận những thành tích đã đạt được, đây chính là nguồn động viên, khích lệ Công ty trong chặng đường dài phía trước. ■

Kết quả sản xuất kinh doanh năm 2016.

TT	Danh mục	ĐVT	Kế hoạch năm 2016	Thực hiện năm 2016	TH/KH
A	B	1	2	3	4
1	Tổng doanh thu	Tỷ đồng	658	840.2	128%
2	Thuế	Tỷ đồng	292	413	141%
3	Sản lượng	Triệu lít	33	42	127%
4	Lợi nhuận	Tỷ đồng	16.9	37.1	184%
5	Thu nhập bình quân người lao động	Triệu đồng	7.5	9	100%

Các hình thức khen thưởng của Công ty.

Năm	Hình thức khen thưởng	Số, ngày, tháng, năm của quyết định khen thưởng; cơ quan ban hành quyết định
2011	Bằng khen Doanh nghiệp có thành tích xuất sắc trong thực hiện nhiệm vụ công tác năm 2011	Số: 343/QĐ-UBND ngày 14/02/2012 của UBND tỉnh Phú Thọ
2012	Bằng khen Doanh nghiệp tiêu biểu tỉnh Phú Thọ năm 2012	Số: 2722/QĐ-UBND ngày 12/10/2012 của UBND tỉnh Phú Thọ
2012	Giấy khen của Tổng giám đốc Tổng Công ty	Quyết định số: 025/QĐ-BSG ngày 11/01/2013 của Tổng giám đốc Tổng Công ty cổ phần Bia- Rượu - Nước giải khát Sài Gòn.
2013	Bằng khen Doanh nghiệp tiêu biểu tỉnh Phú Thọ năm 2013	Số: 2552/QĐ-UBND ngày 09/10/2013 của Chủ tịch UBND tỉnh Phú Thọ
2013	Bằng khen Công ty có thành tích chấp hành tốt chính sách - Pháp luật thuế của Bộ trưởng Bộ Tài Chính.	Số: 1131/QĐ-BTC ngày 17/05/2013 của Bộ trưởng Bộ tài chính
2013	Giấy khen của Tổng giám đốc Tổng Công ty	Quyết định số: 534/QĐ-BSG ngày 27/12/2013 của Tổng giám đốc Tổng Công ty cổ phần Bia- Rượu - Nước giải khát Sài Gòn.
2014	Bằng khen Doanh nghiệp tiêu biểu tỉnh Phú Thọ năm 2014.	Số: 2420/QĐ-UBND ngày 10/10/2014 của Chủ tịch UBND tỉnh Phú Thọ.
2014	Bằng khen Doanh nghiệp mạnh và phát triển bền vững năm 2014.	CV số: 136/TM-VHDN ngày 25/07/2014 của Trung tâm văn hóa doanh nhân thuộc phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam.
2014	Giấy khen của Tổng giám đốc Tổng Công ty	Quyết định số: 566/QĐ-BSG ngày 24/12/2014 của Tổng giám đốc Tổng Công ty cổ phần Bia- Rượu - Nước giải khát Sài Gòn.
2015	Giấy khen của Tổng giám đốc Tổng Công ty	
	Bằng Chứng nhận Top 10 doanh nghiệp tín nhiệm nhất Việt Nam cùng hệ thống ngành kinh tế năm 2015	Trung tâm khoa học thẩm định tín nhiệm doanh nghiệp ngày 29/02/2016
2016	Giấy khen của Tổng cục thuế cho Công ty có thành tích chấp hành tốt chính sách thuế năm 2015.	Quyết định số: 814/QĐ-TCT ngày 04/05/2016 của Cục trưởng cục thuế.
2016	Chứng nhận Doanh nghiệp tiêu biểu đất tổ năm 2016.	Quyết định số: 2529/QĐ-UBND ngày 04/10/2016 của Chủ tịch UBND tỉnh Phú Thọ.
2017	Chứng nhận Doanh nghiệp tiêu biểu đất tổ năm 2017.	Quyết định số: 2658/QĐ-UBND ngày 12/10/2017 của Chủ tịch UBND tỉnh Phú Thọ.

MỘT SỐ VĂN BẢN MỚI CÓ HIỆU LỰC TỪ THÁNG 10/2018

NHẪM CUNG CẤP THÔNG TIN CHO BẠN ĐỌC, TẠP CHÍ ĐỒ UỐNG VIỆT NAM XIN TRÍCH ĐĂNG MỘT SỐ VĂN BẢN PHÁP LUẬT CÓ HIỆU LỰC KỂ TỪ THÁNG 10/2018.

Thay đổi về thủ tục đăng ký doanh nghiệp

Theo Nghị định 108/2018/NĐ-CP sửa đổi Nghị định 78/2015/NĐ-CP của Chính phủ về đăng ký doanh nghiệp có hiệu lực từ 10/10, thủ tục đăng ký doanh nghiệp sẽ có một số thay đổi, trong đó bổ sung quy định: Doanh nghiệp không bắt buộc phải đóng dấu trong giấy đề nghị đăng ký doanh nghiệp, thông báo thay đổi nội dung đăng ký doanh nghiệp và trong nghị quyết, quyết định, biên bản họp của hồ sơ đăng ký doanh nghiệp.

Cùng với đó là bổ sung quy định: Văn bản ủy quyền cho cá nhân thực hiện thủ tục liên quan đến đăng ký doanh nghiệp không bắt buộc phải công chứng, chứng thực.

Bổ sung quy định về đăng ký thành lập doanh nghiệp trên cơ sở chuyển đổi từ hộ kinh doanh. Theo đó, hồ sơ gồm bản chính Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh, bản sao hợp lệ Giấy chứng nhận đăng ký thuế và các giấy tờ khác tương ứng với từng loại hình doanh nghiệp.

Bổ quy định: Doanh nghiệp chỉ

được lập địa điểm kinh doanh tại tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương nơi doanh nghiệp đặt trụ sở chính hoặc đặt chi nhánh.

Bổ sung trường hợp tinh giản biên chế

Thông tin quan trọng này được thể hiện tại Nghị định 113/2018/NĐ-CP của Chính phủ sửa đổi, bổ sung Nghị định 108/2014/NĐ-CP về chính sách tinh giản biên chế.

Nghị định này bổ sung thêm một số trường hợp bị tinh giản biên chế gồm:

Cán bộ, công chức, viên chức lãnh đạo thôi giữ chức vụ do sắp xếp tổ chức bộ máy, tự nguyện thực hiện tinh giản biên chế và được cơ quan, đơn vị trực tiếp quản lý đồng ý.

Những người đã là cán bộ, công chức, viên chức được cơ quan có thẩm quyền điều động sang công tác tại các hội được giao biên chế và ngân sách nhà nước hỗ trợ kinh phí để trả lương...

Đáng chú ý, Nghị định cũng quy định: Khi thực hiện tinh giản biên chế không đúng đối tượng, người đã hưởng chính sách tinh giản biên chế phải hoàn trả số tiền đã thực nhận. Nếu người đó đã mất thì số



kinh phí này sẽ do cơ quan, tổ chức quản lý trực tiếp người đó sử dụng kinh phí thường xuyên để thanh toán, ngân sách Nhà nước không bổ sung kinh phí.

Nghị định có hiệu lực từ ngày 15/10.

Không có tài sản đảm bảo, nông dân vẫn được vay đến 200 triệu

Nghị định 116/2018/NĐ-CP của Chính phủ sửa đổi Nghị định 55/2015/NĐ-CP về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn có hiệu lực từ ngày 25/10.

Điểm đáng chú ý của Nghị định này là tăng mức cho vay đối với cá nhân, hộ gia đình có hoạt động sản xuất kinh doanh trong lĩnh vực nông nghiệp.

Cụ thể: Cá nhân, hộ gia đình cư trú tại địa bàn nông thôn được vay ngân hàng không cần có tài sản đảm bảo tối đa 200 triệu đồng (trước đây là 100 triệu đồng).

Cá nhân, hộ gia đình cư trú ngoài khu vực nông thôn có hoạt động sản xuất kinh doanh về nông nghiệp được vay ngân hàng không cần có tài sản đảm bảo tối đa 100 triệu đồng (trước đây là 50 triệu đồng)...

Tinh giản biên chế sai phải hoàn lại tiền

Theo Nghị định 113/2018 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung Nghị định 108/2014 về chính sách tinh giản biên chế, có bổ sung thêm một số trường hợp bị tinh giản biên chế, gồm:

Cán bộ, công chức, viên chức lãnh đạo thôi giữ chức vụ do sắp xếp tổ chức bộ máy, tự nguyện thực hiện tinh giản biên chế và được cơ quan, đơn vị trực tiếp quản lý đồng ý.

Những người đã là cán bộ, công chức, viên chức được cơ quan có thẩm quyền điều động sang công tác tại các hội được giao biên chế và

ngân sách nhà nước hỗ trợ kinh phí để trả lương...

Đặc biệt, Nghị định cũng quy định khi thực hiện tinh giản biên chế không đúng đối tượng, người đã hưởng chính sách tinh giản biên chế phải hoàn trả số tiền đã thực nhận.

Nếu, người đó đã mất thì số kinh phí này sẽ do cơ quan, tổ chức quản lý trực tiếp người đó sử dụng kinh phí thường xuyên để thanh toán, ngân sách Nhà nước không bổ sung kinh phí.

Nghị định có hiệu lực từ ngày 15/10.

Dùng tay trần bán thức ăn bị phạt đến 1 triệu đồng

Từ ngày 20/10 tới, các quy định xử phạt vi phạm hành chính về an toàn thực phẩm sẽ được áp dụng theo Nghị định 115/2018 của Chính phủ.

Người bán thức ăn đường phố không sử dụng găng tay khi tiếp xúc trực tiếp với thực phẩm chín, ăn ngay bị phạt từ 500.000 đồng đến 1 triệu đồng (trước đây chỉ phạt từ 300.000-500.000 đồng)...

Phạt 1-3 triệu đồng đối với cửa hàng ăn uống, nhà hàng ăn uống của khách sạn sử dụng người trực tiếp chế biến thức ăn mà không đội mũ, đeo khẩu trang; không cắt ngắn móng tay...

Phạt 5-10 triệu đồng với hành vi quảng cáo thực phẩm bảo vệ sức khỏe mà không có khuyến cáo thực phẩm này không phải là thuốc, không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh...

Ngoài ra, một số quy định về vùng hoa tiêu hàng hải bắt buộc của Việt Nam; Chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Tổng cục Quản lý thị trường; Tổ chức lễ kỷ niệm vào năm tròn; Thủ tục ký kết thỏa thuận quốc tế nhân danh Chính phủ... cũng sẽ có hiệu lực từ tháng 10/2018.

Bỏ quy định mua thuốc cho con phải khai số CMND

Cũng có hiệu lực từ 15/10, thông tư 18/2018/TT-BYT sửa đổi thông tư 52/2017/TT-BYT về đơn thuốc và kê đơn thuốc hóa dược, sinh phẩm trong điều trị ngoại trú.

Thông tư 52 yêu cầu khi kê đơn thuốc cho trẻ dưới 6 tuổi phải ghi số tháng tuổi, ghi tên và số CMND hoặc sổ căn cước công dân của bố hoặc mẹ hoặc người giám hộ của trẻ.

Quy định này đã gây nên nhiều tranh cãi trong dư luận, vì nhiều người cho rằng việc cha mẹ đi mua thuốc cho con phải khai số CMND gây nhiều phiền phức, bất tiện.

Thông tư mới đã bỏ quy định trong đơn thuốc của trẻ dưới 6 tuổi phải ghi số CMND hoặc sổ căn cước công dân của bố hoặc mẹ hoặc người giám hộ của trẻ mà chỉ yêu cầu ghi số tháng tuổi, cân nặng, tên bố hoặc mẹ hoặc người đưa trẻ đến khám, chữa bệnh.

Cấm cán bộ, công chức dùng xe công đi lễ hội

Quy định này đã được đưa vào Nghị định 110/2018/NĐ-CP về quản lý và tổ chức lễ hội của Chính phủ, có hiệu lực từ ngày 15/10/2018.

Cụ thể, Chính phủ quán triệt cán bộ, công chức, viên chức không được đi lễ hội trong giờ hành chính; không dùng xe công và các phương tiện công để tham gia lễ hội.

Với người dân nói chung, khi tham gia lễ hội phải mặc trang phục, phù hợp với thuần phong mỹ tục, không nói tục, chửi thề xúc phạm tâm linh gây ảnh hưởng xấu tới không khí trang nghiêm của lễ hội.

Ngoài ra, việc thắp hương, đốt vàng mã phải đúng nơi quy định; không chen lấn, xô đẩy gây mất trật tự an ninh; giữ gìn vệ sinh môi trường... ■

BIA CÓ TÁC DỤNG TRỊ GÀU, MƯỢT TÓC



GÀU VÀ RỤNG TÓC LÀ VẤN ĐỀ NAN GIẢI CỦA NHIỀU NGƯỜI. VỚI NHỮNG NGUYÊN LIỆU DỄ TÌM CÙNG CÔNG THỨC ĐƠN GIẢN DƯỚI ĐÂY, BẠN KHÔNG CẦN DÙNG THUỐC ĐẶC TRỊ HOẶC ĐẾN SPA MÀ VẪN CÓ ĐƯỢC MÁI TÓC ÓNG MƯỢT, SẠCH GÀU.

Bia là đồ uống sẵn có trong tủ lạnh của nhiều gia đình, nhất là vào mùa hè nóng nực như thế này. Không tốn thời gian hay công sức, bạn chỉ việc lấy 1 lon ra rồi dùng theo hướng dẫn dưới đây là đủ, mái tóc xơ rối, hay gãy rụng cỡ nào cũng đẹp lên chẳng kém gì đi tiệm.

Bia chứa nhiều thành phần lên men tự nhiên, protein, các vitamin B và nhiều chất dinh dưỡng khác giúp nuôi dưỡng sợi tóc một cách đầy đủ và khỏe mạnh. Bởi vậy bia rất phù hợp để dưỡng tóc bóng mượt, sạch gàu, kích thích tóc mọc dài và nhanh.

Đặc biệt, chất maltose và đường sucrose của bia giúp thắt chặt màu sắc và tạo độ bóng cho từng sợi, cải thiện các hư hại tổn thương liên quan đến tóc bao gồm cả tổn thương da đầu hay chẻ ngọn sợi tóc, loại bỏ hết cảm giác ngứa ngáy khó chịu.

Bước 1: Nếu tóc bạn thuộc loại dễ hư tổn, trải qua nhiều lần làm đẹp như nhuộm, uốn,... thì nên đổ bia ra chậu, để chúng hả hơi trong khoảng 30 phút, giúp giảm nồng độ cồn và khí ga, giải phóng carbon

dioxide hạn chế làm xơ cứng sợi tóc.

Bước 2: Tiếp theo, bạn tiến hành gội đầu bình thường, sau đó dùng bia để thay thế dầu xả, đổ từ từ lên mái tóc và massage nhẹ nhàng bằng các đầu ngón tay giúp dưỡng chất thấm sâu vào cả sợi tóc lẫn da đầu.

Bạn thao tác như vậy khoảng 2 phút, nếu tóc bị chẻ ngọn thì nên ngâm phần đuôi trong bia 5 phút sẽ thấy giảm rõ rệt. Trong trường hợp bạn sợ mùi bia còn vương trên tóc thì hãy đảo ngược quá trình lại, gội với bia trước rồi dùng dầu gội sau.

Bước 3: Bạn ủ thêm 5 - 10 phút nữa để bia phát huy tối đa công dụng. Cuối cùng, bạn xả sạch lại bằng nước, thấm khô tóc với khăn mềm. Không nên dùng máy sấy để tránh gây tổn thương tóc, ngoài ra bạn cũng chỉ nên áp dụng tối đa 3 lần/tuần, không nên lạm dụng.

Chỉ sau 1 - 2 lần áp dụng, bạn sẽ cảm nhận được hiệu quả bất ngờ, các sợi tóc chắc khỏe và dày dặn hơn, da đầu rất dễ chịu, sạch gàu, hết ngứa.

THANH THANH (st)

CÁC THỨC UỐNG NGON & CÓ ÍCH CHO SỨC KHỎE

CÁC THỨC UỐNG NGON TỪ RAU CỦ QUẢ GIÚP BẠN BỔ SUNG DINH DƯỠNG VÀ PHÒNG TRÁNH TIỂU ĐƯỜNG.

Các thức uống sau đây vừa rất ngon, lại đặc biệt tốt cho tất cả mọi người, từ phụ nữ, trẻ em và đặc biệt là cho người cao tuổi. Vậy bạn hãy áp dụng các tuyệt chiêu sau đây để chăm sóc cho những người thân yêu trong gia đình mình bạn nhé. Đặc biệt các đồ uống bổ dưỡng từ hoa quả còn giúp bạn phòng tránh bệnh tiểu đường.

Nước sinh tố chuối, cà chua: Chuối cắt mỏng 500g. Cà chua xắt nhỏ 300g. Nước cốt cam 2 muỗng canh. Nước cốt chanh 1 muỗng canh. Cho hỗn hợp trên vào máy xay nhuyễn. Đổ ra ly uống liền.

Nước sinh tố chuối, cam, chanh: Chuối thái mỏng 300g. Nước cốt cam 2 muỗng canh. Nước cốt chanh 1 muỗng canh. Cho hỗn hợp trên vào máy xay nhuyễn. Đổ ra ly uống liền. Chú ý chỉ lột vỏ và cắt chuối ngay trước khi ăn hay chế biến để tránh bị nhũn và ngả màu.

Nước ép dâu tây: Dâu tây tươi 100g. Xirô 1 muỗng cà phê. Nước cốt chanh 1 muỗng cà phê. Nước sôi để nguội 1/2 ly. Muối 1 ít. Cho dâu vào máy ép để lấy nước cốt dâu. Hòa nước cốt dâu với nước, xirô, nước cốt chanh, muối rồi khuấy đều. Đổ ra ly, trang trí bằng 1 trái dâu tươi.

Sinh tố dâu tây: Dâu tươi xắt nhỏ 100g. Xirô 1 muỗng cà phê. Nước cốt chanh 1 muỗng cà phê. Nước sôi để nguội 1/2 ly. Cho hỗn hợp trên vào máy xay nhuyễn. Đổ ra ly và trang trí bằng 1 trái dâu tươi.

Dâu tây đường phèn: Dâu tươi 100g, đường phèn 30g.

Dâu tây xay nhuyễn, trộn thêm 100ml nước chín nguội rồi lọc lấy nước, đường phèn giã nhuyễn, đổ vào nước quả. Thức uống này có tác dụng bổ phổi, trị ho đàm.

Nước nấu dâu tây, bưởi: Dâu tươi 200g, bưởi tươi 100g, thêm đường trắng 100g, nước 0,5 lít, nấu 3 phút bằng lửa mạnh kể từ lúc sôi, uống khi để nguội. Thức uống này rất tốt cho người bị chứng chán ăn, rối loạn chức năng tiêu hóa.

Nước ép dưa hấu:

Dưa hấu xắt miếng lớn 3 chén. Cam 300g. Chanh 1 trái.

Rửa cam và chanh rồi vắt lấy nước cốt, cho dưa hấu vào máy ép lấy nước cốt. Đổ ra ly, trang trí bằng vài khoanh dưa hấu và chanh rồi uống ngay.

Nước nho, chè xanh, mật ong: Nho tươi 250g, chè xanh 25g, mật ong vừa đủ. Nho rửa sạch bỏ cuống, nghiền nát, cho vào vải sạch vắt lấy nước. Gừng rửa sạch, thái vụn, giã

nát, vắt lấy nước. Để chè xanh trong cốc to, rót nước sôi, hâm trong ít phút. Cho 50ml nước nho, nước gừng 50ml, mật ong vào khuấy đều. Uống lúc còn nóng. Công dụng tăng cường sức đề kháng, phòng ngừa và chữa cảm lạnh.

Sinh tố đu đủ: Đu đủ chín 200g, sữa bò 250ml, nước chanh vắt 1 muỗng canh, mật ong vừa đủ. Gọt vỏ đu đủ, xắt nhỏ, bỏ hạt, cho vào máy xay cùng với các nguyên liệu để xay nhuyễn, dùng uống trong ngày. Món này có tác dụng bổ dưỡng Tỳ vị, rất tốt cho người suy nhược cơ thể, ăn uống kém, ăn không tiêu.

Nước dưa, lê: Dưa 1/2 trái, lê 1 trái, đường cát hoặc mật ong vừa đủ, 1 ít muối, nước lọc.

Cách làm: thơm gọt bỏ vỏ và mắt, lê gọt vỏ, hai thứ xắt hạt lựu, thêm nước vào xay nhuyễn rồi thêm đường hoặc mật ong vào khuấy đều, thêm ít muối. Món ăn này giúp cơ thể chống được thử thách của mùa hè, bổ sung nước và muối khoáng, sinh tố cho cơ thể, bảo vệ làn da luôn được mát mẻ.

Nước sữa chua, cà chua: Sữa chua 1 hộp, cà chua 2 trái, nước lọc, nước chanh vắt 1 muỗng canh.

Cách làm: cà chua rửa sạch, xắt hạt lựu, cho vào máy xay cùng các nguyên liệu khác, xay thành nước.

Món này giàu sinh tố A và sinh tố C, có tác dụng bồi dưỡng, chống nóng của mùa hè rất tốt.

Ngoài ra, tùy theo thể tạng của mình mà thường xuyên dùng nước ép của các loại trái cây, rau củ như: nho, lựu, táo tây, cam, bưởi, cà chua, thơm, lê, cần tây, cải bắp, cà rốt, dưa leo, cải xoong, củ sen... đều rất tốt cho sức khỏe.

Nguồn: Suckhoedoisong.vn



NHỮNG TÁC DỤNG CỦA BIA VÀ RƯỢU VANG VỚI SỨC KHỎE

TRÊN THẾ GIỚI ĐÃ CÓ NHIỀU NGHIÊN CỨU VỀ TÁC DỤNG CỦA BIA VÀ RƯỢU VANG ĐỐI VỚI SỨC KHỎE. NHẪM CUNG CẤP THÔNG TIN ĐỂ BẠN ĐỌC THAM KHẢO, CHÚNG TÔI XIN TỔNG HỢP MỘT SỐ THÔNG TIN THEO NGUỒN MỘT SỐ BÁO SAU KHI DỊCH TỪ CÁC NGHIÊN CỨU QUỐC TẾ. CÁI GÌ CŨNG CÓ MẶT LỢI VÀ HẠI, NẾU SỬ DỤNG HỢP LÝ, ĐIỀU ĐỘ THÌ CÓ LỢI, NGƯỢC LẠI LẠM DỤNG, SỬ DỤNG QUÁ ĐÀ THÌ CÓ HẠI.



Dưới góc nhìn của các nhà khoa học, bia mang đến nhiều lợi ích mà bạn không bao giờ ngờ tới nếu biết sử dụng đúng cách.

Kết quả đáng ngạc nhiên từ một nghiên cứu trên 200.000 người được tiến hành tại Trung tâm Nghiên cứu & Điều trị Italia chỉ ra rằng: việc uống một lít bia mỗi ngày giúp giảm 31% nguy cơ mắc bệnh tim mạch. Lợi ích này đến từ phenol - một chất chống oxy hóa tự nhiên có trong bia. Và đồng thời, trong nghiên cứu này cũng cho thấy điều ngược lại: nguy cơ mắc

bệnh tim tăng lên ở những người uống nhiều hơn mức trên.

Các nhà nghiên cứu tại Đại học Loyola Chicago (Mỹ) đã phân tích một số nghiên cứu và đi đến kết luận rằng: uống bia vừa phải giúp giảm 23% khả năng tiến triển các hình thức khác nhau của bệnh mất trí nhớ và suy giảm nhận thức, bao gồm cả bệnh Alzheimer. Thành phần silicon trong bia có thể bảo vệ não khỏi các tác động có hại của hàm lượng cao nhôm trong cơ thể - một trong những nguyên nhân của bệnh Alzheimer.

Theo một nghiên cứu của Trường đại học y Harvard (Mỹ), với khoảng 38.000 đàn ông tham gia cho thấy: những người uống 1 - 2 cốc bia mỗi ngày có ít hơn 25% nguy cơ mắc đái tháo đường typ 2. Lượng cồn có trong bia làm tăng độ nhạy cảm insulin, giúp ngăn ngừa bệnh đái tháo đường. Hơn nữa, bia rất giàu chất xơ hòa tan - một thành phần quan trọng trong chế độ ăn uống lành mạnh của bệnh nhân đái tháo đường.

Một nghiên cứu được tiến hành ở Phần Lan đã đưa ra kết luận: việc uống bia hợp lý giúp giảm nguy cơ mắc sỏi thận lên tới 40%. Lợi ích sức khỏe này đến từ hàm lượng nước trong bia cao (khoảng 93%), nước giúp đào thải các độc tố có hại ra khỏi cơ thể, tạo điều kiện cho thận hoạt động ở trạng thái tốt nhất. Ngoài ra, các hợp chất trong cây hoa bia được sử dụng trong sản xuất bia giúp làm chậm giải phóng canxi từ xương, do đó góp phần giảm lắng đọng sỏi tại thận.

Nói bia giúp giảm cholesterol nghe có vẻ nghịch lý nhưng nếu bạn muốn một phương pháp “không liên quan đến chế độ ăn” để điều chỉnh mức cholesterol, thì thú vui uống bia vừa phải có thể là một lựa chọn không tồi.

Lúa mạch được sử dụng trong sản xuất bia có chứa một loại chất xơ hòa tan được gọi là beta-glucans, đã được chứng minh có khả năng làm giảm cholesterol.

Bạn cũng sẽ thích thú khi biết rằng bia có thể giúp kiểm soát huyết áp. Một nghiên cứu của Trường Đại học Harvard phát hiện ra rằng phụ nữ độ tuổi từ 25 đến 40 uống bia vừa phải có ít hơn đáng kể khả năng phát triển bệnh cao huyết áp so với những phụ nữ uống rượu hoặc đồ uống có cồn khác.

Bia có chứa hàm lượng tương đối silicon, một yếu tố liên quan mật thiết tới độ chắc khỏe của xương. Một nghiên cứu tiến hành tại Đại học Tufts (Mỹ) cho thấy: người lớn tuổi thường xuyên uống một hoặc hai ly bia mỗi ngày có mật độ xương cao hơn, và do đó ít bị gãy xương hơn so với những người không thường xuyên thưởng thức một ly bia hoặc rượu vang. Tuy nhiên, nghiên cứu cũng phát hiện ra rằng uống nhiều hơn hai ly lại làm tăng nguy cơ gãy xương.

Các nghiên cứu của Hiệp hội Đột quỵ Mỹ (American Stroke Association) đã chỉ ra rằng những người uống một lượng vừa phải bia có thể giảm nguy cơ đột quỵ 50% - một con số khổng lồ - so với người không uống rượu bia. Các nhà nghiên cứu tại Đại học Y tế Công cộng Harvard giải thích rằng một lượng vừa phải bia hàng ngày giúp ngăn ngừa cục máu đông, yếu tố chính gây tắc mạch tại tim, cổ và não, đây là nguyên nhân hàng đầu của đột quỵ thiếu máu cục bộ. Hơn nữa, khi bạn uống bia vừa phải, động mạch của bạn trở nên linh hoạt và lưu lượng máu cải thiện đáng kể.

Một thực tế thú vị về bia là nó được coi là một trong những phương pháp điều trị tự nhiên tốt nhất cho bệnh gàu. Lợi ích sức khỏe đặc biệt này đến từ hàm lượng nấm men và vitamin B cao có trong bia. Chỉ cần gội đầu với một chai bia 2 - 3 lần một tuần, bạn sẽ



hết gàu và có một mái tóc mềm mại và sáng bóng. Trong bia có chứa các chất chống oxy hóa, nên việc uống bia có thể làm giảm cholesterol xấu, giảm nguy cơ mắc bệnh tim. Bia được ủ từ lúa mạch nên là nguồn cung cấp kali, magie, chất xơ, vitamin nhóm B. Liều lượng: 330ml/ ngày và nam 660ml/ngày.

Theo nghiên cứu của Viện Quốc gia Hoa Kỳ về Lạm dụng rượu và nghiện rượu, ngoài liều lượng ở dưới, rượu bia sẽ ít gây bệnh nếu một tuần bạn uống không quá 14 lần đối với nam và không nhiều hơn 7 lần so với nữ. Đặc biệt, phụ nữ mang thai, người có vấn đề về gan, tim không nên uống rượu bia. Nếu uống rượu bia với lượng thích hợp, bạn sẽ có nhiều lợi ích về sức khỏe. Cùng tìm hiểu loại thức uống này để giúp bạn vừa vui vừa yên tâm.

Rượu vang trắng: Theo nghiên cứu tại Đại học Hohenheim, Đức, rượu vang trắng có thể giúp ích trong việc giảm cân. Nếu bạn dùng rượu vang trắng đúng liều lượng trong thời gian dài sẽ giúp các tế bào phổi khỏe mạnh. Ngoài các chất chống oxy hóa, rượu trắng còn chứa photpho, kali và flour. Liều lượng: Bạn nên uống 100-150ml mỗi ngày (nữ) và 300ml/ngày (nam)

Rượu vang đỏ: Nghiên cứu cho

thấy loại rượu này có lợi cho sức khỏe nhờ chứa các chất resveratrol, melatonin và flavonoid. Flavonoid với các thành phần chống oxy hóa, làm vô hiệu hóa các gốc tự do và giúp bảo vệ cơ thể khỏi bệnh ung thư. Bên cạnh đó, cơ thể chỉ sản xuất ra lượng nhỏ melatonin, chất làm chậm quá trình oxy hóa cũng như viêm nhiễm, nhờ vậy cơ thể trẻ lâu hơn. Do đó, việc bổ sung chất này từ rượu vang đỏ là cần thiết. Chất resveratrol được sản sinh từ vỏ quả nho trong quá trình ủ rượu vang đỏ. Một nghiên cứu cho thấy resveratrol làm giảm nguy cơ bị bệnh tim cũng như kéo dài tuổi thọ. Các nhà nghiên cứu Mỹ đã thực hiện với 1.500 người đàn ông cho thấy những người uống điều đặn một ly rượu vang đỏ mỗi ngày giúp làm giảm một nửa nguy cơ bệnh ung thư tuyến tiền liệt. Ngoài ra, rượu vang đỏ còn giúp ngăn ngừa bệnh tiểu đường, Alzheimer và bạch cầu. Khi ăn các loại thịt cá, bạn uống một chút rượu vang đỏ sẽ giúp dễ tiêu hóa hơn, đồng thời hóa giải các chất độc trong thực phẩm. Liều lượng: 100-150 ml với nữ và 200-300 ml với nam.

ÁNH TUYẾT (tổng hợp theo nguồn: Suckhoedoisong.vn và một số nghiên cứu)

15 CỐC EM CHIỀU & CUỘC LEO CỘT MỖ

■ TRUNG HIỀN

Tôi đi công tác Quảng Ninh hơn một tuần. Nhớ bia hơi Hà Nội đến nao lòng. Gần trưa về tới cơ quan, may sao Vân lại lôi ngay ra quán bia hơi Hà Nội, số 30, Nguyễn Du có tiếng ngày ấy.

Anh gọi liền bốn vại. Tôi ngửa cổ tu ừng ực cho vơi cơn khát rồi dỏng tai nghe Vân thông báo chuyện mới xảy ra ở tòa soạn.

Vân đẹp trai, có duyên lại có tài chụp ảnh nên lúc nào bóng hồng cũng vây kín quanh anh. Vân thông báo: Thứ hai tuần trước, Phòng Kế toán tiếp nhận một em “xinh như nàng Kiều” đến thực tập. Da nàng trắng mịn, dáng dong dỏng cao. Đáy thắt lưng ong, mắt bồ câu, miệng cười chúm chím hoa ngâu, ai gặp không thể nào quên được. Và điều quan trọng hơn là nàng uống bia đã lắm!

Gần 12 giờ trưa, Vân chỉ tay về cuối phố: Nàng đến nhậu với chúng ta rồi kìa!

“Nàng Kiều” của Vân đúng như những điều Vân tả. Tươi trẻ, duyên dáng và có cái tên khá ấn tượng: Tinh Khôi! Nở nụ cười chào chúng tôi, Khôi hồn nhiên ngồi xuống, tay nâng cốc bia trắng bọt, uống liền một hơi để: Chào bàn! Rồi cô đưa những ngón tay búp măng nhón mấy hạt lạc rang đưa lên môi tí tách. Đôi môi hồng

tươi như tươi hơn khi Khôi lần lượt chạm cốc với Vân và tôi. Đến cốc thứ tư, tôi nhận thấy đôi má Khôi ửng hồng và cô nói chuyện thật sôi nổi.

Quả là uống bia thích thật. Khi men nồng đủ thấm dù là trai hay gái, dù là già hay trẻ, ai cũng mở lòng cùng nhau, không e dè, xa cách. Tinh Khôi cũng thế. Cô kể về miền Quan họ nơi cô sinh ra. Quê cô có làng cổ Thổ Hà nơi nấu rượu tiến vua. Quê cô có loại rượu Làng Vân nức tiếng. Đến tháng Ba vào mùa trăng hội, khách đến chơi nhà ngoài ăn trầu, hát câu Quan họ, thế nào cũng được mời ly rượu Làng Vân thơm ấm đầu môi... Vừa trò chuyện, Khôi vừa nâng cốc cùng chúng tôi uống cạn.

Quả là Khôi uống bia chẳng kém ai. Đĩa lạc rang đã vơi. Cốc trên bàn đã xếp hàng dài. Tôi cảm thấy đã đến ngưỡng. Vậy mà Khôi vẫn tỉnh như sáo sậu. Rồi cô chạm cốc bia mới rót trắng bọt, từng từng:

- Sao các anh say rồi ư. Em có thể uống dăm cốc nữa. Nếu anh nào uống với em 15 cốc bia hơi một lúc, muốn gì em cũng chiều!

Tôi cũng như Vân, mỗi lần uống bia cũng chỉ dăm ba vại. 15 cốc uống liền lúc thì quả là... xin chịu. Vân đá vào chân tôi rồi lấy cổ rờn quán bia đang độ rộn ràng



trong lòng bái phục nàng Tinh Khôi bia hay, chuyện giỏi.

...Thế rồi cái tin Tinh Khôi uống bia hay, đưa ra lời thách đố đầy quyến rũ lan nhanh trong cơ quan, làm không ít anh chàng háo ngọt âm thầm luyện ầm. Chiều chiều, ở quán bia trên phố Nguyễn Du lúc tôi gặp Biền gọi hết cốc này tới cốc khác. Nhưng khi tính tiền số cốc chưa đếm hết trên đầu ngón tay. Có hôm tôi thấy Bằng, mặt đã đỏ ửng vẫn gọi thêm cặp nữa nhưng khi tính tiền anh chỉ uống hết chín cốc. Chị Hải phụ trách quán bia hỏi tôi:

- Đạo này, tôi thấy mấy anh uống bia lạ lắm. Trước đây thường thì mỗi người vài cốc giải khát rồi về, chuyện trò rôm rả. Nay có anh cứ lẩn ra góc ngồi, uống đến gần chục vại. Vừa uống vừa lẩm nhẩm tính, đếm đi đếm lại số cốc trên bàn rồi vò đầu, gãi tai cứ như là bị... ma làm!

Biết chuyện nên tôi cười nói để chị Hải an lòng:

- Không ai bị ma làm đâu, Anh em chỗ tôi đang luyện ầm, tập “leo cột mỡ” để chiều lòng người đẹp! - Chị Hải ngó ra, không hiểu.

... Tôi không quên, hôm ấy là một chiều cuối tuần. Tôi được mời đến uống bia cùng Tinh Khôi để làm trọng tài cho mấy

anh háo ngọt. Khôi nâng cốc, các chàng nâng theo. Đã qua con số 10. Bằng đã méo tiếng nhưng vẫn không bỏ cuộc. Biền vẫn tỉnh như sáo uống cạn cốc lại đứng lên vươn tay ngạo nghễ. Hôm nay, Biền diện chiếc quần kaki mới cứng sẫm màu. Cốc thứ 12 rồi kia. Biền dốc ngược cốc chẳng vãi ra ngoài một giọt. Chỉ còn 3 cốc nữa thôi, Biền sẽ tới cái... miến sung sướng. Tôi vỗ tay. Vân vỗ tay. Tinh Khôi cũng vỗ tay cổ vũ. Nhưng chưa kịp ngồi xuống ghế, tôi bỗng thấy cái quần kaki của Biền cứ sẫm dần màu lại, rồi có một dòng nước rỉ ra...

Bất ngờ khiến mọi người dạt ra. Còn Biền vẫn tỉnh queo ngồi xuống ghế.

Vậy là cho dù có dày công luyện ầm, mấy chàng háo ngọt chỗ tôi vẫn ngậm ngùi chịu thua Tinh Khôi xinh đẹp!

...Chuyện xảy ra đã ngót 30 năm khi chúng tôi còn trai trẻ. Bây giờ gặp nhau nhắc lại chuyện cũ, những người thích bia hơi Hà Nội chúng tôi lại ôm nhau cười. Thời trẻ trai bên cốc bia sao nhiều chuyện ngộ nghĩnh và đáng yêu đến thế. Nghe nói Biền đã cất chiếc quần kaki sẫm màu bị ướt hôm đó làm kỷ niệm. Và có lẽ từ dạo đó, cũng vì thèn thẹn với nàng mà Biền uống bia từ tốn lắm, chẳng tham gia thách đố, anh chỉ cười hiền cảm ơn khi đã uống tới độ vậy thôi! ■

THỊ TRƯỜNG CÀ PHÊ:

BÙNG NỔ NHIỀU THƯƠNG HIỆU MỚI

THỊ TRƯỜNG CÀ PHÊ VIỆT NAM ĐANG CHỨNG KIẾN SỰ BÙNG NỔ CỦA NHIỀU THƯƠNG HIỆU MỚI THAM GIA VÀO THỊ TRƯỜNG Ở CẢ CÁC PHÂN KHÚC CÀ PHÊ RANG XAY, CÀ PHÊ HÒA TAN VÀ CẢ CHUỖI QUÁN KINH DOANH CÀ PHÊ.



Thứ đồ uống có thể khiến cả thế giới phải ưu thích, cùng với vị thế Việt Nam đứng hàng thứ 2-3 trong việc sản xuất cà phê hàng năm trên thế giới, đang khiến các nhà sản xuất nước giải khát lên đồng...

Thêm nhiều thương hiệu mới thị trường cà phê hòa tan

Chỉ mới đây thôi, sự kiện Nutifood ra mắt sản phẩm cà phê sữa đá tươi

Nuticafe' tham gia thị trường phân khúc cà phê hòa tan đã làm bùng nổ giới truyền thông.

Dù là phân khúc cà phê hòa tan, ai cũng biết về nguyên lý đó là loại cà phê uống liền, có thể chỉ có tinh cafein cho ly cà phê đen nguyên chất, hoặc có thêm các chất phụ gia như sữa để có cà phê hòa tan 2.1 hay 3.1 rất tiện dùng, thì Nutifood chơi chiêu "hương cà phê tươi", ý là pha ra có hương vị giống như ly cà phê sữa nóng/sữa đá

pha phin vậy đó. Việc tung ra loại sản phẩm mới đã được Nutifood chuẩn bị khá kỹ lưỡng nhiều tháng trước đó. Đầu tiên là đầu tư vào một nông trường cà phê, nông trường Phước An, mà toàn ngành cà phê đều biết nông trường này trồng giống cà phê ruột xanh rất ngon. Thực tế bao nhiêu cà phê có nguồn gốc từ nông trường này hoặc của các nông trường xung quanh cung ứng không ai biết, chỉ biết rằng nguyên cái vụ đầu tư này đã là một điển tốt để định vị thương hiệu.

Quá trình cho ra công thức phối trộn cũng được sự bảo trợ của nhiều đại gia khác nên khi sản phẩm được tung ra, ngay lập tức tạo tiếng vang, bởi có những đại gia tuyên bố mua hàng trăm tấn làm... quà tặng cho khách hàng của họ trong dịp tết này.

Thế nhưng, không chỉ có Nutifood. Trước đó nữa, Công ty Vinamit của ông Nguyễn Lâm Viên cũng đã chính thức đánh dấu việc tham gia thị trường cà phê này bằng việc đẩy ra thị trường một sản phẩm mới, cà phê tươi sấy Espresso Coffee. Cũng một chiêu dùng chữ "tươi" như Nutifood, sản phẩm này gây được chú ý bởi những người thích uống cà phê đậm đặc pha theo kiểu Ý,



Espresso. Mặc dù vậy, tiếng vang của Vinamit khó có thể sánh như quả bom truyền thông của Nutifood.

Và người tiêu dùng cũng chứng kiến việc Nestle' Việt Nam tung ra loại cà phê viên nén Nescafe' Dolce Gusto sau nhiều năm thăm dò thị trường bằng sản phẩm nhập khẩu. Vậy là, khi đi công tác hay du lịch, bạn hoàn toàn có thể bỏ theo vali những viên cà phê mà mình yêu thích, đi đến đâu có thể pha uống đến đó, thoải mái thú vị nghiền cà phê của mình.

Chỉ riêng với thị phần cà phê hòa tan, nếu trước đây người tiêu dùng quen với Vinacafe, Nestle', Trung Nguyên, thì nay còn có thêm những tên tuổi trên cùng một tên tuổi lớn đã chinh phục thế giới rồi mới quay về chinh phục người trong nước là TNI (của King Coffee). Bên cạnh đó có rất nhiều thương hiệu khác như Ajinomoto (Birdy), Phindeli cũng tung ra sản phẩm, và thật sự là nhiều doanh nghiệp nhỏ nhỏ khác cũng có những sản phẩm của mình, bán vào các hệ thống khách sạn hay các tour du lịch...

Sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt

Thực tế, mức tiêu thụ cà phê tại

Việt Nam tính trên đầu người đang tăng đáng kể, với văn hóa uống cà phê như là mở đầu những câu chuyện, những mối giao lưu, từ đó người ta nghiện cà phê, nghiện không khí quán, cứ có dịp là cùng bạn bè ra ngồi bù khú với nhau. Theo báo cáo, năm ngoái (2017) mức tiêu thụ cà phê bình quân đầu người tại Việt Nam là 1,38 kg/người, thì năm nay tăng mạnh và dự báo đến năm 2020 có thể đạt 2,6 kg/người, tăng gấp đôi trong vòng 3 năm.

Con số cụ thể hơn, mức tăng trưởng hiện nay bình quân 10% năm, nhưng tăng mạnh gần đây do sản phẩm đa dạng giúp người tiêu dùng dễ dàng lựa chọn. Thị trường pha phê rang xay và hòa tan tại Việt Nam đạt doanh số hàng năm khoảng 20000 tỷ đồng, trong đó rang xay chiếm 65%).

Mỗi một doanh nghiệp chế biến cà phê đều nỗ lực đưa ra nhiều dòng sản phẩm để chinh phục khách hàng. Chẳng hạn Vinacafe ngoài sản phẩm truyền thống Vinacafe hòa tan 3.1 thì gần đây có Wake-up, Chát... Đặc biệt, chỉ riêng Nescafe tại Việt Nam đã có cà phê nguyên chất hòa tan 100%, Nescafe Red Cup, cà phê hòa tan pha sẵn như Nescafe 3 in 1, Nescafe Việt

(cà phê đen đá và cà phê sữa đá). Dạng viên nén và đang công bố một số chương trình với những sản phẩm phù hợp với thị hiếu và túi tiền người Việt Nam.

Những doanh nghiệp như Nutifood và Vinamit không chỉ ra sản phẩm chinh phục thị trường nội địa mà còn nhượng xuất khẩu. Tuy nhiên, thị trường nội địa được các doanh nghiệp này khai thác tối đa, với những kế hoạch đầu tư thêm các nhà máy sản xuất có công suất lớn. Chẳng hạn ông Nguyễn làm Viên cho biết rằng công suất nhà máy hiện hữu dành cho xuất khẩu đã hết công suất. nên công ty đang chuẩn bị đưa nhà máy thứ 2 vào hoạt động và đồng thời triển khai tiếp dự án đầu tư nhà máy thứ ba tại Bình Dương và sẽ đưa vào hoạt động trong năm 2019 tới đây.

Cùng sự trở lại của TNI - King Coffee và chính các sản phẩm của Trung Nguyên, thị trường cà phê Việt Nam chắc chắn sẽ có sự cạnh tranh khốc liệt trong thời gian tới và người tiêu dùng sẽ có lợi nhiều hơn khi được dùng các sản phẩm đa dạng, giá cả hợp lý và chất lượng sẽ ngày càng tốt hơn. ■

8 MÓN ĂN THUỐC BỔ DƯỠNG CHO NGƯỜI CAO TUỔI

NGƯỜI CAO TUỔI MẮT KÉM, MŨI NGŨI KÉM KHÓ XÁC ĐỊNH ĐƯỢC MÙI CỦA THỨC ĂN; LƯỖI KHÔNG NHẬN RA THỨC ĂN NGON HAY KHÔNG NGON...

Người cao tuổi mắt kém, mũi ngửi kém khó xác định được mùi của thức ăn; lưỡi không nhận ra thức ăn ngon hay không ngon, có hợp khẩu vị hay không; răng lung lay gây viêm lợi, thậm chí rụng răng sẽ khó nhai nhuyễn thức ăn. Các hiện tượng này càng nặng làm cho người cao tuổi chán không muốn ăn hoặc chỉ ăn qua loa. Một số người còn mắc bệnh mạn tính và thuốc dùng thường ảnh hưởng đến chức năng tiêu hóa. Tình trạng trên càng làm cơ thể suy nhược, khí huyết hư.

Để nâng cao sức khỏe người cao tuổi, có thể dùng một số món ăn thuốc sau:

1. Bánh nhân gà thập cẩm: Thịt gà sống 150g, bột mì 200g, hành củ 15g, bột tiêu, gừng, các gia vị khác liều lượng thích hợp. Thịt gà cùng với hành tiêu, gừng và các gia vị khác được băm trộn sẵn để làm nhân bánh. Bột mì thêm nước nhào trộn cán thành vỏ bánh, bánh thập cẩm được luộc hoặc hấp chín, làm bữa ăn chính, khi đói, ngày 1 lần. Một đợt 5 - 10 ngày. Dùng cho người cao tuổi tỳ vị hư nhược, gầy còm, da khô nhão.

NCT chức năng tiêu hóa kém nên thường chán ăn lâu ngày dẫn đến suy nhược cơ thể. Cháo nhân sâm là món ăn thích hợp cho NCT ăn kém, nhịp tim nhanh, mất ngủ hay quên.

2. Cháo nhân sâm: Nhân sâm tán bột 3g, gạo tẻ 100g, đường phèn liều lượng thích hợp. Gạo nấu cháo, cháo chín cho bột sâm vào. Đường phèn cho trong một ca nhỏ thêm nước sôi khuấy cho tan và đổ vào nồi cháo, đun sôi lại. Ăn vào mùa lạnh, bữa sáng và bữa tối khi đói. Dùng cho người cao tuổi cơ thể suy nhược, ăn kém, tim nhịp nhanh, thở gấp, mất ngủ, quên lần...

3. Cháo hoàng kỳ: Hoàng kỳ 30g, nhân sâm 4 - 8g (hoặc đảng sâm 10 - 15g), gạo tẻ 100 - 150g, đường trắng vừa đủ. Dược liệu thái lát hầm với nước, gạn lấy nước để sẵn. Gạo nấu cháo. Khi cháo chín cho nước hoàng kỳ, nhân sâm và đường trắng vào, đun nhỏ lửa đến sôi. Ăn ngày 2 lần

vào buổi sáng và tối. Dùng cho người cao tuổi suy nhược cơ thể hoặc sau bệnh dài ngày, ăn uống kém.

4. Chim cút chiên dầu mè: Chim cút 4 - 5 con. Chim làm sạch, lá mơ rửa sạch thái nhỏ, nhồi trong bụng chim, tẩm bột, dùng dầu mè chiên. Dùng cho người cao tuổi suy nhược, hư lao thở gấp, mệt mỏi, tiêu chảy, kiết lỵ lâu ngày, ăn kém.

5. Ruốc cá tiêu gừng: Cá quả hoặc cá sộp 1.000g làm sạch vẩy, bỏ ruột và đầu đuôi, cắt khúc, cho mắm muối, bột tiêu, gừng đập giập, thêm ít nước, kho cho chín, gỡ bỏ xương, giã thành ruốc, thêm muối tiêu và chút bột gừng lượng thích hợp, đảo khô trên chảo, để nguội, cho vào lọ sạch đậy kín. Ăn trong các bữa ăn, từng đợt 5 - 7 ngày. Dùng cho người cao tuổi hay phụ nữ, trẻ em suy nhược, người gầy yếu, chán ăn.

6. Canh trứng gà cà chua: Cà chua 250g, trứng gà 1 quả. Cà chua rửa sạch thái lát, đun sôi, đánh trứng vào đảo đều, thêm nước và gia vị, đun sôi, ăn với cơm. Dùng cho các trường hợp suy nhược cơ thể sau bệnh dài ngày, ăn uống kém.

7. Cháo củ mài: Củ mài 30g, gạo nếp 50g. Nấu cháo thêm đường trắng, muối ăn tùy ý. Ăn quanh năm, ăn bữa phụ (sáng và tối), ăn nóng. Dùng cho người tỳ vị hư, tiêu chảy, hội chứng lỵ mạn tính, hư lao, khí huyết hư, chán ăn, khô miệng khát nước, táo bón.

8. Gà hầm hoàng tinh: hoàng tinh 30g, đảng sâm 30g, sơn dược 30g, thịt gà 100 - 200g. Hầm kỹ. Dùng cho người ăn kém, suy nhược cơ thể.

Nguồn: suckhoedoisong.vn





TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN BIA RƯỢU NƯỚC GIẢI KHÁT HÀ NỘI
CÔNG TY CỔ PHẦN BIA HÀ NỘI - HỒNG HÀ



Địa chỉ: Phường Vân Phú,
thành phố Việt Trì, tỉnh Phú Thọ

Điện thoại: 0210.3847013. **Fax:** 0210.3840636

Giám đốc Công ty: Lê Văn Tĩnh



CÔNG TY CỔ PHẦN BIA
SÀI GÒN PHÚ THỌ

CÔNG TY CỔ PHẦN BIA SÀI GÒN - PHÚ THỌ

- Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số: 2600393941 thay đổi lần thứ 3 ngày 15/04/2014.
- Công ty cổ phần Bia Sài Gòn - Phú Thọ là đơn vị liên kết với Tổng Công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn.
- Công suất 50 triệu lít/năm.
- Sản phẩm chủ yếu là bia lon Sài Gòn 333, Sài Gòn Lager.
- Dây chuyền đồng bộ, tiên tiến của Tập đoàn Krones Cộng hòa Liên bang Đức kết hợp với một số thiết bị trong nước.



- Tên công ty: CÔNG TY CỔ PHẦN BIA SÀI GÒN - PHÚ THỌ
- Tên tiếng Anh: SAIGON - PHUTHO BEER JOINT STOCK COMPANY
- Địa chỉ: Khu Công nghiệp Trung Hà - Tam Nông - Phú Thọ
- Điện thoại: 0210.3650.688 Fax: 0210.3650.686