

Đồ uống

Việt Nam



HIỆP HỘI BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT VIỆT NAM

Website: www.vba.com.vn

ISSN 0866-7322

SỐ 8 (2021)



NGÀNH ĐỒ UỐNG

CHUNG TAY CÙNG CẢ NƯỚC CHỐNG DỊCH COVID-19

- BÁO CHÍ HÃY CHIA SẺ, ĐỒNG HÀNH CÙNG DOANH NGHIỆP VƯỢT QUA KHÓ KHĂN



BIA HƠI HÀ NỘI

Một nét văn hóa Hà Nội





MỤC LỤC

THÁNG 8 - 2021

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. 37586837 - 0379982838
Fax: 024. 38218 433
Email: tapchidouong@gmail.com
Website: vba.com.vn

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP:

Chủ tịch: PGS.TS Nguyễn Văn Việt
Các ủy viên:
Nhà sử học Dương Trung Quốc
GS.TS Đinh Văn Thuần

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP PHỤ TRÁCH:

Nguyễn Văn Chương

THIẾT KẾ MỸ THUẬT

Cẩm Tú

Liên hệ QUẢNG CÁO - PHÁT HÀNH:

Hotline: 024. 3758 6837
0979635798 / 0394902041

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 CP Đầu tư và Hợp tác quốc tế

4-5. VBA góp ý dự thảo Nghị quyết về hỗ trợ doanh nghiệp trong bối cảnh đại dịch Covid-19
VBA offered their advice on Resolution Draft on Supporting businesses during the Covid-19 epidemic

6-7. Những kiến nghị của VBA nhằm giúp doanh nghiệp tháo gỡ khó khăn
Recommendations of VBA to help businesses overcome difficulties

10-11. Duy trì sản xuất trong thời kỳ dịch Covid-19
Maintaining production during the Covid-19 pandemic

12-15. Truyền thông góp phần lan tỏa, nâng tầm thương hiệu cho doanh nghiệp
Media helps building brand names

18-19. Báo chí hãy phát huy vai trò định hướng dư luận và chia sẻ cùng doanh nghiệp trong đại dịch Covid-19
The press should play their role in public opinion orientation and sharing hardship with businesses during the Covid-19 epidemic

22-23. Khó khăn trong cấp giấy phép sản xuất rượu thủ công
Challenges in issuing artisanal liquor production licenses

26-29. SABECO cam kết phát triển bền vững, mang lại những giá trị tốt đẹp cho đất nước và con người Việt Nam
SABECO commits to develop firmly, brings good values to the country and people of Vietnam

32-33. Tân Hiệp Phát trao tặng gần triệu sản phẩm nước giải khát cho lực lượng tuyến đầu
Tan Hiep Phat gifted nearly 01 million beverage products to frontline forces

34-35. Lần đầu tiên Triển lãm Quốc tế Thực phẩm và Đồ uống Việt Nam tổ chức online
For the first time, Vietnam International Food and Beverage Exhibition is held online

36-37. Diageo ủng hộ thiết bị y tế phòng chống dịch Covid-19
Diageo donates medical equipment to help the prevention and control of Covid-19

38. Tuổi trẻ HABECO chung tay đồng lòng đẩy lùi đại dịch Covid-19
HABECO youth join together to push back against the Covid-19 epidemic

46-47. Cuộc sống "bình thường mới" của các nhà hàng Việt Nam tại CHLB Đức
The "New normal life" of Vietnam restaurants in germany

VBA GÓP Ý DỰ THẢO NGHỊ QUYẾT VỀ HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP TRONG BỐI CẢNH ĐẠI DỊCH COVID-19

Mới đây, Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA) đã có Thư, Công văn gửi Thủ tướng Chính phủ, Văn phòng Chính phủ và một số bộ ngành liên quan về việc góp ý dự thảo Nghị quyết về hỗ trợ doanh nghiệp trong bối cảnh đại dịch Covid-19. Tạp chí Đồ uống Việt Nam xin đăng nội dung chính của Công văn này.

Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (Hiệp hội) là tổ chức đại diện cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, kinh doanh rượu, bia, nước giải khát. Trước tiên, Hiệp hội thay mặt các hội viên doanh nghiệp ngành Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam xin gửi lời chào và lời cảm ơn chân thành nhất tới Lãnh đạo Đảng, Quốc hội, Chính phủ và các Bộ ngành trong thời gian qua đã chỉ đạo quyết liệt và ban hành kịp thời nhiều cơ chế, chính sách và giải pháp hỗ trợ người dân, người lao động và doanh nghiệp trong bối cảnh tình hình dịch bệnh đang diễn biến phức tạp tại Việt Nam.

Ngành Đồ uống (bia, rượu, nước giải khát) là một ngành kinh tế - kỹ thuật đã và đang đóng góp quan trọng vào sự phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam. Hàng năm, toàn ngành Đồ uống đóng góp cho ngân sách khoảng 60.000 tỷ đồng, tạo việc làm cho hàng trăm ngàn lao động trực tiếp và hàng triệu lao động gián tiếp trong chuỗi cung ứng từ bao bì, đóng gói, vận chuyển, bảo quản, bán buôn, bán lẻ..., đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng của thị trường, phục vụ cho xuất khẩu, sản phẩm có sức cạnh tranh cao trong điều kiện kinh tế hội nhập và triển khai các hoạt động thể hiện trách nhiệm cộng đồng, góp phần bảo đảm an sinh xã hội.

Ngành Đồ uống là ngành dịch vụ, chủ yếu phục vụ nhu cầu tiêu dùng tại chỗ, cũng như các ngành hàng khác, ngành Đồ uống đã và đang chịu ảnh hưởng rất nặng nề từ đại dịch Covid - 19. Trong tình hình dịch bệnh chưa thể được kiểm soát hoàn toàn cho đến khi đạt được miễn dịch cộng đồng thông qua tiêm chủng mở rộng, nguy cơ dịch bệnh bùng phát vẫn luôn tồn tại và các doanh nghiệp sẽ vẫn tiếp tục đối mặt với sức ép thu hẹp sản xuất, kinh doanh, cắt giảm lao động. Để có thể tồn tại trong bối cảnh đại dịch, các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp ngành Đồ uống nói riêng vẫn còn gặp rất nhiều khó khăn.

Hiệp hội được biết để tiếp tục đồng hành và kịp thời



PGS.TS Nguyễn Văn Việt - Chủ tịch Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam.

tháo gỡ những khó khăn, vướng mắc cấp bách của cộng đồng doanh nghiệp bị tác động bởi đại dịch Covid - 19, trên cơ sở kết luận tại Hội nghị trực tuyến toàn quốc của Thủ tướng Chính phủ với đại diện doanh nghiệp, hiệp hội doanh nghiệp và các địa phương diễn ra ngày 8/8/2021 vừa qua, Bộ Kế hoạch và Đầu tư chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành dự thảo Nghị quyết hỗ trợ doanh nghiệp trong bối cảnh đại dịch Covid-19.

Với nỗ lực đồng hành cùng với Chính phủ trong việc đẩy lùi dịch bệnh và thúc đẩy sản xuất kinh doanh, Hiệp hội kính mong Chính phủ và các Bộ ngành tiếp tục hỗ trợ, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp ngành Đồ uống vượt qua giai đoạn khó khăn, duy trì sản xuất, kinh doanh và phát triển bền vững tạo ra nhiều giá trị đóng góp cho cộng đồng xã hội, đóng góp hơn nữa vào sự phát triển kinh tế xã hội của đất nước và góp phần ổn định việc làm cho người lao động. Hiệp hội xin có một số góp ý đối với dự thảo Nghị quyết báo cáo với Thủ tướng Chính phủ và các Bộ trưởng như sau:

1. Thực hiện các biện pháp phòng, chống đại dịch Covid - 19 linh hoạt, hiệu quả tạo điều kiện cho doanh nghiệp ổn định và duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh.

Kiến nghị: Việc thực thi các Chỉ thị phòng, chống dịch

Covid-19 nên nhất quán, xuyên suốt từ Chính phủ đến địa phương, cụ thể bổ sung cơ chế cho doanh nghiệp tự kiểm soát và phòng chống dịch trong quá trình sản xuất, kinh doanh bằng cách quy định cho phép doanh nghiệp chủ động triển khai các phương án tổ chức sản xuất kinh doanh phù hợp với điều kiện của từng doanh nghiệp, nhưng phải thực hiện việc thông báo cho Sở/ Ban ngành địa phương trong vòng 03 ngày trước khi triển khai thực hiện.

2. Đảm bảo ổn định sản xuất, lưu thông hàng hoá thông suốt, hiệu quả, khắc phục gián đoạn chuỗi cung ứng

Hàng hóa thiết yếu được định nghĩa khác nhau dẫn đến việc chậm trễ trong khâu vận chuyển tới khách hàng:

Kiến nghị: Thủ tướng Chính phủ cho phép lưu thông như trong điều kiện bình thường các loại hàng hóa cần vận chuyển với điều kiện đảm bảo phòng, chống dịch Covid-19, ngoại trừ những hàng hóa cấm kinh doanh và có hướng dẫn, triển khai đồng bộ xuống các địa phương.

Giấy đi đường trong thời gian giãn cách xã hội: cần chuẩn hóa theo mẫu thống nhất để doanh nghiệp không mất thời gian giải trình tại chốt kiểm dịch, những tài xế cần được tiêm 2 mũi vắc xin để hàng hóa tiếp tục được lưu thông và cấp giấy thông hành cho người đã được tiêm đủ 2 mũi vắc xin phòng Covid -19.

Thủ tục hành chính cần điện tử số và đơn giản:

- Luật hóa quy định bắt buộc đồng bộ về cách thức gửi văn bản kiến nghị của doanh nghiệp đến Sở/Ban ngành trung ương, địa phương bằng hình thức điện tử.

- Luật hóa quy định công nhận đồng bộ cho doanh nghiệp sử dụng chữ ký và con dấu điện tử đối với các vấn đề liên quan đến thực hiện và phòng, chống dịch Covid-19.

Xem xét lại mô hình “ba tại chỗ” vì chi phí rất cao cho doanh nghiệp.

3. Hỗ trợ cắt giảm chi phí, tháo gỡ khó khăn về dòng tiền cho doanh nghiệp

Kiến nghị: Giảm thuế thu nhập doanh nghiệp trong thời gian thực hiện giãn cách xã hội; Bảo hiểm xã hội Việt Nam chi trả lương cho người lao động đang đóng BHXH của các doanh nghiệp khi người lao động (NLĐ) phải đi cách ly hoặc dừng sản xuất theo quy định chống dịch trong thời gian thực hiện Chỉ thị 16 của Chính phủ; Việc giảm đóng phí công đoàn trong năm 2021 và 2022 sẽ áp dụng cho tất cả các doanh nghiệp.

Lý do:

- Do thời gian này doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn vì doanh nghiệp phát sinh chi phí y tế xét nghiệm, khách sạn, ăn ở cho người lao động, năng suất sản xuất giảm, tiêu thụ giảm, chi phí vận chuyển tăng...

- Trong bối cảnh phải tạm ngừng hoặc co hẹp sản

xuất, doanh nghiệp đã phải chịu rất nhiều khó khăn bao gồm cả áp lực lớn về chi phí. BHXH chi trả lương cho NLĐ (đang đóng BHXH) trong trường hợp nêu trên, thay vì doanh nghiệp phải trả, là hoàn toàn phù hợp và phát huy được vai trò của BHXH.

- Doanh nghiệp đang vô vàn khó khăn, khoản kinh phí công đoàn và phí công đoàn sẽ tăng thêm gánh nặng cho doanh nghiệp và người lao động.

4. Về vấn đề lao động, chuyên gia

Kiến nghị: Thủ tục cho người đang ở ngoài nhập cảnh Việt Nam cần bổ sung thêm đối tượng chuyên gia và người lao động có quốc tịch Việt Nam.

Và bổ sung quy định về cách ly:

- Cho phép các khách sạn được nhận khách đăng ký lưu trú cách ly y tế.

- Cho phép các chuyên gia nhập cảnh Việt Nam chọn địa điểm cách ly khi có kết quả xét nghiệm dương tính, thay vì hiện nay bắt buộc phải cách ly y tế tập trung.

5. Một số nội dung khác

Điều 3, Nghị định 52/2021/NĐ-CP

Kiến nghị: Bộ Tài chính xem xét, nghiên cứu trình Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ:

- Gia hạn thời hạn nộp thuế GTGT cho giai đoạn từ tháng 09/2021 tới tháng 12/2021, thuế thu nhập doanh nghiệp cho 02 quý cuối năm 2021 cho các đối tượng được quy định tại Nghị định 52/2021/NĐ-CP.

- Gia hạn thời gian trả tiền thuê đất kì thứ 2 năm 2021.

- Gia hạn này áp dụng cho cả các doanh nghiệp thuê đất tại các khu công nghiệp thông qua các công ty phát triển hạ tầng khu công nghiệp.

Thông tư 111/2013/TT-BTC về thuế thu nhập cá nhân

Kiến nghị: Bộ Tài chính xem xét, nghiên cứu trình Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ giải pháp miễn, giảm tiền thuế TNCN cho đối tượng là người lao động hưởng lương từ các doanh nghiệp vì khi dịch bệnh xảy ra, mặc dù cả nền kinh tế và các cá nhân đều chịu ảnh hưởng, nhưng người lao động hưởng lương tại các doanh nghiệp chưa nhận được chính sách hỗ trợ về thuế nào từ Chính phủ trong thời gian qua (Bộ Tài chính đã đề xuất các chính sách giảm thuế TNDN, GTGT và thuế thu nhập cá nhân cho doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, hộ kinh doanh, cá nhân kinh doanh).

Một lần nữa, Hiệp hội thay mặt các doanh nghiệp hội viên xin trân trọng cảm ơn Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ và các Bộ trưởng đã xem xét các ý kiến trên của Hiệp hội. Hiệp hội hy vọng tiếp tục nhận được sự quan tâm, ủng hộ của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ và các Bộ trưởng đối với ngành công nghiệp đồ uống trong thời gian tới.

Nguồn: VBA

NHỮNG KIẾN NGHỊ CỦA VBA NHẪM GIÚP

Tham gia hội thảo trực tuyến “Duy trì sản xuất trong thời kỳ dịch Covid-19: Vấn đề và giải pháp” do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) phối hợp với Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương (CIEM) phối hợp tổ chức, bà Chu Thị Vân Anh – Phó Chủ tịch kiêm Tổng thư ký Hiệp hội Bia-Rượu-Nước giải khát Việt Nam đã có bài phát biểu góp ý kiến nhằm giúp doanh nghiệp trong ngành tháo gỡ khó khăn. Dưới đây là những kiến nghị cụ thể của VBA tại hội thảo.

Ngành Đồ uống là một ngành đóng góp cho ngân sách cho các địa phương rất lớn, hàng năm ngành đóng góp khoảng 60 ngàn tỉ cho ngân sách nhà nước, đã tạo việc làm cho hàng trăm ngàn lao động trực tiếp và hàng triệu lao động gián tiếp trong chuỗi cung ứng.

Đợt dịch lần thứ 4 này đã ảnh hưởng rất lớn tới các doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp ngành Đồ uống nói riêng.

1. Sản lượng đồ uống sản xuất và tiêu thụ tại thị trường sụt giảm đáng kể ~ 10% mặc dù quý I/2021 so với năm 2020 có nhiều chuyển biến nhưng so với năm 2019 thì doanh thu vẫn sụt giảm trên 10%, do ngành Đồ uống là một ngành dịch vụ, chủ yếu phục vụ nhu cầu tại chỗ.

2. Người lao động ở một số ngành phụ trợ, nhà hàng bị mất việc làm... có doanh nghiệp giảm sản lượng tới 50% dù áp dụng mọi biện pháp, nhiều nhà máy, doanh nghiệp mới thành lập vẫn còn khoản vay lớn nên không sản xuất đủ công suất thiết kế thì sẽ không trụ nổi và dẫn tới có thể phá sản, giải thể.

3. Vấn đề lưu thông sản phẩm đồ uống (bia,...) của doanh nghiệp tại một số tỉnh phía Nam gặp khó khăn trong quá trình lưu thông qua các chốt, trạm, bởi sản phẩm đồ uống (bia,...) bị liệt vào danh mục hàng hóa, thực phẩm không thiết yếu. Ngày 29/7, Chính phủ đã kịp thời có ra văn bản số 5187/VPCP-CN tạo điều kiện thuận lợi cho vận chuyển hàng hóa.

4. Theo quy định thì tiền thuê đất các doanh nghiệp tại các khu công nghiệp theo chu kỳ 05 năm

sẽ thay đổi 01 lần theo chiều hướng tăng lên cũng sẽ tạo thêm gánh nặng cho doanh nghiệp.

Cũng như các ngành hàng khác, ngành đồ uống đã và đang bị ảnh hưởng rất lớn từ đại dịch Covid-19, do ngành đồ uống là ngành dịch vụ, phục vụ nhu cầu tiêu dùng tại chỗ. Để duy trì hoạt động sản xuất, kinh doanh, các doanh nghiệp Đồ uống đã và đang cố gắng áp dụng mọi biện pháp để duy trì sản xuất, kinh doanh như:



DOANH NGHIỆP THẢO GỖ KHÓ KHĂN



Mặc dù gặp nhiều khó khăn nhưng các doanh nghiệp Đồ uống vẫn duy trì cung ứng đa dạng các sản phẩm tới người tiêu dùng.

✓ Cắt giảm lao động, giảm giờ làm, giảm lương, giảm tối đa các chi phí, bên cạnh đó nghiên cứu tạo ra các sản phẩm mới, đổi mới cách phân phối sản phẩm mới như bán hàng online, tăng cường phương thức bán hàng tại các chuỗi siêu thị... để giảm thiểu chuỗi cung ứng bị đứt gãy.

✓ Mặc dù các doanh nghiệp trong ngành Đồ uống là ngành luôn bị thiệt hơn các ngành khác ngay cả trong việc được hưởng các gói hỗ trợ từ Chính phủ, song các doanh nghiệp trong

ngành đồ uống vẫn đã và đang cố gắng chủ động trong điều kiện có thể để chia sẻ và giảm bớt gánh nặng phần nào của Chính phủ trong công tác phòng chống đại dịch Covid-19.

Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam xin nêu ra một số đề xuất, giải pháp, kiến nghị như sau:

Thứ nhất: Với tình hình hiện nay, để duy trì sản xuất (dù đối với doanh nghiệp có áp dụng 3 tại chỗ hay không) thì bên cạnh việc quyết liệt trong công tác phòng chống dịch, Chính phủ cũng nên xem xét đẩy mạnh, đẩy nhanh việc

tiêm vaccine cho người lao động ở các doanh nghiệp, đặc biệt là nên cân nhắc và xem xét ưu tiên đối tượng người lao động trong các khu công nghiệp vì đó là nơi tiềm ẩn rủi ro lây nhiễm cao. Hơn nữa, người lao động là đối tượng tạo ra của cải vật chất cho xã hội.

Thứ hai: Ngoài việc chăm lo cho sức khỏe của người dân, Chính phủ cũng cần chăm lo cho sức khỏe của doanh nghiệp. Chính phủ cần xem xét, áp dụng nhiều chính sách, tích cực có hiệu quả, nhanh hơn nữa, từ đó mới duy trì và phục hồi được doanh nghiệp.

Thứ ba: Tiếp tục duy trì, gia hạn và triển khai hiệu quả các gói hỗ trợ cho các doanh nghiệp, người lao động chịu ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch, trong đó có các doanh nghiệp trong ngành Đồ uống để tạo động lực, tiếp sức cho doanh nghiệp và người lao động.

Thứ tư: Đối với tiền thuê đất tại các khu công nghiệp, theo chu kỳ 5 năm sẽ điều chỉnh và có xu hướng điều chỉnh tăng, vì vậy, chúng tôi kiến nghị tại thời điểm này tạm dừng chưa nên tăng giá tiền thuê đất tại các khu công nghiệp; nên giãn thời hạn nộp thuế tiêu thụ đặc biệt;

Thứ năm: Nên cắt giảm hết các chi phí chưa cần thiết để giảm gánh nặng cho doanh nghiệp, các phí như: phí bảo hiểm, phí công đoàn... ■

RECOMMENDATIONS OF VBA TO HELP

Participating in the online workshop “Maintaining production during the Covid-19 pandemic: Problems and solutions”, organized by the Vietnam Chamber of Commerce and Industry (VCCI) in collaboration with the Central Institute for Economic Management (CIEM) in the organization, Ms. Chu Thi Van Anh - Vice President cum General Secretary of Vietnam Beer-Alcohol-Beverage Association - delivered a speech, in which she pleaded for help so that businesses in the industry could overcome hardships. The followings are the specific recommendations of VBA at the workshop.

Beverage industry is one of major contributors to local budgets; annually, the industry contributes about 60 trillion VND to the state budget, it has created jobs for hundreds of thousands of direct workers and millions of indirect laborers in the supply chain.

This pandemic has greatly affected all businesses in general and businesses in the beverage industry in particular.

1. Beverage production and consumption in the market decreased significantly (~ 10%). Although, the first quarter of 2021, compared to 2020, saw many changes, but the revenue still decreased by over 10% compared to pre-pandemic 2019. Because the Beverage industry is a service industry, it serves mainly local demand.

2. Workers in a number of supporting industries, restaurants have lost their jobs... Some businesses see their output reduced up to 50%, despite all measures being applied. Many newly established factories and enterprises still have large operating debts, if

their production can't meet desired capacity, this will lead to mass bankruptcy and dissolution.

3. Beverage companies in some Southern provinces have problem circulating their products through COVID checkpoints and stations because beverage companies is listed on the list of non-essential goods and food. On 29th July, the Government promptly issued Official Dispatch No 5187/VPCP-CN on Creating favorable conditions

for goods transportation during COVID-19 pandemic.

4. According to current regulations, the payment for land rent of enterprises in industrial zones will increase every 05 years which will also create more burden for enterprises.

Like other industries, the beverage industry has been greatly affected by the Covid-19 pandemic. Because the beverage industry is a service industry, serving



BUSINESSES OVERCOME DIFFICULTIES



Despite facing many difficulties, Beverage sector still maintain supply line of a wide range of products to consumers.

local demands; the industry has been trying to apply all necessary measures to maintain production and business, such as:

- ✓ Reducing labor and working hours, reducing wages, minimizing costs; besides developing new products, innovations in methods of distribution of new products are also implemented, including: online sale, enhancing sales methods at supermarket chains..., to minimize the breaking of supply chains.

- ✓ Although the beverage industry has always been in

disadvantage compared to other industries, even in receiving support packages from the Government, they have always been and are still trying to be proactive in every way to share the burden with the Government in the fight against Covid-19 pandemic.

The Vietnam Beer - Alcohol - Beverage Association would like to offer some suggestions, solutions and recommendations as follows:

- ✓ First: With the current situation, in order to maintain production (whether businesses

implement three-in-one model or not), besides being drastic in epidemic prevention, the Government should also consider pushing and accelerating the vaccination for workers in enterprises. Especially, they should consider giving priority to workers in industrial zones because those are where the COVID-19 infection probability is high.

- ✓ Second: In addition to taking care of people's health, the Government also needs to take care of 'businesses' health' with more effective and timely policies which make it possible for them to maintain their operations and recover.

- ✓ Third: the Government should continue to maintain and effectively deploy support packages for businesses and workers that are heavily affected by the pandemic, including those in the beverage industry. This will help creating motivation and confidence for businesses and workers.

- ✓ Fourth: For land rent in industrial zones, the rate will be adjusted every 05 years and tends to increase, hence, VBA recommends that at this moment, the land rent in industrial zones should not be increased. In addition, the deadline for excise tax payment should also be extended.

- ✓ Fifth: Other additional monetary duties for businesses, such as: insurance fees, union fees, etc., should be exempt during this time of hardship. ■

DUY TRÌ SẢN XUẤT TRONG THỜI KỲ DỊCH COVID-19

Dại dịch Covid-19 đã và đang có tác động, ảnh hưởng xấu trực tiếp đến nhiều ngành, lĩnh vực của nền kinh tế nước ta, đòi hỏi phải liên tục có những biện pháp mạnh mẽ, đồng bộ, hiệu quả để ứng phó trước mắt và lâu dài.

■ **KIM ANH** (tổng hợp)

Để có cơ sở cho cộng đồng doanh nghiệp tiếp tục kiến nghị, đề xuất với Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ các giải pháp tháo gỡ kịp thời, thiết thực hơn nữa giúp đất nước vượt qua giai đoạn khó khăn này, chiều 4/8, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) phối hợp với Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương (CIEM) tổ chức hội thảo trực tuyến “Duy trì sản xuất trong thời kỳ dịch Covid-19: Vấn đề và giải pháp”. Bà Chu Thị Vân Anh – Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam tham dự và phát biểu ý kiến tại Hội thảo.

Dưới sự chủ trì của ông Vũ Tiến Lộc - Chủ tịch VCCI, hội thảo tập trung vào ba nhóm giải pháp cụ thể:

Việc cấp thiết cần có các giải pháp và sáng kiến để duy trì sản xuất trong giai đoạn áp dụng Chỉ thị 16.

Vận chuyển hàng hóa phục vụ sản xuất và xuất khẩu đang bị gián đoạn do cách thực hiện khác nhau giữa các tỉnh, thành trong



TS. Vũ Tiến Lộc - Chủ tịch VCCI phát biểu tại buổi tọa đàm trực tuyến với doanh nghiệp.

cả nước. Các kiến nghị và giải pháp để khắc phục các vấn đề lưu thông liên tỉnh “luồng xanh” và lưu thông nội tỉnh, thành.

Việc xây dựng “lộ trình” để đưa sản xuất trở lại cần thiết được bàn thảo kỹ càng để tránh các tình huống bị động do biến động không thể dự đoán của dịch bệnh trong thời gian tới.

Bà Lý Kim Chi - Chủ tịch Hiệp hội Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh cho biết: Doanh nghiệp đang gặp nhiều khó khăn như: Chi phí

phát sinh cao, phải bán huế vốn hoặc bán lỗ mà vẫn phải giữ giá để ổn định thị trường, nguyên liệu không đủ nhưng vẫn phải trả lãi ngân hàng, nguy cơ chuỗi sản xuất đứt gãy. Bà đưa ra kiến nghị tiên quyết là “phủ” vaccine cho người động, đồng thời chính quyền không nên can thiệp quá vào “3 tại chỗ” của doanh nghiệp mà hãy để doanh nghiệp tự chịu trách nhiệm và chủ động phòng chống theo hướng dẫn của nhà nước.

Chỉ ra khó khăn của hoạt động vận tải khi có 4 bộ cùng tham gia quản lý (Bộ Y tế, Bộ Giao thông vận tải, Bộ Công Thương, chính quyền địa phương), ông Nguyễn Duy Minh - Tổng thư ký Hiệp hội Logistics Việt Nam đưa ra kiến nghị cần tháo gỡ yêu cầu xét nghiệm Covid -19 cho lái xe vận tải, khi mà các biện pháp phòng chống dịch Covid-19 đang tác động lớn đến hoạt động vận chuyển hàng hóa, gia tăng chi phí.

“Doanh nghiệp cần đóng vai trò kép vừa chống dịch vừa sản xuất. Không nên áp dụng cứng nhắc các mô hình, phát huy sáng kiến của doanh nghiệp nếu họ đảm bảo được an toàn, tăng tính chủ động của doanh nghiệp. Nên thay đổi và bỏ khái niệm hàng hóa thiết yếu thay vào đó là hàng hóa được lưu thông. Cần có kịch bản sống chung dài hạn với dịch, cần tính đến khả năng chịu đựng của doanh nghiệp” -

ông Phan Đức Hiếu – Phó Viện trưởng CIEM cho biết.

Vấn đề tiêm phòng vaccine cho người lao động được các doanh nghiệp rất quan tâm. Các Hiệp hội đồng tình kiến nghị nên ưu tiên tiêm vaccine cho người lao động khối các doanh nghiệp sản xuất và cần linh hoạt cho doanh nghiệp chủ động đưa ra các giải pháp tổ chức an toàn trong mùa dịch, tự tổ chức test covid cho người lao động tại doanh nghiệp. Những quy định đối với hàng hóa, con người lưu thông qua các tỉnh, địa phương cần được sự chỉ đạo xuyên suốt từ Chính phủ đến các bộ, ngành, địa phương, đảm bảo ưu tiên tối đa cho các doanh nghiệp vẫn đang nỗ lực tiếp tục sản xuất kinh doanh một cách an toàn và thông suốt. Cần có đường dây nóng xử lý khẩn cấp những tình huống phát sinh trong và ngoài vùng dịch để xử lý kịp thời những vướng mắc cho doanh

nh nghiệp trong lưu thông con người và hàng hóa.

Ông Vũ Tiến Lộc - Chủ tịch VCCI nhấn mạnh cần phải xác định hai mặt trận chống dịch, chống suy giảm kinh tế luôn phải song hành. Tình hình dịch COVID-19 còn kéo dài nên phải có biện pháp sống chung với dịch, có kịch bản thống nhất từ Chính phủ, áp dụng đồng bộ ở các địa phương, trong đó đề cao vai trò, tính tự chủ của doanh nghiệp. Chính phủ cần thúc đẩy những nền tảng mới, cải thiện môi trường kinh doanh, đẩy mạnh đầu tư công là những giải pháp toàn diện, hỗ trợ cho doanh nghiệp và nền kinh tế. Thời gian qua VCCI đã nhiều lần kiến nghị tới Chính phủ về biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp trong đại dịch Covid-19, đặc biệt là chính sách tài khóa, tiền tệ, hỗ trợ cho doanh nghiệp và có báo cáo kịp thời lên Chính phủ ý kiến của các Hiệp hội doanh nghiệp. ■

To provide a basis for the business community to continue giving timely and practical proposals and recommendations to Government and Prime Minister, especially to help the country overcoming this difficult period, in the afternoon of 04th August 2021, Vietnam Chamber of Commerce and Industry (VCCI), in collaboration with the Central Institute for Economic Management (CIEM), organized an online workshop with the title “Maintaining production during the Covid-19 pandemic: Problems and solution”. The Associations unanimously agreed that workers in the manufacturing industries need to be vaccinated and businesses should be allowed to proactively come up with safe solutions to organise by themselves covid testing for their workers. . Regulations regarding the trans-provincial circulation of goods and people need to be thoroughly supervised by all the levels of the Government from the Ministries to local state agencies to maximum priorities are given for businesses that are still trying to continue their operations safely and smoothly

Với những đổi mới trong thời gian qua, Tạp chí Đồ uống Việt Nam (cơ quan thông tin lý luận của Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam) đã góp phần lan tỏa những thông tin về vị trí, vai trò và trách nhiệm xã hội của ngành Đồ uống Việt Nam đối với kinh tế - xã hội. Đặc biệt, Tạp chí đã khẳng định được vị trí trong lòng độc giả, góp phần quan trọng vào việc giới thiệu, quảng bá thương hiệu, sản phẩm cho các doanh nghiệp trong ngành cũng như các chương trình ý nghĩa vì cộng đồng...

TRƯỜNG VĂN



TRUYỀN THÔNG GÓP PHẦN LAN TỎA, NÂNG TẦM THƯƠNG HIỆU CHO DOANH NGHIỆP

Đổi mới, sáng tạo, đáp ứng nhu cầu của bạn đọc và doanh nghiệp

Năm 2021 là năm Tạp chí Đồ uống Việt Nam bước sang tuổi 21 trên hành trình thực hiện chức năng, nhiệm vụ là cơ quan thông tin lý luận của ngành Đồ uống Việt Nam, được Hiệp hội Bia - Rượu - Nước giải khát Việt Nam (VBA) cùng đồng đạo các doanh

nh nghiệp, bạn đọc ghi nhận và đánh giá cao. Tiếp nối thành công của sự kiện kỷ niệm 20 năm thành lập năm 2020, bước sang năm mới 2021, Tạp chí Đồ uống Việt Nam đã chủ động đưa ra các giải pháp kịp thời, phù hợp với tình hình dịch Covid - 19 nhằm đảm bảo duy trì các hoạt động của Tạp chí và từng bước vượt qua khó khăn do tác động của dịch bệnh. Lãnh

đạo Tạp chí Đồ uống Việt Nam xác định rõ, trong lúc khó khăn càng phải khẳng định được vị trí, vai trò của công tác truyền thông đối với doanh nghiệp, luôn chia sẻ và đồng hành cùng doanh nghiệp vượt qua khó khăn. Đặc biệt là luôn phải đổi mới, sáng tạo để đáp ứng nhu cầu của bạn đọc và cộng đồng doanh nghiệp. Mở đầu đó là sự đổi mới về nội dung và



hình thức bắt đầu từ số 1+2/2021 (số Xuân 2021) và thực hiện xuất bản song ngữ Việt - Anh bắt đầu từ số tháng 4/2021 đến nay. Nhờ đó, nội dung các số tạp chí không chỉ đáp ứng được nhu cầu của bạn đọc trong nước mà còn đáp ứng nhu cầu của bạn đọc quốc tế khi muốn tìm hiểu về ngành Đồ uống Việt Nam.

Tạp chí luôn thực hiện đúng tôn chỉ, mục đích của ngành, xuất bản đều đặn hàng tháng, nội dung phong phú, bổ ích gắn thông tin đồ uống với đời sống, hình thức đẹp, sang trọng. Tạp chí đã truyền thông đậm nét và hiệu quả các hoạt động trước, trong và sau Đại hội VBA khóa VI (nhiệm kỳ 2021 – 2025). Tháng 4 – 2021, Tạp chí đã kịp thời xuất bản cuốn tài liệu song ngữ Việt – Anh để phục vụ Đại hội Hiệp hội khóa VI, tổ chức sản xuất Video giới thiệu về

Hiệp hội... Phản ánh kịp thời các hoạt động của Hiệp hội, của các doanh nghiệp, nhất là những đề xuất, kiến nghị của Hiệp hội gửi tới Chính phủ và các bộ ngành về những chính sách liên quan đến ngành; các hội thảo trực tuyến mà Lãnh đạo Hiệp hội tham dự và phát biểu kiến nghị các giải pháp hỗ trợ giúp doanh nghiệp tháo gỡ khó khăn... Tạp chí có nhiều bài viết phản ánh những khó khăn của doanh nghiệp, của nhà hàng do ảnh hưởng của đại dịch Covid – 19, đồng thời phản ánh các hình thức bán hàng online của các doanh nghiệp để thích ứng với tình hình. Nhằm có thêm những thông tin về quốc tế liên quan đến ngành, Tạp chí đặt bài cộng tác viên viết về cách tính thuế Tiêu thụ đặc biệt (TTĐB) ở Đức; những đóng góp của ngành bia đối với kinh tế nước Đức, kinh

nghiệm của các doanh nghiệp, nhà hàng ở nước này vượt qua khó khăn trong dịch Covid-19 như thế nào...

Với mong muốn đa dạng hóa các hoạt động truyền thông, tăng tính tương tác giữa toà soạn với bạn đọc và cộng tác viên, Tạp chí Đồ uống Việt Nam đã phát động Cuộc thi viết “Văn hóa uống - Uống có trách nhiệm” và Cuộc thi viết “Nơi tôi làm việc” nhằm lan tỏa văn hóa uống, uống có trách nhiệm trong cộng đồng và giới thiệu những hoạt động nổi bật của các doanh nghiệp trong ngành. Nhận thấy Cuộc thi viết “Văn hóa uống - Uống có trách nhiệm” có ý nghĩa xã hội lớn nên Tổng công ty CP Bia – Rượu – Nước giải khát Sài Gòn (SABECO) đã tài trợ cho Cuộc thi này với vai trò là Nhà tài trợ chính. Cuộc thi đã thu hút đông đảo các nhà



Các số Tạp chí Đồ uống Việt Nam ngày càng đổi mới về nội dung và hình thức.

văn, nhà báo, cộng tác viên và bạn đọc trên cả nước tham gia gửi tác phẩm dự thi. Tạp chí sẽ chọn đăng dẫn trên các số hàng tháng, Lễ trao giải Cuộc thi sẽ tổ chức vào thời điểm thích hợp với tình hình dịch.

Trước những tác động tiêu cực của đại dịch tới các doanh nghiệp trong ngành, giữa tháng 7/2021, Tạp chí đã có sáng kiến tổ chức tọa đàm trực tuyến với chủ đề “Kinh doanh thời Covid-19, thực trạng và giải pháp” nhằm giúp doanh nghiệp tháo gỡ khó khăn và để phù hợp với bối cảnh dịch bệnh hiện nay. Buổi tọa đàm trực tuyến có sự tham gia của đại diện Cục Công nghiệp, Vụ Thị trường trong nước (Bộ Công Thương), Ban lãnh đạo Hiệp hội, các chuyên gia kinh tế, thương hiệu, kinh doanh online, lãnh đạo, cán bộ thị trường của một số doanh

nh nghiệp trong ngành, đại diện một số cơ quan báo chí... Buổi tọa đàm đã nhận được sự đánh giá cao của các đại biểu và bạn đọc quan tâm đến vấn đề này, nhiều báo, tạp chí, trang thông tin điện tử đã truyền thông, đưa tin về sự kiện này.

Truyền thông góp phần nâng tầm thương hiệu...

Một trong những vai trò quan trọng của Tạp chí Đồ uống Việt Nam đó là công tác truyền thông doanh nghiệp. Trên chuyên mục “Doanh nghiệp - Thương hiệu” của Tạp chí đều có các bài viết giới thiệu sản phẩm, quảng bá thương hiệu của các doanh nghiệp trong ngành. Đồng thời có các bài phản ánh các hoạt động vì cộng đồng, tổ chức tiêm vaccine cho người lao động, công tác từ thiện, phát triển bền vững, bảo vệ môi trường... của

các doanh nghiệp trên chuyên mục “Doanh nghiệp với cộng đồng”, “Vì cộng đồng”. Tạp chí cũng nêu bật vị trí, vai trò của ngành Đồ uống đối với kinh tế - xã hội, mỗi năm toàn ngành nộp ngân sách khoảng trên 60 nghìn tỷ đồng, giải quyết việc làm trực tiếp và gián tiếp cho cả triệu lao động, đáp ứng đủ nhu cầu của người tiêu dùng, góp phần vào công tác an sinh xã hội... Được biết, các doanh nghiệp ngành Đồ uống đều nộp ngân sách ở vị trí nhất nhì của tỉnh, thành phố, các hoạt động xã hội từ thiện của địa phương đều có sự tham gia tích cực của các doanh nghiệp đồ uống.

Với việc xuất hiện thông tin, hình ảnh của mình trên Tạp chí Đồ uống Việt Nam đã giúp sản phẩm mới của doanh nghiệp đến gần hơn với người tiêu dùng, uy

tín của thương hiệu ngày càng được nâng cao. Nhờ đổi mới, sáng tạo trong công tác truyền thông trên Tạp chí in, trang điện tử vba.com.vn, trang Fanpage Tạp chí Đồ uống Việt Nam và các nền tảng công nghệ nên Tạp chí Đồ uống Việt Nam ngày càng thu hút sự quan tâm của bạn đọc, những thông tin về doanh nghiệp như giới thiệu sản phẩm mới, các chương trình khuyến mại, hoạt động vì cộng đồng... đã được đông đảo người tiêu dùng trong nước và quốc tế biết đến, từ đó họ đã lựa chọn và yêu thích sản phẩm. Có những bài trên Fanpage Tạp chí Đồ uống Việt Nam đã thu hút hơn 40.000 lượt đọc, hàng trăm lượt chia sẻ, sức lan tỏa ngày một lớn.

Theo đánh giá của bạn đọc và một số doanh nghiệp thì việc truyền thông trên Tạp chí Đồ uống Việt Nam thật sự hiệu quả, đây là kênh thông tin chuyên ngành rất hữu ích, là cầu nối giữa doanh nghiệp với đông đảo người tiêu dùng. Nội dung các số Tạp chí đều rất phong phú, phù hợp với nhiều đối tượng độc giả, ai cũng thấy bổ ích cho mình, đáng kể như các chuyên mục: Hoạt động Hiệp hội, Chính sách và Cuộc sống, Doanh nghiệp – Thương hiệu, Doanh nghiệp với cộng đồng, Khoa học Kỹ thuật, Công nghệ - Thiết bị, Nhìn ra thế

giới, Văn hóa – Đời sống, Đồ uống & Sức khỏe... Tạp chí còn mở một số chuyên mục mới nhằm đáp ứng nhu cầu của bạn đọc như: Thị trường đồ uống, Ăn và Uống, Văn hóa uống – Uống có trách nhiệm, Đồ uống với thể thao, Đồ uống với du lịch... Phóng viên của Tạp chí đã thực hiện nhiều chuyến khảo sát thực tế để phản ánh một cách khách quan về thị trường đồ uống hiện nay, ghi nhận những ý kiến của người tiêu dùng về sản phẩm cũng như xu hướng tiêu dùng. Có những bài viết phản ánh kịp thời về ảnh hưởng của dịch Covid – 19 đối với các nhà hàng, cửa hàng kinh doanh đồ uống, đồng thời phản ánh những giải pháp của cửa hàng, của doanh nghiệp để thích ứng với bối cảnh dịch bệnh như kinh doanh online, dịch vụ ship đồ ăn, đồ uống...

Uy tín, thương hiệu của Tạp chí đang từng bước được nâng cao, thu hút được sự tham gia hợp tác truyền thông của nhiều thương hiệu lớn trong ngành như SABECO, HABECO, Heineken Việt Nam, Tân Hiệp Phát, Kronen, POLYCO, một số công ty con của HABECO, một số đơn vị cung cấp nguyên liệu, thiết bị của nước ngoài... Nhiều nhà văn, nhà báo, nhà khoa học, chuyên gia kinh tế, chuyên gia thương hiệu có uy tín đã tham gia cộng tác với Tạp chí

góp phần làm cho nội dung mỗi số Tạp chí càng phong phú, hấp dẫn, chất lượng hơn.

Để có được những kết quả trên đây là nhờ sự quan tâm chỉ đạo của Lãnh đạo Hiệp hội, sự hợp tác phối hợp hiệu quả của Văn phòng Hiệp hội, sự quan tâm, hợp tác rất hiệu quả của các doanh nghiệp trong ngành. Đặc biệt là nỗ lực, quyết tâm, phát huy tính chủ động, sáng tạo, đổi mới của tập thể lãnh đạo, phóng viên, nhân viên Tạp chí cùng sự hợp tác chặt chẽ của các cộng tác viên và đối tác...

Trong những tháng cuối năm 2021, Tạp chí Đồ uống Việt Nam sẽ tiếp tục phát huy những kết quả đạt được, truyền thông hiệu quả hơn nữa cho ngành, tổ chức một số sự kiện truyền thông, xuất bản cuốn kỷ yếu và tuyên truyền sự kiện 30 năm thành lập Hiệp hội, hoàn tất mọi thủ tục để sớm có giấy phép phiên bản điện tử, nâng cao chất lượng nội dung, tiếp tục đổi mới cách trình bày tạp chí... Tạp chí Đồ uống Việt Nam mong tiếp tục nhận được sự quan tâm, hợp tác nhiều hơn nữa của các doanh nghiệp trong ngành để công tác truyền thông của Tạp chí ngày càng hiệu quả, góp phần lan tỏa và nâng tầm thương hiệu của các doanh nghiệp đồ uống ở thị trường trong nước và quốc tế. ■

With the recent renovations, Vietnam Beverage Magazine (the theoretical information agency of the Vietnam Beer - Alcohol - Beverage Association) has helped spreading awareness of the current position, role and social responsibility achievements of Vietnam's beverage industry in Vietnam economy and society. In particular, the magazine has affirmed its position in the heart of readers, playing important role in the introduction and promotion of industry members' brands and products as well as organising meaningful programs for local communities...

Những ngày tháng Tám lịch sử

Tháng Tám năm 1945 có những ngày hào hùng nhất của lịch sử dân tộc Việt Nam. Trong những ngày đáng nhớ ấy, dưới sự lãnh đạo của Đảng cùng Mặt trận Việt Minh, toàn dân ta đã nổi dậy khởi nghĩa, giành lấy chính quyền, xóa bỏ chế độ quân chủ phân tiến bộ, đánh bại bọn đế quốc xâm lược, đem lại độc lập, tự do, dân chủ, hạnh phúc cho nước nhà. Dưới đây là những ngày đáng nhớ trong tháng 8 năm 1945.

■ KHÁI HOÀN

*** Từ ngày 14 đến ngày 18 tháng 8:** Rất nhiều xã, huyện thuộc các tỉnh Cao Bằng, Lạng Sơn, Tuyên Quang, Yên Bái, Thái Nguyên, Bắc Kạn, Bắc Ninh, Bắc Giang, Phú Thọ, Vĩnh Yên, Phúc Yên, Hà Đông, Sơn Tây, Hải Dương, Hưng Yên, Kiến An, Thái Bình, Ninh Bình, Thanh Hóa, Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Ngãi, Khánh Hòa, Mỹ Tho, Sa Đéc đã nhanh chóng nắm bắt cơ hội, kịp thời nổi dậy giành chính quyền.

*** Ngày 16 tháng 8:** Một đơn vị Giải phóng quân do đồng chí Võ Nguyên Giáp chỉ huy, xuất phát từ Tân Trào, đánh chiếm thị xã Thái Nguyên để mở đường về Hà Nội.

*** Ngày 17 tháng 8:** Giải phóng quân đánh tỉnh lỵ Tuyên Quang. Phát xít Nhật chống trả dữ dội, nhưng trước khí thế vũ

bão của quân cách mạng, chúng phải xin điều đình và đến ngày 21 tháng 8 chính quyền tỉnh đã về tay Việt Minh.

*** Ngày 18 tháng 8:** Nhân dân các tỉnh Bắc Giang, Hải Dương, Hà Tĩnh, Quảng Nam nổi dậy giành chính quyền ở tỉnh lỵ thành công - đây là bốn địa phương giành được chính quyền tỉnh sớm nhất trong cả nước. Còn tại Hà Nội, ngày 17 tháng 8, Tổng hội Viên chức của chính quyền bù nhìn tổ chức một cuộc mít tinh lớn tại Quảng trường Nhà hát thành phố với hàng vạn người tham gia, để ủng hộ "Chính phủ lâm thời" Trần Trọng Kim. Dưới sự lãnh đạo của Xứ ủy Bắc Kỳ và Thành ủy Hà Nội, quần chúng cách mạng đã chiếm lấy diễn đàn cuộc mít tinh này: cán bộ của ta báo tin cho đồng bào biết phát xít Nhật đã

đầu hàng, trình bày tóm tắt chủ trương, đường lối cứu nước của Việt Minh, đã đảo chính quyền bù nhìn thân Nhật và chuẩn bị tham gia khởi nghĩa.

*** Ngày 19 tháng 8:** Nhân dân đánh chiếm Bắc Bộ Phủ, giành được chính quyền ở Hà Nội - nơi đầu não đặt cơ quan cai trị của bọn đế quốc lúc bấy giờ. Cùng ngày này, khởi nghĩa giành chính quyền đã thành công ở các tỉnh lỵ Yên Bái, Phúc Yên, Thái Bình (miền Bắc) và Thanh Hóa, Khánh Hòa (miền Trung).

*** Ngày 20 tháng 8:** Cuộc khởi nghĩa đã thắng lợi ở các tỉnh lỵ Thái Nguyên, Bắc Ninh, Ninh Bình (miền Bắc).

*** Ngày 21 tháng 8:** Cuộc khởi nghĩa thành công tại các tỉnh lỵ Cao Bằng, Tuyên Quang, Sơn Tây, Kiến An, Nam Định

VÀ QUỐC KHÁNH NƯỚC CHXHCN VIỆT NAM (2/9/1945 - 2/9/2021)



Chủ tịch Hồ Chí Minh
đọc Bản Tuyên ngôn Độc lập
tại Quảng trường Ba Đình
ngày 2/9/1945.

Ảnh: Tư liệu.

(miền Bắc) và Nghệ An, Ninh Thuận (miền Trung).

*** Ngày 22 tháng 8:** Cuộc khởi nghĩa tiếp tục giành thắng lợi ở các tỉnh lỵ Hưng Yên, Quảng Yên (miền Bắc).

*** Ngày 23 tháng 8:** Tại Huế, cuộc khởi nghĩa lật đổ được Vương triều Nguyễn, chấm dứt chế độ quân chủ chuyên chế suy tàn, nhu nhược, bảo thủ và phản dân chủ. Cùng ngày này, khởi nghĩa còn thành công ở các tỉnh lỵ khác: Bắc Kạn, Hòa Bình, Hà Đông, Hải Phòng (miền Bắc), Quảng Bình, Quảng Trị, Gia Lai, Bình Thuận, Lâm Viên (miền Trung) và Tân An, Bạc Liêu (miền Nam).

*** Ngày 24 tháng 8:** Cuộc khởi nghĩa giành chính quyền thắng lợi ở Phú Thọ, Hà Nam (miền Bắc), Phú Yên, Đắk Lắk, Bình Thuận

(miền Trung) và Gò Công, Mỹ Tho (miền Nam).

*** Ngày 25 tháng 8:** Cuộc khởi nghĩa giành chính quyền thắng lợi ở tỉnh lỵ Sơn Lãng (miền Bắc), Kon Tum (miền Trung). Cũng ngày hôm đó, phần khởi sau khi được tin Việt Minh đã nắm chính quyền tại Hà Nội, Huế cùng rất nhiều nơi khác ở miền Bắc, miền Trung, nhân dân Sài Gòn và hầu hết các tỉnh thuộc miền Nam như Chợ Lớn, Gia Định, Sóc Trăng, Vĩnh Long, Long Xuyên, Tây Ninh, Trà Vinh, Châu Đốc, Sa Đéc, Bến Tre, Bà Rịa, Thủ Dầu Một, Biên Hòa đã vùng lên khởi nghĩa thành công.

*** Ngày 26 tháng 8:** Nhân dân Sơn La, Hòn Gai (miền Bắc), Cần Thơ (miền Nam) khởi nghĩa giành chính quyền thắng lợi.

*** Ngày 27 tháng 8:** Cuộc khởi

nghĩa giành chính quyền ở Rạch Giá (miền Nam) thành công.

*** Ngày 28 tháng 8:** Cuộc khởi nghĩa thắng lợi nhanh chóng ở Đồng Nai Thượng (miền Trung) và Hà Tiên (miền Nam).

Như vậy, về cơ bản, chỉ trong vòng 2 tuần (từ ngày 14 đến ngày 28 tháng 8 năm 1945), quyền thống trị, áp bức của bọn đế quốc (Pháp, Nhật) được xây dựng suốt gần một trăm năm và chế độ quân chủ chuyên chế phản tiến bộ tồn tại hàng nghìn năm đã bị nhân dân ta lật đổ hoàn toàn. Lần đầu tiên, chính quyền cả nước được thực sự thuộc về nhân dân. Ngày 2/9/1945, tại Quảng trường Ba Đình, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã đọc bản Tuyên ngôn Độc lập, khai sinh nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa với thủ đô là Hà Nội. ■

BÁO CHÍ HÃY PHÁT HUY VAI TRÒ ĐỊNH HƯỚNG DƯ LUẬN VÀ CHIA SẺ CÙNG DOANH NGHIỆP TRONG ĐẠI DỊCH COVID-19

Trong thời điểm khó khăn do đại dịch Covid-19, tinh thần đoàn kết, tương thân tương ái của dân tộc ta cần được phát huy để sớm vượt qua đại dịch, trở lại trạng thái bình thường mới. Bên cạnh lực lượng tuyến đầu tham gia phòng chống dịch thì các cơ quan báo chí và nhà báo có vai trò rất quan trọng trong việc tuyên truyền, định hướng dư luận làm sao để mọi người cùng chấp hành tốt các quy định về phòng chống dịch, nhất là hãy chia sẻ và đồng hành cùng doanh nghiệp để họ vượt qua khó khăn hiện nay.

■ **VĂN MINH**

Báo chí cần phát huy hơn nữa vai trò định hướng dư luận...

Thực tế cho thấy, báo chí luôn có vai trò đặc biệt quan trọng trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ tổ quốc, nhất là trong các giai đoạn đất nước gặp khó khăn như chiến tranh, thiên tai, dịch bệnh... Theo chuyên gia nghiên cứu thì báo chí là hoạt động truyền thông đại chúng năng động, gắn với sự kiện thời sự - yếu tố tạo nên dư luận xã hội. Báo chí có vai trò không thể thay thế trong định hướng dư luận xã hội, góp phần thúc đẩy giải quyết những vấn đề mới nảy sinh trong đời sống. Dư luận xã hội là một thành tố quan trọng của ý thức xã hội, có khả năng tạo nên sức mạnh giải quyết hiệu quả các vấn đề xã hội, nắm bắt định hướng dư luận xã hội là nhiệm vụ trọng tâm của hoạt động công tác tư tưởng, trong đó báo chí là lực lượng chủ chốt. Trong bối cảnh dịch Covid-19 diễn biến phức tạp hiện nay, báo chí càng phải phát huy hơn nữa vai trò định hướng dư luận để người dân hiểu và chấp hành tốt các quy định về phòng chống dịch. Các nhà báo cần tiên phong trong công

tác tuyên truyền bằng nhiều hình thức khác nhau để người dân kịp thời nắm bắt được những thông tin chính thống, nhất là các chỉ thị của Chính phủ, của UBND các tỉnh, thành phố cũng như công tác phòng chống dịch của các địa phương. Những lúc như thế này, các nhà báo càng cần phải phát huy vai trò của mình, thể hiện rõ phẩm chất, bản lĩnh của mình, đưa tin có trách nhiệm, trung thực, chính xác, tránh đưa tin kiểu cảm tính, chạy theo mạng xã hội khi chưa được kiểm chứng. Tuyên truyền về phòng chống dịch Covid-19, một lần nữa các nhà báo lại khẳng định mình là “chiến sỹ trên mặt trận tư tưởng”, luôn gương mẫu và tiên phong trong cuộc chiến “chống dịch như chống giặc”, làm sao để các tác phẩm báo chí đi vào lòng người, giúp cho người dân nâng cao ý thức chấp hành các quy định về phòng chống dịch.

Trong thời gian qua, hầu hết các báo đài, tạp chí đều truyền thông rất hiệu quả về công tác phòng chống dịch Covid-19, chính nhờ thông tin kịp thời của báo đài nên người dân và các địa phương đã luôn chủ động và nâng cao ý thức phòng chống

dịch, thực hiện tốt Chỉ thị 16 của Thủ tướng Chính phủ, Chỉ thị 17 của UBND thành phố Hà Nội... Bên cạnh đó, cũng mong một số nhà báo và những người có ảnh hưởng trên mạng xã hội nên thận trọng hơn trong việc viết tin, bài và chia sẻ thông tin trên mạng xã hội, tránh dùng những câu cảm thán không phù hợp với bối cảnh dịch đang diễn biến phức tạp hiện nay. Với những câu cảm thán như “mừng quá 2 ngày liền giảm mạnh...”, “vui quá giảm rồi”, “chiều nay không có ca nhiễm mới...” (trong khi đó cả ngày địa phương này vẫn có hàng chục ca nhiễm)... “vô hình trung” tạo tâm lý chủ quan cho một số người dân thiếu thông tin hoặc cố tình ra đường khi không có việc cần thiết, ảnh hưởng đến nỗ lực của biết bao người. Chính lúc này rất cần phát huy vai trò định hướng dư luận của báo chí, truyền thông làm sao để người dân thực hiện tốt Chỉ thị 16 về giãn cách xã hội. Đối với mỗi người dân cần chấp hành tốt các quy định hiện hành, không ra đường khi không có việc thật sự cần thiết để nước ta sớm chiến thắng đại dịch, sớm trở lại trạng thái bình thường mới...



Báo chí cần phát huy vai trò định hướng dư luận và chia sẻ khó khăn cùng doanh nghiệp.

Báo chí hãy chia sẻ và đồng hành cùng doanh nghiệp vượt qua khó khăn

Đợt dịch lần thứ 4 này đã tác động lớn tới hoạt động sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp ngành Đồ uống Việt Nam nói riêng. Do dịch diễn biến phức tạp và thực hiện các quy định về giãn cách xã hội nên nhiều doanh nghiệp đã đưa ra các giải pháp phù hợp với thực tế để đảm bảo mục tiêu kép là vừa đảm bảo phòng chống dịch, vừa đảm bảo phát triển kinh tế. Tuy nhiên, do dịch bệnh kéo dài nên các doanh nghiệp ngành Đồ uống đều bị ảnh hưởng lớn, sản lượng tiêu thụ và doanh thu đều giảm so với cùng kỳ năm ngoái và cùng kỳ năm 2019, ảnh hưởng trực tiếp việc làm và thu nhập của người lao động.

Trong khi các doanh nghiệp đang gặp rất nhiều khó khăn thì có nhà báo lại có tiếng nói “lạc lõng” nếu không muốn nói là “bối lõng tìm vết”, thiếu tính xây dựng khi phản ánh về một doanh nghiệp, khiến cho hoạt động sản xuất, kinh doanh đã khó nay lại thêm khó khăn hơn, ảnh hưởng tới uy tín thương hiệu của doanh nghiệp. Một vấn đề nhỏ mà viết thành nhiều kỳ, không biết tác giả có “dụng ý” gì khi liên tiếp có các bài phản ánh về một đơn vị, trong khi đó vấn đề mà bài báo nêu đã được đơn vị đó khắc phục sửa chữa. Có tác giả còn viết bài mang

tính chất so sánh, nâng thương hiệu này và hạ thương hiệu kia trong bối cảnh các doanh nghiệp đang chịu tác động lớn do dịch Covid-19. Với những bài báo như vậy, xét về đạo đức nghề nghiệp thì rõ ràng chưa công minh, chưa khách quan, người cầm bút trước khi viết về vấn đề gì đó hãy tự đặt câu hỏi “viết cái gì, viết cho ai, viết như thế nào, viết vào thời điểm nào”. Các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh để góp phần giải quyết việc làm, đóng góp lớn cho nhà nước, nhất là trong bối cảnh khó khăn hiện nay Chính phủ đã có những chính sách hỗ trợ để các doanh nghiệp vượt qua khó khăn, trong khi đó lại có những bài báo “lạc lõng” gây thêm khó khăn cho doanh nghiệp. Với những bài báo như vậy, chúng ta có thể đặt câu hỏi do đạo đức nghề nghiệp của phóng

viên, nhà báo hay do mục đích gì phía sau bài báo?

Thiết nghĩ, trong bối cảnh khó khăn hiện nay, báo chí nên phát huy vai trò hướng dẫn dư luận, truyền thông tốt các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước trong công tác phòng chống dịch Covid-19 và phát triển kinh tế đất nước. Mỗi cơ quan báo chí và mỗi nhà báo hãy chia sẻ và đồng hành cùng doanh nghiệp để họ vượt qua khó khăn, tiếp tục đóng góp lớn cho kinh tế đất nước và giải quyết việc làm, đảm bảo an sinh xã hội. Hãy động viên, cổ vũ những doanh nghiệp làm ăn chân chính, đóng góp lớn cho ngân sách nhà nước, giới thiệu những mô hình, đơn vị điển hình trong việc thực hiện mục tiêu kép vừa đảm bảo phòng chống dịch, vừa đảm bảo phát triển kinh tế. ■

In the difficult time of Covid-19 epidemic, the spirit of solidarity and love of our nation and people needs to be greatly advocated so we could soon overcome the epidemic and return to normal lives. In addition to the frontline forces who are fighting against the epidemic, press agencies and journalists also have a very important role in propagating and orienting public opinion so that everyone can well abide by the regulations on disease prevention and control. Each press agency and journalist should join force and help businesses to overcome difficulties, continue to make great contributions to the country's economy, create jobs, and ensure social security. Let's encourage hard-working and genuine businesses that are contributing greatly to the state budget; introduce role-model companies who are performing well the dual goal of ensuring epidemic prevention and control as well as economic development.

CÔNG ĐIỆN CỦA THỦ TƯỚNG VỀ TĂNG CƯỜNG CÁC BIỆN PHÁP PHÒNG, CHỐNG DỊCH TRÊN TOÀN QUỐC

Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính vừa ký ban hành Công điện số 1102/CD-TTg ngày 23/8/2021 về việc tăng cường các biện pháp phòng, chống dịch COVID-19 trên toàn quốc.

Công điện gửi Bí thư Tỉnh ủy, Thành ủy, Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương; Bộ trưởng các Bộ, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ.

Nội dung công điện như sau:

Trên thế giới và trong khu vực, dịch bệnh COVID-19 với biến chủng Delta hiện đang gia tăng nhanh chóng. Trong nước, dịch bệnh diễn biến hết sức phức tạp, có nơi rất nghiêm trọng, nhất là tại Thành phố Hồ Chí Minh và một số địa phương phía Nam. Thực tiễn thời gian qua cho thấy các biện pháp phòng, chống dịch theo chỉ đạo của Trung ương và thực hiện của các địa phương, đặc biệt là biện pháp giãn cách xã hội đã được áp dụng kịp thời, đúng đắn, đạt kết quả tích cực, dịch bệnh có chiều hướng giảm tại 13/23 địa phương thực hiện giãn cách xã hội. Tuy nhiên, dịch bệnh có thể bùng phát bất cứ khi nào, ở bất cứ đâu.

Đảng, Nhà nước ghi nhận, biểu dương, đánh giá cao những nỗ lực của các lực lượng tuyến đầu, sự lãnh đạo, chỉ đạo của cấp ủy, chính quyền các cấp, sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị, đặc biệt là tinh thần đoàn kết, sự ủng hộ và tham gia của các tầng lớp Nhân dân, cộng đồng doanh nghiệp trong công tác phòng, chống dịch bệnh.

Để nhanh chóng ngăn chặn, đẩy lùi, kiểm soát dịch bệnh, bảo vệ sức khỏe, tính mạng của Nhân dân là trên hết, trước hết, Thủ tướng Chính phủ yêu cầu các đồng chí Bí thư Tỉnh ủy, Thành ủy, Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, cơ quan liên quan tiếp tục tập trung lãnh đạo, chỉ đạo và tổ chức thực hiện triệt để, nghiêm ngặt, quyết liệt, hiệu quả các biện pháp phòng, chống dịch COVID-19; trong đó đặc biệt lưu ý một số nội dung sau đây:

I. TẬP TRUNG LÃNH ĐẠO, CHỈ ĐẠO VÀ ĐẨY MẠNH HUY ĐỘNG SỰ THAM GIA CỦA NHÂN DÂN

1. Kết hợp linh hoạt, hiệu quả giữa tập trung chỉ đạo và phân cấp thực hiện, bảo đảm đáp ứng các yêu cầu về phòng, chống dịch và phát triển kinh tế - xã hội tại các địa phương. Lấy xã, phường, thị trấn là “pháo đài”, người dân là “chiến sĩ”, là trung tâm phục vụ, là chủ thể phòng, chống dịch. Sự tham gia, chấp hành, tuân thủ quy định của người dân đóng vai trò quyết định thành công trong phòng, chống dịch; đây là trách nhiệm, là nghĩa vụ và quyền lợi của mỗi người dân để bảo vệ sức khỏe cho chính mình, gia đình mình và cộng đồng. Chiến thắng dịch bệnh là chiến thắng của Nhân dân.

Đối với các địa phương đang thực hiện giãn cách xã hội, yêu cầu thực hiện nghiêm Chỉ thị số 16/CT-TTg. Đối với địa

phương thực hiện tăng cường giãn cách xã hội (như Thành phố Hồ Chí Minh, các tỉnh: Bình Dương, Đồng Nai, Long An), ngoài thực hiện nghiêm các quy định của Chỉ thị số 16/CT-TTg, yêu cầu người dân không ra khỏi nhà, “ai ở đâu ở đó”, cách ly người với người, nhà với nhà, xã phường với xã phường... và phải bảo đảm các yêu cầu y tế, lương thực, thực phẩm, dịch vụ thiết yếu và trật tự an toàn xã hội cho Nhân dân ngay tại xã, phường, thị trấn.

2. Người đứng đầu cấp ủy phải trực tiếp lãnh đạo, chỉ đạo và chịu trách nhiệm về kết quả công tác phòng, chống dịch trên địa bàn. Bảo đảm lãnh đạo, chỉ đạo tập trung, thống nhất, xuyên suốt, dứt khoát, quyết liệt, hiệu quả. Thành lập Trung tâm chỉ huy phòng, chống dịch các cấp do đồng chí Chủ tịch Ủy ban nhân dân đứng đầu, quy định rõ chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn, ban hành quy chế hoạt động; phân công ứng trực 24/24 giờ để kịp thời tiếp nhận, xử lý, báo cáo theo thẩm quyền mọi vấn đề liên quan phòng, chống dịch trên địa bàn.

Phải ưu tiên cao nhất cho công tác phòng, chống dịch bệnh. Tuy nhiên, tùy tình hình, cần quan tâm chỉ đạo phát triển các mặt kinh tế - xã hội và các công việc quan trọng khác trên nguyên tắc bảo đảm các điều kiện an toàn về phòng, chống dịch.

3. Huy động sự vào cuộc quyết liệt, đồng bộ của cả hệ thống chính trị; phát huy vai trò của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, Hội Cựu chiến binh Việt Nam, Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, Hội Nông dân Việt Nam, Công đoàn Việt Nam, Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh, các đoàn thể xã hội, tổ chức tôn giáo, các tổ chức khác và cộng đồng doanh nghiệp trong công tác phòng, chống dịch, nhất là vận động, hướng dẫn, giải thích, thuyết phục và yêu cầu người dân chấp hành nghiêm việc tăng cường giãn cách xã hội và các biện pháp phòng, chống dịch.

4. Công tác phòng, chống dịch bệnh COVID-19 là nhiệm vụ cấp bách trước mắt và lâu dài; không được tự mãn với kết quả phòng, chống dịch; tuyệt đối không chủ quan, lơ là, mất cảnh giác; phải luôn sẵn sàng cho mọi tình huống dịch bệnh có thể xảy ra.

5. Đại dịch COVID-19 diễn biến nhanh, phức tạp, khó lường, đặc biệt là sự xuất hiện của các biến thể mới, nguy hiểm; công tác phòng, chống đại dịch chưa có tiền lệ. Vì vậy, trong công tác lãnh đạo, chỉ đạo và tổ chức thực hiện cần nêu cao tinh thần đoàn kết, thống nhất; phát huy dân chủ, trí tuệ tập thể, bám sát thực tiễn, cầu thị, khiêm tốn, lắng nghe; khi thực hiện cần chủ động, linh hoạt, sáng tạo, không cầu toàn, không nóng vội, vừa làm vừa rút kinh nghiệm, kịp thời bổ sung, hoàn thiện phù hợp với tình hình, đạt hiệu quả cao nhất.

II. CÔNG TÁC TỔ CHỨC THỰC HIỆN

Tổ chức thực hiện vẫn là khâu yếu, nhất là ở một số xã, phường, thị trấn. Các bộ, ngành, địa phương theo chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn được giao khẩn trương khắc phục các hạn chế, yếu kém, tổ chức thực hiện quyết liệt hơn, nghiêm hơn, hiệu quả hơn các giải pháp:

1. Giãn cách xã hội là yếu tố quyết định để hạn chế tối

đa lây nhiễm dịch bệnh; phải thực hiện nghiêm, thực chất, kịp thời việc cách ly nguồn lây nhiễm trong cộng đồng, không để “chật ngoài lòng trong”. Phải tranh thủ “thời gian vàng” giãn cách để kiểm soát dịch bệnh nhanh nhất có thể, không để dịch bệnh lây lan.

2. Thần tốc xét nghiệm trên diện rộng là then chốt để phát hiện sớm, cách ly nhanh, phân loại kịp thời và điều trị phù hợp, hiệu quả người nhiễm COVID-19 theo quy định của Bộ Y tế.

3. Điều trị giảm tử vong là ưu tiên hàng đầu. Các địa phương chuẩn bị đầy đủ về cơ sở thu dung, chăm sóc điều trị người bệnh và người nhiễm COVID-19, bảo đảm đủ ô xy y tế, thuốc, trang thiết bị, vật tư và nhân lực y tế cho các cơ sở này. Tại các xã, phường, thị trấn đang thực hiện tăng cường giãn cách xã hội phải khẩn trương thiết lập các trạm y tế lưu động để bảo đảm hỗ trợ y tế, điều trị người nhiễm COVID-19.

Tổ chức huy động, tập huấn và phân bổ nhân lực cần thiết cho các địa phương có số ca nhiễm lớn, nhiều bệnh nhân nặng. Huy động nguồn lực, nhân lực, cơ sở vật chất y tế của các bộ, ngành, doanh nghiệp, tư nhân cho công tác điều trị. Bảo đảm việc phân loại, điều phối, chuyển tuyến kịp thời để điều trị tất cả bệnh nhân, đặc biệt đối với bệnh nhân có diễn biến nặng.

4. Bảo đảm an sinh xã hội là trọng yếu. Tại các địa bàn thực hiện giãn cách xã hội, phải bảo đảm lương thực, thực phẩm, các dịch vụ thiết yếu cho người dân, nhất là người nghèo, người già, phụ nữ và trẻ em, nhóm người yếu thế, người dễ bị tổn thương; huy động mọi nguồn lực xã hội, phát huy tinh thần tương thân, tương ái, giúp đỡ lẫn nhau, hoạt động thiện nguyện, không để bất cứ người dân nào thiếu ăn, thiếu mặc.

5. Vaccine, thuốc điều trị là chiến lược. Tiếp tục đẩy mạnh “ngoại giao vaccine” để có sớm nhất, nhiều nhất vaccine. Thúc đẩy mạnh mẽ và tạo điều kiện thuận lợi nhất cho việc nghiên cứu, chuyển giao công nghệ, sản xuất vaccine trong nước. Khuyến khích các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân nhập khẩu vaccine nhưng phải bảo đảm vaccine thuộc danh mục Bộ Y tế cấp phép và rõ nguồn gốc xuất xứ. Bộ Y tế chịu trách nhiệm cấp phép nhập khẩu, kiểm định và tổ chức tiêm chủng.

Tổ chức tiêm chủng miễn phí, an toàn, kịp thời, hiệu quả, không phân biệt các loại vaccine; không tổ chức tiêm dịch vụ có thu tiền. Thông tin đến người dân tinh thần vaccine tốt nhất là vaccine được tiêm sớm nhất; khắc phục ngay tình trạng chờ đợi lựa chọn vaccine.

Bộ Y tế tập trung chỉ đạo việc nhập khẩu, nghiên cứu, chuyển giao công nghệ, sản xuất trong nước thuốc điều trị COVID-19.

Bộ Tài chính chủ trì, phối hợp Bộ Y tế đề xuất cấp có thẩm quyền tăng phụ cấp cho lực lượng làm công tác tiêm vắc xin.

6. Bảo đảm an dân, an ninh, trật tự an toàn xã hội là nhiệm vụ quan trọng, nhất là tại các địa phương thực hiện giãn cách xã hội, tại các khu kinh tế, khu công nghiệp, khu chế xuất, các cơ sở sản xuất khác... Tăng cường công tác phòng, chống dịch tại các cơ sở giam, giữ, cơ sở cai nghiện, bảo trợ xã hội. Bảo đảm an toàn, an ninh trên không gian mạng.

7. Các địa phương chịu trách nhiệm: (a) Chủ động bảo đảm nhân lực, cơ sở vật chất theo phương châm “4 tại chỗ” để thực hiện các biện pháp phòng, chống dịch theo đúng chỉ đạo của Trung ương, nhất là tại các địa phương thực hiện tăng cường giãn cách xã hội; (b) Ưu tiên nguồn lực, tăng cường tiết

kiệm chi thường xuyên, nhất là các khoản chi chưa cần thiết, các khoản chi sự nghiệp có tính chất đầu tư, sử dụng tiết kiệm quỹ dự phòng ngân sách, quỹ dự trữ tài chính để tập trung cho phòng, chống dịch; (c) Có phương án và sẵn sàng về nhân lực, trang thiết bị, vật tư y tế, phương tiện, cơ sở khám bệnh, chữa bệnh để kịp thời hỗ trợ các địa phương khác khi có yêu cầu.

8. Tăng cường công tác truyền thông, bảo đảm thống nhất, kịp thời, chính xác. Giao 01 đầu mối có thẩm quyền ở các cấp chủ động cung cấp thông tin thường xuyên cho người dân về tình hình và các biện pháp phòng, chống dịch. Chú ý lắng nghe tâm tư, nguyện vọng, phản ánh của người dân; kịp thời hướng dẫn, cổ vũ, động viên để Nhân dân biết, hiểu, đồng cảm, tin tưởng và tự giác thực hiện giãn cách xã hội và các biện pháp phòng, chống dịch. Phát huy vai trò quan trọng của toàn bộ hệ thống truyền thông, nhất là mạng lưới thông tin cơ sở. Lan tỏa những mô hình tốt, điển hình tiên tiến, cách làm hiệu quả của tổ chức và cá nhân. Kiên quyết đấu tranh, phản bác các thông tin sai trái, xấu độc.

9. Bảo đảm vận tải, lưu thông hàng hóa kịp thời, thông suốt mọi lúc, mọi nơi. Các địa phương thực hiện nghiêm chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ với tinh thần chỉ kiểm tra tại điểm đi, điểm đến và bảo đảm các quy định an toàn phòng, chống dịch; bãi bỏ ngay các quy định không phù hợp. Phối hợp chặt chẽ, hiệu quả giữa các bộ, ngành và các địa phương để xử lý linh hoạt, tạo điều kiện thuận lợi cho việc vận tải, lưu thông hàng hóa, nhất là hàng hóa thiết yếu phục vụ phòng, chống dịch, phục vụ đời sống nhân dân và nguyên vật liệu sản xuất, hàng hóa xuất nhập khẩu...

10. Duy trì hoạt động sản xuất, kinh doanh ở những nơi đủ điều kiện theo nguyên tắc “an toàn mới sản xuất, sản xuất phải an toàn”. Các bộ, ngành, địa phương lắng nghe phản ánh, kiến nghị của doanh nghiệp, người dân và căn cứ tình hình thực tế, hướng dẫn, tổ chức sản xuất, kinh doanh an toàn. Tăng cường các biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp thiết thực, hiệu quả; kịp thời đánh giá, sơ kết, tổng kết các mô hình như: “3 tại chỗ”, “3 cùng”, “1 cung đường 2 điểm đến”, “doanh nghiệp xanh”... để rút kinh nghiệm, hoàn thiện và tổ chức thực hiện phù hợp với diễn biến tình hình. Lãnh đạo các cấp ở địa phương thường xuyên gặp gỡ, tiếp nhận, xử lý, tháo gỡ các khó khăn, vướng mắc cho doanh nghiệp tại địa phương. Tăng cường kiểm tra, giám sát bảo đảm an toàn phòng, chống dịch bệnh tại các doanh nghiệp.

11. Các Thành viên Chính phủ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Lãnh đạo cấp ủy, chính quyền các cấp ở địa phương, các cơ quan, đơn vị có liên quan, nhất là người đứng đầu, căn cứ chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn được giao, chủ động chỉ đạo, tổ chức thực hiện hiệu quả các nhiệm vụ, giải pháp về giãn cách xã hội, tăng cường giãn cách xã hội và các biện pháp phòng, chống dịch theo quy định của Trung ương và chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại Công điện này.

Các bộ, ngành, địa phương hỗ trợ tối đa cho các địa phương trong phòng, chống dịch; kịp thời động viên, khen thưởng các tổ chức, cá nhân có thành tích, xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm.

Văn phòng Chính phủ theo dõi, đôn đốc việc thực hiện Công điện này, kịp thời báo cáo Thủ tướng Chính phủ về những vấn đề phát sinh. ■



Phần lớn các hộ sản xuất rượu thủ công đều tự phát, thiết bị thô sơ, chưa đáp ứng đủ yêu cầu về an toàn thực phẩm.

KHÓ KHĂN TRONG CẤP GIẤY PHÉP SẢN XUẤT RƯỢU THỦ CÔNG

Ở Việt Nam, nghề nấu rượu tại các địa phương rất phổ biến nhưng đa phần là các hộ sản xuất nhỏ lẻ, manh mún, sản xuất không thường xuyên, nằm phân tán rải rác ở nhiều nơi và nấu bằng dụng cụ thủ công truyền thống. Do đó, các cơ quan quản lý gặp nhiều khó khăn trong công tác kiểm tra, đánh giá chất lượng và cấp giấy phép sản xuất theo quy định.

■ ÁNH DƯƠNG

Theo nghiên cứu, rượu thủ công tiêu thụ trên thị trường không được cấp phép còn chiếm tỷ trọng lớn, rượu làm ra chủ yếu cho người dân trực tiếp sử dụng hoặc tiêu thụ trong phạm vi làng xã. Một số địa phương có làng nghề truyền thống nấu rượu thì tiêu thụ không chỉ ở phạm vi làng, xã mà còn tới nhiều tỉnh, thành, nhất là các thành phố lớn. Việc không quản lý được hoạt động của rượu thủ công dẫn tới không kiểm soát được chất lượng, nhà nước không thu được thuế và tiềm ẩn nguy cơ mất an toàn thực phẩm. Điều đáng nói là hầu hết các hộ này đều đang sản xuất tự do, không quan tâm tới các quy định của pháp luật và các cơ quan chức năng cũng đang gặp

khó khăn trong việc yêu cầu các hộ đăng ký cấp giấy phép sản xuất rượu thủ công. Qua tìm hiểu ở một số địa phương, chúng tôi nhận thấy, một trong những nguyên nhân khiến các hộ nấu rượu thủ công chưa quan tâm đến việc đăng ký giấy phép sản xuất, kinh doanh rượu là do ngại làm thủ tục, hồ sơ, sợ mất chi phí, ngại phiền phức, hoặc do không nắm bắt được thông tin, quy định bắt buộc phải có giấy phép...

Các hộ sản xuất rượu thủ công tại các địa phương phần lớn là làm với quy mô nhỏ lẻ, vừa nấu vừa kết hợp sử dụng phụ phẩm để chăn nuôi. Hầu hết các cơ sở này đều không đảm bảo các tiêu chuẩn, điều kiện sản xuất rượu. Cơ vật chất đều hạn chế, lạc hậu, thiết bị, dụng cụ thô sơ,

các sản phẩm rượu đều để trong các can, chai nhựa không có nhãn mác, không được công bố chất lượng sản phẩm, không có ai kiểm tra, kiểm soát. Trong khi đó, để đủ điều kiện cấp giấy phép, các hộ sản xuất này phải đạt được những điều kiện nhất định về mặt pháp lý về môi trường, chất lượng, an toàn thực phẩm, nhãn mác hàng hóa cũng như cơ sở vật chất mà pháp luật quy định.

Theo chia sẻ của Giám đốc Sở Công Thương một địa phương có nhiều hộ nấu rượu cho rằng, quê tôi có loại rượu thơm ngon có tiếng, tuy nhiên việc cấp giấy phép, đăng ký thương hiệu cho các hộ sản xuất rượu thủ công vẫn còn nhiều khó khăn, hạn chế. Trong những năm qua, Sở Công Thương đã phối hợp



Nồi nấu rượu được sử dụng trong sản xuất rượu thủ công hiện nay.

với UBND các huyện, thành phố, tới các địa bàn có hộ nấu rượu thủ công để kiểm tra chất lượng, tuyên truyền, phổ biến các quy định của pháp luật về sản xuất, kinh doanh rượu thủ công. Tuy nhiên với địa bàn rộng, các hộ sản xuất vẫn làm theo phương pháp truyền thống với thiết bị lạc hậu, nguồn nước, bể chứa, vòi dẫn chưa đảm bảo nên công tác cấp Giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm - điều kiện để cấp giấy phép sản xuất rượu thủ công còn gặp nhiều khó khăn.

Bên cạnh đó, công tác xác định hoạt động buôn bán của các cơ sở sản xuất rượu thủ công không thực hiện đăng ký kinh doanh gặp nhiều khó khăn. Ông Phùng Quang Cảnh - Chủ tịch UBND xã Phú Đông (Ba Vì, Hà Nội) cho biết: Người dân tại địa phương có nghề nấu rượu truyền thống, phục vụ nhu cầu của gia đình và bà con quanh vùng nên không có dán tem, nhãn gì. Trên địa bàn xã, việc kê khai, đăng ký kinh doanh cho mặt hàng rượu nói riêng và các mặt hàng thủ công khác còn nhiều hạn chế. Khi có lực lượng kiểm tra, các cơ sở sản xuất rượu thủ công đều nói rằng họ chỉ sản xuất để phục vụ nhu cầu tiêu dùng gia đình, chăn nuôi, chứ không kinh doanh. Trong những

trường hợp này, lực lượng chức năng rất khó để xác định được họ có kinh doanh hay không để yêu cầu đăng ký hoặc xử phạt.

Hơn nữa, ngay trong nhận thức của người dân, việc đăng ký thương hiệu, dán nhãn sản phẩm vẫn còn nhiều mơ hồ, chưa hiểu hết những quy định về sản xuất, kinh doanh rượu. Bà Vũ Thị Sáng (hộ sản xuất rượu thủ công tại Lai Thành, Kim Sơn, Ninh Bình) cho biết: Chúng tôi nấu rượu lâu năm và được mọi người đánh giá là rượu ngon, êm, uống không đau đầu. Như vậy là được rồi, rượu của chúng tôi được chuyển ra Hà Nội, vào Sài Gòn cho người nhà bằng ô tô nên chỉ quan trọng cần đựng phải chắc chắn để vận chuyển không đổ, vỡ và không phải dán tem vì toàn người uống quen rồi.

Xiết chặt quản lý sản xuất, kinh

doanh rượu, nhất là với sản phẩm rượu tự nấu theo phương pháp thủ công là điều cần thiết, nhưng nếu làm quá mạnh tay thì sẽ ảnh hưởng tới đời sống của nhiều người dân. Đây là khó khăn không chỉ với các hộ sản xuất mà cả với các cơ quan quản lý.

Chính vì vậy, hiện nay, cùng với việc tăng cường quản lý, Sở Công Thương và các địa phương vẫn lấy tuyên truyền, vận động các hộ là chính để từng bước thay đổi nhận thức, ý thức trách nhiệm trong sản xuất kinh doanh, từ đó tự giác chấp hành các quy định. Đồng thời, lực lượng chức năng cũng tăng cường thanh tra, kiểm tra và xử lý những trường hợp cố tình vi phạm. Đây có thể xem là giải pháp hợp tình, hợp lý để từng bước đưa hoạt động sản xuất kinh doanh rượu đi vào nề nếp. ■

In Vietnam, local homemade liquor is very popular, but most of the distillers are small, isolated and scattered in many places and liquor is made using traditional manual tools. The type of liquor is not only consumed in villages and communes but also in many provinces and cities, especially big cities. Moreover, people are often unaware of the updated information and regulations that are required to have the licenses for the production of artisanal liquor nor care about quality of their products and food safety issues. As a result, local governments face many difficulties in inspecting and evaluating liquor quality and issuing the necessary licenses according to regulations.

SABECO TRAO TẶNG THIẾT BỊ Y TẾ, VẬT PHẨM VÀ NHU YẾU PHẨM CHO CÁC BỆNH VIỆN TUYẾN ĐẦU VÀ HỘ GIA ĐÌNH KHÓ KHĂN

Ngày 19 - 8 - 2021, Tổng công ty Cổ phần Bia – Rượu – Nước giải khát Sài Gòn (SABECO) và Trung ương Hội Liên hiệp Thanh niên Việt Nam chính thức triển khai chương trình “Tiếp sức Việt Nam” với mục tiêu tiếp sức cho các lực lượng tuyến đầu của đất nước, những người đang nỗ lực không ngừng nghỉ để ngăn ngừa đại dịch, và san sẻ những khó khăn với các gia đình tại các địa phương đang bị ảnh hưởng nặng nề nhất.

Chương trình “Tiếp sức Việt Nam” chính thức triển khai vào ngày 19/08/2021 tại các khu vực thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai, Cần Thơ và Khánh Hòa. Chương trình sẽ mở rộng đến các tỉnh, thành lân cận như Tây Ninh, Bà Rịa - Vũng Tàu, Sóc Trăng và dự kiến sẽ kết thúc hành trình vào ngày 26/8/2021.

Chương trình trao tặng 7 Máy thở chống xâm nhập và không xâm nhập MEK-ics MV2000 EVO 5 Korea, 65.000 khẩu trang y tế N95 và bộ áo bảo hộ 4 món, 35.500 chai nước rửa tay sát khuẩn và 20.000 thùng nước uống đóng chai đến các bệnh viện nhằm tiếp sức cho lực lượng tuyến đầu.

Chương trình phối hợp giữa SABECO và Trung ương Hội Liên hiệp Thanh niên Việt Nam cũng nhằm khởi động thực hiện chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính về Chương trình “Triệu túi An sinh” gửi tặng các hộ gia đình khó khăn. Trong đợt này, 5.000 “Túi quà an sinh” gồm lương thực, thực phẩm với tổng giá trị 2 tỷ đồng sẽ được gửi



Ông Bennett Neo - Tổng giám đốc SABECO trả lời phỏng vấn báo chí.

tặng 5.000 hộ gia đình khó khăn bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh Covid-19 tại 8 tỉnh, thành phố, với sự đồng hành của hệ thống siêu thị MM Mega Market và Hội viên, thanh niên tình nguyện tại địa phương. Theo đó, tổng giá trị thiết bị y tế, vật phẩm và nhu yếu phẩm đóng góp cho công tác xã hội và phòng chống dịch tại Việt Nam lên đến 10 tỷ đồng.

“Chúng ta đang phải cùng nhau đối diện với tình huống chưa từng xảy ra. Đại dịch Covid-19 đang ảnh hưởng đến từng người chúng ta, đến gia đình, đến mỗi người trên khắp cả nước. Bên cạnh những nỗi lo ngại về sức khỏe trước mắt, chúng ta còn chứng kiến sự bất an đang tăng dần ở khắp nơi trong cộng đồng. Những suy nghĩ và và lời nguyện cầu của



Chương trình "Tiếp sức Việt Nam" trao tặng máy thở, thiết bị y tế cho Bệnh viện Bệnh nhiệt đới TP Hồ Chí Minh.

chúng ta đều hướng đến những ai đang bị ảnh hưởng bởi vi rút trực tiếp hay gián tiếp. Là doanh nghiệp có lịch sử lâu đời tại Việt Nam, đây chính là thời điểm chúng ta hợp lực cùng nhau để thực hiện sứ mệnh của mình với nỗ lực không ngừng nghỉ để ngăn chặn sự lây lan của đại dịch Covid-19" - Ông Bennett Neo - Tổng giám đốc SABECO chia sẻ. "Với tinh thần "Vững vàng cùng nhau, mạnh mẽ cùng nhau", "TIẾP SỨC VIỆT NAM" mong muốn được chung vai tiếp sức cùng lực lượng tuyến đầu của đất nước. Đây cũng là cam kết của SABECO luôn đi cùng nhau, chung tay cùng Chính phủ, nhân dân Việt Nam trong cuộc chiến đẩy lùi COVID-19" - ông Bennett nói.

Anh Nguyễn Hải Minh - Phó Chủ tịch Thường trực Trung ương Hội Liên hiệp Thanh niên Việt Nam chia sẻ: "Ngay từ khi dịch bùng phát trở lại tại Việt Nam năm 2021, Trung ương Hội Liên hiệp Thanh niên Việt Nam đã kịp thời phát động các cấp bộ Hội, Hội viên, thanh niên cả nước chung tay cùng các cấp chính quyền trong công tác phòng chống Covid-19, đặc biệt đã triển khai rất nhiều chương trình, hoạt động trong Chương trình "San sẻ yêu thương chung tay vượt qua đại dịch", kịp thời trao tặng hàng triệu suất quà đến các lực lượng

tuyến đầu cũng như hỗ trợ hàng triệu người dân có hoàn cảnh khó khăn bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19, thông qua đó phát huy tinh thần tiên phong, tình nguyện của Hội viên, thanh niên trong việc chung tay cùng cả nước phòng chống dịch Covid-19. Chương trình "Tiếp sức Việt Nam" một lần nữa thể hiện tinh thần nhân ái, sẻ chia, sự trợ sức kịp thời của các tổ chức, cá nhân, cũng như huy động hội viên, thanh niên tiếp tục cống hiến sức trẻ, sẵn sàng tình nguyện mang đến những món quà thiết thực, có ý nghĩa cho các lực lượng tuyến đầu và những người dân khó khăn do dịch bệnh Covid-19". Là Công ty với lịch sử 146 năm phát triển tại Việt Nam, SABECO luôn cam kết thực hiện vai trò của một doanh nghiệp công dân có trách nhiệm, đặc biệt trong các giai đoạn trọng yếu của đất

nước. SABECO là một trong những doanh nghiệp đóng góp rất nhiều cho ngân sách nhà nước. Hoạt động kinh doanh của SABECO cũng góp phần tạo việc làm ổn định cho hơn 12.000 lao động trong cùng hệ sinh thái. Trong nhiều năm qua, bên cạnh các hoạt động kinh doanh, SABECO đã luôn đóng góp rất tích cực cho các dự án cộng đồng và dự án phát triển bền vững nhằm thúc đẩy việc tạo ra các giá trị tích cực cho đất nước và con người Việt Nam. Khi đại dịch COVID-19 xảy ra tại Việt Nam, SABECO thực hiện các chương trình hỗ trợ đội ngũ tuyến đầu của đất nước phòng chống dịch. Bên cạnh đó, chương trình "SABECO Cares" cũng được SABECO triển khai để đảm bảo sự an toàn sức khỏe các nhân viên trong hệ thống công ty.

Nguồn: SABECO

Saigon Alcohol Beer and Beverage Joint Stock Corporation (SABECO) has partnered with the Viet Nam Youth Federation to officially launch the "Community Care", a corporate social responsibility (CSR) program that shares our care to the healthcare frontliners & the affected communities in the fight against COVID-19. The "Community Care" will officially kick off on 19 August 2021 in Ho Chi Minh City, Binh Duong, Dong Nai, Can Tho and Khanh Hoa as well as in more isolated areas such as Tay Ninh, Vung Tau, Soc Trang. The journey is expected to end on 26 August 2021.

SABECO CAM KẾT PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG, MANG LẠI NHỮNG GIÁ TRỊ TỐT ĐẸP CHO ĐẤT NƯỚC VÀ CON NGƯỜI VIỆT NAM

Đại dịch lần thứ 4 bùng phát tại thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh phía Nam đã ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp nói chung và Tổng công ty Cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Sài Gòn (SABECO) nói riêng. Trước diễn biến phức tạp của đại dịch Covid-19, Ban Lãnh đạo SABECO đã kịp thời đưa ra các kịch bản và giải pháp để ứng phó với tác động của dịch bệnh. Mục tiêu chính là vừa phòng chống dịch, đảm bảo sức khỏe của người lao động, vừa đảm bảo sản xuất, kinh doanh, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng.

■ **HƯƠNG NGUYỄN**



Ông Nguyễn Hoàng Giang - Tổng Giám đốc SATRACO, đại diện Ban Điều hành SABECO trao tặng máy thở cho Bệnh viện Đa khoa Bình Dương.

Đạt “mục tiêu kép” nhờ chủ động đưa ra các giải pháp phù hợp và kịch bản cho mọi tình huống

Có thể nói, trong bối cảnh dịch diễn biến phức tạp hiện nay, việc SABECO vẫn đảm bảo sự duy trì hoạt động kinh doanh, ổn định việc làm cho người lao động trong hệ thống SABECO và các đối tác kinh doanh trong cùng chuỗi cung ứng thì quả là điều đáng mừng. Nhất là đơn vị vẫn đảm bảo được kết quả sản xuất, kinh doanh trong 6 tháng đầu năm 2021. Theo thông tin từ SABECO, kết quả kinh doanh 6 tháng đầu năm 2021, SABECO ghi nhận lãi sau thuế 2.057 tỷ, tăng 6% so với cùng kỳ năm ngoái. Bên cạnh việc thực hiện tốt mục tiêu kép, Doanh nghiệp này còn luôn thể hiện trách nhiệm doanh nghiệp công dân với cộng đồng, nêu cao giá trị văn hóa của doanh nghiệp. Một trong những giá trị nhân văn sâu sắc đó là việc SABECO luôn lấy “Con người là yếu tố trọng tâm. Sức khỏe và sự an toàn của nhân viên luôn là ưu tiên hàng đầu”.

Vậy bí quyết nào để SABECO đạt được những kết quả trên trong bối cảnh khó khăn chung hiện nay là gì? Câu trả lời chính là nhờ vào việc SABECO đã chủ động và sớm đưa ra kịch bản cho mọi tình huống, nhất là các giải pháp đồng bộ, phù hợp với thực tế tại Tổng công ty cũng như các công ty thành viên trong hệ sinh thái. Theo đó, Ban Điều hành Tổng công ty và Ban Giám đốc các công ty thành viên trên toàn hệ thống đã luôn giám sát chặt chẽ việc thực hiện Kế hoạch liên tục kinh



Bà Đinh Nguyễn Thị Hương - Giám đốc Truyền thông SABECO cùng đại diện Đoàn Thanh niên và MTTQ trao quà cho các hộ gia đình bị ảnh hưởng do dịch Covid-19.

The 4th outbreak in Ho Chi Minh City and the southern provinces has significantly affected the production and business activities of enterprises in general and Saigon Beer - Alcohol - Beverage Joint Stock Corporation (SABECO) in particular. Facing the complicated developments of the Covid-19 pandemic, SABECO's Board of Directors promptly proposed scenarios and solutions to cope with the impact of the epidemic. The main goal is to both prevent the epidemic, ensure the health of workers and ensure production and business and meet the needs of consumers. SABECO has been proactive and soon come up with scenarios for all situations, especially synchronous solutions, in line with reality at the Corporation as well as the member companies in the ecosystem. The whole system has applied very strict prevention and control measures from the first days. SABECO has organized to vaccinate for employees of the Corporation and its member companies, implemented the “3 on-site” model for employees at production steps, and implemented online work for the office. In addition, SABECO always shows responsibility to the community such as: “Strengthen Vietnam” - Join hands with the country and Vietnamese people in the fight against Covid-19 “...

doanh (BCP) trong toàn hệ thống, các chương trình và hoạt động của SABECO đều được thông suốt. Tất cả nhân viên đều được hỗ trợ trang bị các vật dụng thiết yếu và được hướng dẫn cụ thể các hành động cần thiết để ngăn ngừa sự lây nhiễm của Covid -19.

Toàn hệ thống áp dụng các biện pháp phòng ngừa kiểm soát dịch rất chặt chẽ từ những ngày đầu tiên. Nhờ vậy đã giữ được sự bình ổn trong thời điểm rất căng thẳng của dịch bệnh.

Các nhà máy và SATRACO thiết lập các phương án sẵn sàng ứng

phó với các các tình huống có thể xảy ra với mục tiêu giữ vững sự xuyên suốt trong mọi hoạt động để đảm bảo chất lượng hàng hóa cung ứng và đảm bảo duy trì sự ổn định nguồn hàng trên thị trường. Đội quản lý điều vận đã theo dõi sát sao tình hình biến động trên thị trường ở tất cả các khu vực để linh động điều phối nguồn cung ứng trong hệ thống các nhà máy. Các nhà vận tải bia được tăng cường giám sát chặt chẽ việc tuân thủ quy định an toàn phòng, chống Covid -19. Nhờ chủ động dự phòng nguồn nguyên nhiên liệu phục vụ cho sản xuất nên các nhà máy thuộc hệ thống của SABECO luôn đảm bảo sản xuất về số lượng và chất lượng, không ảnh hưởng đến kế hoạch đề ra. Bên cạnh đó, SABECO còn hỗ trợ các công ty trong cùng hệ thống và đối tác bằng việc ưu tiên chọn mua hàng hóa từ các công ty để thực hiện các chương trình hỗ trợ cộng đồng. Việc duy trì hoạt động kinh doanh của SABECO cũng đồng thời giúp duy trì việc làm cho các đối tác, khách hàng trong cùng chuỗi cung ứng.

Trong thời gian một số tỉnh, thành thực hiện giãn cách xã hội, SABECO vẫn đảm bảo được sự an toàn và sức khỏe cho công nhân và các đối tác trong khi vẫn duy trì ổn định cả kho bãi và vận tải. Các hoạt động sản xuất, vận chuyển đều được giám sát chặt chẽ và phối hợp nhịp nhàng. Chương trình SABECO CARES, một trong những chương trình dành cho nhân viên SABECO được triển khai dành riêng cho đội ngũ tuyến đầu, đây là những nhân viên đối diện với rủi ro lây nhiễm cao nhất do đặc thù công việc phải ra bên ngoài thị trường và phải tiếp xúc với nhiều khách hàng. Các nhà



Đại diện Chương trình "Tiếp sức Việt Nam" trao quà cho hộ gia đình gặp khó khăn do dịch Covid-19.

máy áp dụng quy định "3 tại chỗ" đều được trang bị đầy đủ theo quy định của địa phương để đảm bảo sức khỏe, an toàn cho các nhân viên.

Một trong những giải pháp kịp thời mà SABECO thực hiện khi xuất hiện làn sóng dịch lần thứ 4 đó là việc chủ động tiêm vaccine cho người lao động. Ngay từ đầu tháng 6, SABECO đã bắt đầu tìm kiếm các nguồn cung ứng vaccine phòng Covid -19 cho người lao động của SABECO trên toàn quốc. SABECO là một trong những doanh nghiệp lớn nhất đầu tiên tại Việt Nam chủ động làm việc với các đơn vị chức năng nhằm tìm kiếm nguồn cung ứng vaccine phòng chống Covid -19 cho người lao động SABECO. Ở thời điểm này, hơn lúc nào hết, SABECO càng ý thức vai trò trách nhiệm doanh nghiệp công dân của mình trong thời điểm đất nước cần và sẵn sàng chung tay với những nỗ lực không ngừng nghỉ và đầy trách nhiệm nhằm ngăn chặn sự lây lan của dịch

Covid-19 tại Việt Nam. Đồng thời thực hiện tốt các quy định về phòng chống dịch, thực hiện mô hình "3 tại chỗ" đối với người lao động ở các công đoạn sản xuất, thực hiện làm việc online đối với khối văn phòng nhằm đạt mục tiêu kép vừa phòng chống dịch, vừa đảm bảo cung ứng hàng hóa kịp thời, duy trì sản xuất - kinh doanh.

Thể hiện trách nhiệm với cộng đồng thông qua Chương trình "Tiếp sức Việt Nam"

Ngoài việc thực hiện tốt "mục tiêu kép" nói trên, SABECO còn luôn có những chương trình, hành động cụ thể, thiết thực mỗi khi người dân gặp khó khăn do dịch bệnh, lũ lụt... Đó là một trong những việc làm ý nghĩa, thể hiện trách nhiệm với cộng đồng, cùng với các địa phương nỗ lực giúp người dân vượt qua khó khăn.

Trước diễn biến phức tạp của dịch Covid-19 tại thành phố Hồ Chí Minh và nhiều tỉnh, thành

trên cả nước, SABECO và các công ty thành viên trong cùng hệ thống đã chủ động phối hợp với Hội Liên hiệp Thanh niên Việt Nam cùng một số Tỉnh đoàn, Thành đoàn thực hiện Chương trình “Tiếp sức Việt Nam” – Chung tay cùng Đất Nước và người dân Việt Nam trong cuộc chiến đẩy lùi Covid-19”. Thông qua Chương trình, SABECO đã kịp thời tiếp sức và hỗ trợ các lực lượng tuyến đầu trong công tác phòng chống dịch và các hộ gia đình ảnh hưởng bởi đại dịch Covid – 19.

Theo đại diện SABECO, mục tiêu của Chương trình “Tiếp sức Việt Nam” là nhằm tiếp sức cho các lực lượng tuyến đầu của đất nước, những người đang nỗ lực không ngừng nghỉ để ngăn ngừa đại dịch, và san sẻ những khó khăn với các gia đình tại các địa phương đang bị ảnh hưởng nặng nề nhất. Thông điệp truyền tải trong Chương trình “Vững vàng cùng nhau, Mạnh mẽ cùng nhau” (Stronger Together). Thông điệp thể hiện tinh thần luôn sẵn sàng kề vai sát cánh, tiếp sức cùng đội

ngũ tuyến đầu của đất nước mạnh mẽ vượt thử thách, cùng nhau đẩy lùi Covid - 19. Đồng thời, khích lệ tinh thần cộng đồng, cùng san sẻ những khó khăn, cùng giúp nhau vượt qua đại dịch vì một Việt Nam sớm khỏe mạnh. Chương trình cũng kêu gọi được sự chung tay đóng góp từ các đối tác, khách hàng, các công ty trong hệ sinh thái cùng tham gia đóng góp từ nguồn hàng hóa, vận chuyển và tham gia các hoạt động phục vụ chương trình.

Trong những ngày tháng 8 này, SABECO đã trao tặng 7 Máy thở chống xâm nhập và không xâm nhập MEK-ics MV2000 EVO 5 Korea, 65.000 khẩu trang y tế N95 và bộ áo bảo hộ 4 món, 35.500 chai nước rửa tay sát khuẩn và 20.000 thùng nước uống đóng chai cho hơn 200 bệnh viện đa khoa, bệnh viện dã chiến, các đội ngũ hỗ trợ phòng chống dịch tại các tuyến đầu thuộc 8 tỉnh, thành: Thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai, Tây Ninh, Bà Rịa Vũng Tàu, Khánh Hòa, Cần thơ và Sóc Trăng. Đồng thời kịp thời giúp

đỡ 5.000 gia đình khó khăn tại các khu bị ảnh hưởng nặng nề nhất, mỗi hộ được hỗ trợ các nhu yếu phẩm trị giá 400.000đ/túi quà.

Chia sẻ về điều này, ông Bennett Neo - Tổng Giám đốc SABECO cho biết: “Là một Doanh nghiệp có lịch sử lâu đời nhất tại Việt Nam, trong nhiều năm qua, SABECO luôn cam kết đóng góp cho sự phát triển bền vững của đất nước và con người Việt Nam. Chúng tôi luôn cam kết thể hiện vai trò của một doanh nghiệp công dân một cách có trách nhiệm nhất. Và, chúng tôi thể hiện điều đó qua chính những hành động thiết thực nhất nhằm đảm bảo sự an toàn cho người lao động của chúng tôi phải luôn được ưu tiên. Khi Việt Nam phải đối diện với những khó khăn bởi đại dịch Covid-19, chúng tôi sẵn sàng chung tay và sát cánh cùng Việt Nam trong cuộc chiến này”.

“Đây chính là thời điểm chúng ta cần hợp lực cùng nhau để thực hiện sứ mệnh của mình với nỗ lực không ngừng nghỉ để ngăn chặn sự lây lan của đại dịch Covid -19. “Với tinh thần “Vững vàng và mạnh mẽ cùng nhau”, SABECO sẽ tiếp tục chung vai sát cánh cùng đất nước và con người Việt Nam trong cuộc chiến đẩy lùi Covid-19 với những nỗ lực không ngừng nghỉ và đóng góp bằng những hành động thiết thực nhất” - ông Bennett nói.

Với những việc làm ý nghĩa và kết quả sản xuất, kinh doanh nêu trên, SABECO thật sự là mô hình tiêu biểu đáng được biểu dương và cũng là điều mà các đơn vị khác tham khảo, học tập để cùng vượt qua giai đoạn khó khăn này. ■



CÙNG BIA HÀ NỘI AN TÂM Ở NHÀ – NHẬN QUÀ LIỀN TAY

“Ở nhà là yêu nước” – thông điệp ý nghĩa trong thời gian giãn cách xã hội đang được lan tỏa rộng rãi đối với mọi người dân. Cùng cả nước chung tay chống dịch, thời gian qua, Bia Hà Nội đã triển khai nhiều chương trình hấp dẫn để động viên tinh thần khách hàng vừa vững tâm ở nhà chống dịch vừa có cơ hội trải nghiệm dịch vụ đặt hàng online và các chương trình khuyến mại hấp dẫn.

■ HOÀNG MAI

Mùa hè này, Bia Hà Nội có nhiều chương trình khuyến mại tri ân những khách hàng đã luôn đồng hành và yêu thích hương vị Bia Hà Nội, có thêm nhiều niềm vui và trải nghiệm thú vị khi thưởng thức bia trong những ngày hè ở nhà chống dịch. Bia Hà Nội bùng nổ lớn với hai chương trình khuyến mại đồng thời “Bùng sắc hè cùng Bia Hà Nội” đối với Bia Hà Nội lon 330ml và chương trình “Tìm thẻ cào trong mỗi thùng bia” dành cho Bia Hà Nội nhãn xanh lon 330ml. Hàng trăm nghìn phần quà hấp dẫn đang chờ đón các khách hàng tìm kiếm cơ hội trúng thưởng trong mỗi thùng Bia Hà Nội hè 2021. Sau hơn 1 tháng triển khai, hai chương trình đã nhận được sự tham gia đông đảo của khách hàng với hàng trăm

nghìn tin nhắn gửi về tổng đài chính thức của chương trình. Với mong muốn gia tăng thêm nhiều phần quà cũng như trải nghiệm thú vị của khách hàng khi sử dụng sản phẩm Bia Hà Nội, chương trình “Bùng sắc hè cùng Bia Hà Nội” tiếp tục kéo dài thêm đến hết ngày 15/9/2021 và chương trình khuyến mại Bia Hà Nội nhãn

xanh tiếp tục diễn ra đến hết ngày 07/9/2021.

Khi mà phố phường thiếu vắng đi không khí nhộn nhịp của những quán Bia hơi, chúng ta vẫn có cơ hội tìm cho mình một cách để thỏa niềm đam mê giản đơn với thức uống sảng khoái ánh vàng này. Thấu hiểu điều đó, Bia Hà Nội đã triển khai chương trình

“Staying at home is patriotic” - a meaningful message during social distancing is being widely spread to all people. Together with the whole country to fight against the epidemic, over the past time, Hanoi Beer has implemented many attractive programs to not only encourage customers to stay home to fight the epidemic while still have the opportunity to experience online ordering services and other attractive promotions. In this summer, Hanoi Beer launches two promotion programs: “Bright summer with Hanoi Beer” for Hanoi Beer 330ml can and “Finding scratch cards in each beer crate” for green label Hanoi Beer 330ml can. Hanoi Beer maintains 24/7 delivery service, making fast and safe delivery.



Bia Hà Nội triển khai chương trình khuyến mại hè với nhiều giải thưởng hấp dẫn.

giao hàng tận nhà, phục vụ bia mát lạnh đến tận tay khách hàng, giúp họ được thưởng thức vị bia thơm ngon tại gia mà vẫn đảm bảo an toàn 5K. Trong cuộc chiến đẩy lùi dịch bệnh, Bia Hà Nội quyết tâm cùng Chính phủ tuân thủ chặt chẽ các biện pháp chống dịch trên mọi miền Tổ quốc, đồng thời hỗ trợ tối đa cho người dân các nhu cầu thiết yếu mọi lúc, mọi nơi. Mỗi người hãy hy sinh một chút thói quen thường ngày, chút thú vui thường nhật, mọi thứ chậm lại để cuộc sống bình yên sẽ sớm quay trở lại. Hãy ở yên tại nhà, Bia Hà Nội sẽ giao hàng tới tận nơi cho quý vị, vừa đáp ứng nhu cầu cho người tiêu dùng vừa cùng cộng đồng phòng chống dịch. Hiện nay, Bia Hà Nội duy trì dịch vụ giao hàng 24/7, phục vụ người tiêu dùng trên cả nước một cách nhanh chóng, đảm bảo thực

hiện đầy đủ các quy tắc, quy định phòng chống dịch của Chính phủ.

Trong những ngày giãn cách xã hội, còn gì tuyệt vời hơn khi bữa cơm của gia đình bạn có thêm hương vị của Bia Hà Nội cùng với các món ăn mà các thành viên cùng nấu và thưởng thức. Đó như là chất xúc tác giúp cho tình cảm vợ chồng mặn nồng, đầm ấm. Với ý nghĩa đó, Bia Hà Nội đã tổ chức minigame “Bia hơi uống tại gia – Qua đến tay cực đã” với giải thưởng là 30 thùng Bia Hà Nội dành cho 30 khách hàng may mắn trúng thưởng khi chia sẻ hình ảnh mâm cơm gia đình cùng sản phẩm Bia hơi Hà Nội.

Trong thời điểm này, hơn lúc nào hết, tinh thần lạc quan, ý thức tự giác của mỗi người dân và ý chí đoàn kết bất diệt của dân tộc là vũ khí lợi hại để nhanh chóng đẩy lùi dịch bệnh. Ở nhà là mỗi người

đã góp sức cho công cuộc chống dịch chung của xã hội. Tuy ở nhà nhưng vẫn có bia Hà Nội giao đến tận nhà để thoả đam mê, cùng bạn bè nhậu online giúp tinh thần thêm sảng khoái hơn trong những ngày giãn cách xã hội.

Ngoài ra, các sản phẩm của Bia Hà Nội đã có mặt trên nhiều sàn thương mại điện tử như shopee, lazada... được nhiều khách hàng tin tưởng lựa chọn, mua sắm tiện lợi. Nhiều người đã chờ đợi để “săn sale” mua bia Hà Nội trong các chương trình giảm giá khủng của shopee vừa qua.

Hãy cùng Bia Hà Nội truyền đi ngọn lửa và quyết tâm chống dịch để nhanh chóng đẩy lùi dịch bệnh và mong sớm được cùng bạn bè tụ họp nâng cốc bia Hà Nội cười nói rôm rả khi cuộc sống trở lại “trạng thái bình thường mới.”

TÂN HIỆP PHÁT TRAO TẶNG GẦN TRIỆU SẢN PHẨM NƯỚC GIẢI KHÁT CHO LỰC LƯỢNG TUYẾN ĐẦU

Đợt dịch lần thứ 4 đang diễn biến phức tạp, nhất là ở các tỉnh phía Nam. Nhằm chung tay cùng cả nước chống dịch Covid-19, trong mấy tháng qua, Tập đoàn Tân Hiệp Phát đã trao gần một triệu sản phẩm nước giải khát các loại nhằm tiếp sức cho lực lượng tuyến đầu chống dịch và người dân tại một số địa điểm phong tỏa trong cuộc chiến đẩy lùi dịch bệnh.

Hiện nay, đợt dịch lần thứ 4 vẫn đang diễn biến khó lường, các lực lượng tuyến đầu như các bác sĩ, nhân viên y tế, lực lượng công an, bộ đội đang ngày đêm nỗ lực để thực hiện nhiệm vụ cứu chữa, chăm sóc người bệnh, truy vết, kiểm soát dịch bệnh. Các lực lượng tuyến đầu đã không quản nắng mưa, làm việc hết công suất, mồ hôi ướt đẫm trong những bộ đồ bảo hộ để vừa khám, chữa bệnh, đảm bảo công tác điều trị cho bệnh nhân, vừa truy vết, lấy mẫu, chăm sóc người dân tại các khu vực cách ly, đảm bảo công tác phòng, chống dịch. Chia sẻ với những khó khăn, vất vả của các lực lượng tuyến đầu và đồng hành với các địa phương bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh, trong mấy tháng qua, Tân Hiệp Phát đã trao tặng gần một triệu sản phẩm thức uống đến các lực lượng tuyến đầu chống dịch và người dân có hoàn cảnh khó khăn ở một số địa phương.

Ngay khi các tỉnh phía Nam bùng phát dịch nghiêm trọng, hơn 500.000 sản phẩm đã được Tập đoàn Tân Hiệp Phát nhanh chóng chuyển đến hỗ trợ các



bệnh viện dã chiến, bệnh viện điều trị Covid tại Thành phố Hồ Chí Minh và phối hợp Truyền hình Quân đội trao tặng đến các lực lượng phòng chống dịch tại các khu cách ly, khu vực phong tỏa, chốt biên giới và các chốt kiểm soát tại thành phố Hồ Chí Minh, Bình Phước, Tây Ninh,...

Đồng thời, thông qua tỉnh, hội chữ thập đỏ, đoàn thể, hiệp hội và tổ chức đã trao hàng trăm nghìn sản phẩm đến các điểm phòng chống dịch, người dân khu vực cách ly, phong tỏa. Ngày 3/8, nhằm chia sẻ và đồng hành với khó khăn của tỉnh Bình Dương, thông qua Tỉnh đoàn

The 04th outbreak situation is developing complicatedly, especially in many Southern provinces. In order to join hands with the whole country to fight the Covid-19 epidemic, in the past few months, Tan Hiep Phat Group has gifted nearly one million beverage products to support the personnel in the frontline and people in lock-down in Ho Chi Minh City, Binh Phuoc, Tay Ninh, Nghe An, Ha Tinh, Phu Yen, Ha Nam, Hau Giang ...

Bình Dương, Tập đoàn Tân Hiệp Phát đã trao tặng 72.000 sản phẩm bao gồm các sản phẩm chủ lực hiện nay của Tập đoàn như Trà Thanh nhiệt Dr Thanh, Trà Xanh Không Độ, Nước uống Number 1,... để trao cho các lực lượng tuyến đầu, các khu vực phong tỏa của tỉnh.

Trước đó, Tân Hiệp Phát cũng đã kịp thời trao tặng hơn 36.000 sản phẩm đến Bắc Giang để tiếp sức cho các lực lượng tuyến đầu; trao tặng hơn 26.000 sản phẩm tới các lực lượng phòng chống dịch tại Nghệ An, Hà Tĩnh; và trao tặng 60.000 sản phẩm trao cho các điểm chốt khu cách ly của tỉnh Phú Yên.

Trong thời gian giãn cách xã hội, các nhà máy của Tân Hiệp Phát tại Bình Dương, Hà Nam, Chu Lai, Hậu Giang đã thực hiện tốt phương án 3 “tại chỗ” (sản xuất tại chỗ - ăn tại chỗ - nghỉ ngơi tại chỗ) để đảm bảo sản xuất, kịp thời cung ứng sản phẩm cho thị trường. Hiện nay, các sản phẩm của Tân Hiệp Phát như Trà Thanh nhiệt Dr Thanh, Trà Xanh Không Độ, Nước uống vận động Number 1 Active Chanh Muối, Trà sữa Macchiato,... cũng được phân phối đến các siêu thị, cửa hàng thiết yếu và các trang bán hàng trực tuyến để phục vụ nhu cầu của người dân trong thời gian giãn cách xã hội.

Với những hoạt động ý nghĩa trên, Tân Hiệp Phát đã luôn thể hiện là đơn vị “có trách nhiệm với cộng đồng và xã hội”, đây là một trong 7 giá trị cốt lõi mà Tập đoàn đã và đang thực hiện. Tập đoàn cũng đã thực hiện tốt mục tiêu kép là vừa phòng chống dịch, vừa đảm bảo sản xuất, phát triển kinh tế... ■

NGƯỜI TÂN HIỆP PHÁT BẢN LĨNH CHUNG SỐNG CÙNG ĐẠI DỊCH

Tình hình dịch Covid-19 đang diễn biến phức tạp, nhất là ở các tỉnh phía Nam như TP.Hồ Chí Minh, Bình Dương, Long An, Tiền Giang, Đồng Nai, Cần Thơ, Đồng Tháp... Nhằm chung tay cùng tỉnh nhà trong công tác phòng chống dịch bệnh trên địa bàn tỉnh và thực hiện mục tiêu kép vừa phòng chống dịch vừa đảm bảo sản xuất, kinh doanh, phát triển kinh tế, Tập đoàn Tân Hiệp Phát đã có nhiều hoạt động thiết thực, hiệu quả và sớm có các giải pháp phù hợp, thể hiện tinh thần đoàn kết, quyết tâm chiến thắng đại dịch.

Ngay từ khi đợt dịch lần thứ 4 diễn ra, Ban Lãnh đạo Tập đoàn Tân Hiệp Phát đã đưa ra các kịch bản chống dịch, đặc biệt là thông điệp mà ông Trần Quý Thanh - Tổng giám đốc Tập đoàn gửi tới toàn bộ người lao động đó là: “Phải bản lĩnh, chung sống cùng đại dịch. Chúng ta những người sống với giá trị cốt lõi rõ ràng: Sống không chỉ cho bản thân mà còn cho gia đình và xã hội. Chúng ta không có sự lựa chọn, chờ đại dịch đi qua, né đại dịch hoặc sợ hãi hay khiếp sợ. Chúng ta chỉ có một lựa chọn là bản lĩnh, chung sống cùng đại dịch. Bản lĩnh hành động chưa chắc đã thắng nhưng yếu đuối và sợ hãi chắc chắn là thua”.

Ông Thanh cho biết thêm: Chúng ta đã, đang và vẫn ưu tiên đặt lợi ích lâu dài, đặt quyền lợi của người lao động lên trên và chấp nhận những khó khăn, thiệt hại trước mắt. Trong giai đoạn giãn cách chúng ta vẫn nỗ lực liên tục tìm ra những giải pháp để đảm bảo thực hiện an toàn 5K, tìm ra các cách làm việc hiệu quả để duy trì hoạt động của tổ chức, đảm bảo cam kết với khách hàng, cam kết với đối tác. Con người Tân Hiệp Phát hiểu rằng: Chúng ta nỗ lực duy trì sẽ giảm đi gánh nặng của xã hội và giúp cho tất cả những bên liên quan của Tân Hiệp Phát duy trì được hoạt động của họ. Phải bản lĩnh đương đầu và chung sống cùng đại dịch để làm chỗ dựa cho gia đình và cho tổ chức. Đó là cách tốt nhất đóng góp cho xã hội trong giai đoạn khó khăn này.

Cùng với giá trị cốt lõi “Có trách nhiệm với cộng đồng và xã hội”, thời gian qua, Tập đoàn Tân Hiệp Phát đã hỗ trợ hàng trăm ngàn sản phẩm thức uống có lợi cho sức khỏe đến các cán bộ, chiến sĩ, người dân vùng dịch.

Cùng với những nỗ lực không ngừng đầu tư cho con người và sản phẩm, lần thứ 6 liên tiếp Tân Hiệp Phát đã đạt Thương hiệu Quốc gia 2020. Là doanh nghiệp duy nhất nằm trong Top 5 doanh nghiệp nước giải khát hàng đầu Việt Nam, cung cấp nhiều sản phẩm thức uống có nguồn gốc nguyên liệu tự nhiên, tốt cho sức khỏe được hàng triệu người tiêu dùng trong và ngoài nước ưa chuộng.

Năm 2020 là một năm đầy thách thức về mặt kinh tế, tập thể Tân Hiệp Phát với khát vọng hướng tới 100 năm lan tỏa những giá trị tích cực đến cộng đồng, xã hội, sẵn sàng chinh phục, gạt hái những thành công trong năm 2021. Với những thành tựu và khí phách mà Tân Hiệp Phát đã và đang nỗ lực từng ngày gây dựng, chúng tôi - những con người Tân Hiệp Phát sẵn sàng cho những bước ngoặt mới trong năm 2021 và cùng cả nước quyết tâm chiến thắng đại dịch.

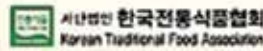
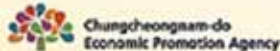
KIM CHUNG

LẦN ĐẦU TIÊN TRIỂN LÃM QUỐC TẾ THỰC PHẨM VÀ ĐỒ UỐNG VIỆT NAM TỔ CHỨC ONLINE

Triển lãm Quốc tế Thực phẩm và Đồ uống Việt Nam - Vietfood & Beverage - ProPack HCM City phiên bản trực tuyến được diễn ra từ ngày 12/8 đến ngày 12/9/2021.



PHIÊN BẢN TRỰC TUYẾN / Online Edition



GIAO THƯƠNG và TRIỂN LÃM TRỰC TUYẾN NGÀNH THỰC PHẨM HÀN QUỐC

Từ 12/08 đến 12/09/2021



Vietfood & Beverage – Propack là Triển lãm Quốc tế chuyên ngành Thực phẩm, đồ uống uy tín có tầm ảnh hưởng lớn tại Việt Nam, được tổ chức hai lần trong năm, tại TP Hồ Chí Minh và Hà Nội. Nhằm tri ân sự ủng hộ của các doanh nghiệp đối với triển lãm và hỗ trợ các doanh nghiệp phần nào tháo gỡ khó khăn do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, tăng hiệu quả kết nối B2C và B2B trong và ngoài nước, Triển lãm Vietfood & Beverage – Propack sẽ được tổ chức phiên bản trực tuyến đầu tiên trong bối cảnh đại dịch Covid-19.

Chương trình bao gồm gian hàng trực tuyến trên nền tảng số <http://online.foodexvietnam.com/>, kết hợp các cuộc gặp gỡ giao thương trực tuyến giữa nhà mua với nhà triển lãm và các hoạt động xúc tiến quảng bá đa dạng.

Bên cạnh sự tham gia của hàng trăm doanh nghiệp trong nước với các thương hiệu nổi tiếng, sự tham gia của các công ty, hiệp hội đến từ Hàn Quốc là một điểm nhấn cho sự kiện lần này. Với sự thành công của các kỳ triển lãm trực tiếp trước đây, năm nay các công ty Hàn Quốc tham gia gian hàng trực tuyến với kỳ vọng tiếp tục tiếp cận được nhiều hơn nữa người tiêu dùng, nhà mua Việt Nam thông qua nền tảng giao thương trực tuyến. Các cuộc gặp giao thương trực tuyến 1:1 giữa các nhà mua Việt Nam và các nhà triển lãm Hàn Quốc tiêu biểu sẽ được diễn ra trong suốt thời gian triển lãm

trực tuyến và gần 300 cuộc gặp đầu tiên được diễn ra trong 3 ngày (12 - 14/8/2021).

Triển lãm năm nay có sự tham gia của các công ty uy tín tại Hàn Quốc. Trong đó, Hiệp Hội Gạo, Lương thực Hàn Quốc (KRFA) với 14 công ty thành viên sẽ tham gia giới thiệu các sản phẩm tiêu biểu đa dạng từ gạo như bánh gạo, snack gạo, cơm cháy, bột gạo ăn dặm trẻ em, mỳ gạo, rượu... được chế biến bởi công nghệ tiên tiến, mang đến các sản phẩm được ưa thích nhất. Hiệp hội Thực phẩm Truyền thống Hàn Quốc với 6 công ty thành viên tham gia triển lãm lần này sẽ giới thiệu các sản phẩm truyền thống Hàn Quốc như rong biển, trà xanh, sản phẩm lên men (tương đậu), sản phẩm truyền thống... Sáu công ty thủy sản của Chungcheongnam-do sẽ giới thiệu tới thị trường Việt Nam các sản phẩm thủy sản tiêu biểu bao gồm rong biển, nghêu, cá muối, lươn biển nướng và các hải sản chế biến khác.

"Do dịch Covid-19 kéo dài, các công ty Chungcheongnam-do gặp khó khăn khi thâm nhập thị trường nước ngoài, do vậy

Mọi thông tin liên hệ:

Ms. Hoàng Ngân (0988 681296)
email: ngannh@vinexad.com.vn

Đăng kí tham quan gian hàng trực tuyến tại:

<http://online.foodexvietnam.com/>

Fanpage chính thức của

Triển lãm: <https://www.facebook.com/VietfoodBeverage>

lượng giao dịch xuất khẩu ngày càng giảm. Việc tham gia vào Triển lãm Quốc tế Thực phẩm và Đồ uống - Vietfood & Beverage thành phố Hồ Chí Minh năm 2021 - phiên bản trực tuyến sẽ là cơ hội tốt để các công ty thủy sản Chungcheongnam-do quảng bá sản phẩm, mở rộng thị trường tại Việt Nam" - phát biểu của Giám đốc điều hành Cơ quan xúc tiến Kinh tế Chungcheongnam-do.

Ngoài ra sự kiện còn có sự tham gia của công ty Mom&Young Bio Agricultural Corporation; công ty Okra International; Tập đoàn Geumsan Ginseng Cooperative; công ty DANMEE FOOD Co, Ltd... ■

Vietnam International Food and Beverage Exhibition - Vietfood & Beverage - Propack HCM City online version will take place from 12th August to 12th September , 2021. To appreciate the support of businesses for the exhibition and to support businesses partly overcoming difficulties caused by the Covid-19 pandemic, to increase the efficiency of B2C and B2B connections inside and outside Vietnam, the Vietfood & Beverage - Propack exhibition will hold its first online version in the context of the Covid-19 pandemic. The Programme includes online stalls, combining online trade meetings between buyers and exhibitors, and various promotional activities.

DIAGEO ỦNG HỘ THIẾT BỊ Y TẾ

Ngày 16/8/2021 vừa qua, Công ty TNHH Diageo Việt Nam (DVL), đơn vị sở hữu hàng loạt nhãn hiệu quốc tế nổi tiếng đã trao tặng 30 máy tạo oxy tới đại diện Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam (UBTWMTTQ Việt Nam) tại 6 quận trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh, bổ sung trang thiết bị hỗ trợ điều trị bệnh nhân Covid-19 của thành phố.

■ ANH VĂN

Đây là một phần trong gói hỗ trợ thiết bị y tế khẩn cấp của Diageo ủng hộ cho công tác phòng chống dịch Covid-19 tại Việt Nam. Gói hỗ trợ bao gồm 50 máy tạo oxy và 8.000 máy đo nồng độ oxy trong máu, tổng trị giá khoảng 3 tỷ đồng, sẽ tiếp tục được phân bổ cho các cơ sở y tế đang điều trị bệnh nhân Covid-19 tại TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội và tỉnh Ninh Thuận.

Diageo thực hiện Chương trình hỗ trợ khẩn cấp thiết bị y tế trong bối cảnh Việt Nam đang phải đối mặt với đợt dịch bùng phát lần thứ 4 diễn biến phức tạp do biến chủng Delta có tốc độ lây lan nhanh chóng. TP. Hồ Chí Minh hiện là tâm dịch của cả nước với số ca bệnh nặng tăng cao trong những tháng qua, khiến hệ thống chăm sóc y tế của thành phố đứng trước nhiều thách thức và có nguy cơ quá tải. Chính phủ Việt Nam đã và đang tập trung mọi nguồn lực để ưu tiên cứu trợ khẩn cấp cho TP. Hồ Chí Minh, nhằm tăng cường năng lực cho hệ thống y tế của thành phố trong việc điều trị bệnh nhân Covid-19 và đảm bảo an toàn cho cộng đồng.

Chung tay cùng với Chính phủ, với tinh thần làm việc khẩn trương và tập trung cao độ, cùng sự hỗ trợ nhiệt tình của UBTWMTTQ Việt Nam, Bộ Y tế,

Đại sứ quán Vương quốc Anh tại Việt Nam và các cơ quan hữu quan, chỉ trong vòng 2 tuần, Diageo Việt Nam đã kịp thời vận chuyển khẩn cấp 50 máy tạo ô-xi từ Anh về Việt Nam để trao tặng các cơ sở y tế tuyến quận, nhằm đáp ứng nhu cầu khẩn cấp về thiết bị y tế phục vụ việc điều trị bệnh nhân mắc Covid-19.

Ông Nguyễn Anh Thi - Tổng Giám đốc Diageo Việt Nam cho biết: “Là một doanh nghiệp Anh Quốc đang hoạt động tại Việt Nam, Diageo Việt Nam tự hào được đồng hành và hỗ trợ cộng đồng địa phương nhằm bảo đảm sự an toàn cho người dân và góp phần đẩy lùi đại dịch Covid-19. Cùng với việc lập kế hoạch ứng phó khẩn cấp, chăm sóc sức khỏe và đảm bảo an toàn cho nhân viên của chúng tôi, Diageo quyết định trao tặng số thiết bị y tế này cho các cơ

sở y tế, hỗ trợ Việt Nam đáp ứng nhu cầu điều trị khẩn cấp cho bệnh nhân Covid-19. Chúng tôi tin tưởng mạnh mẽ vào sự quyết tâm và đồng lòng của người dân Việt Nam, các tổ chức và doanh nghiệp cùng Chính phủ Việt Nam, sẽ vượt qua đại dịch chưa từng có tiền lệ này”.

Ông Võ Văn Thiện - Trưởng Ban Công tác phía Nam, Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam chia sẻ: “Việc trao tặng thiết bị y tế ủng hộ phòng chống dịch Covid-19 của Diageo là một việc làm thiết thực mang tính nhân văn cao, góp phần lan tỏa lời kêu gọi của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam đến mọi tầng lớp nhân dân, tổ chức và cá nhân trong cộng đồng. Mặt trận Tổ quốc Việt Nam đánh giá rất cao sự hỗ trợ kịp thời của các doanh nghiệp như Diageo Việt Nam tại thời điểm khó khăn này.

On Monday 16 August, Diageo Vietnam Limited, the owner of international prestigious brands, (DVL) delivered 30 units of Oxygen Concentrator to the Central Committee of Vietnam Fatherland Front at various districts in HCMC. This is part of Diageo's emergency relief package of medical devices for Covid-19 prevention in Vietnam. The medical devices include 50 units of Oxygen concentrators and 8,000 Oximeters with the total value of approximately 3 billion VND, which have been allocated to help Covid-19 patients in HCMC, Ha Noi and Ninh Thuan province.

PHÒNG CHỐNG DỊCH COVID-19



Diageo Việt Nam trao tặng thiết bị y tế ủng hộ công tác phòng chống dịch Covid-19 tại Việt Nam.

Chúng tôi sẽ phối hợp với Bộ Y tế và các cơ quan ban ngành chuyển các thiết bị y tế được trao tặng đến những nơi khó khăn nhất, hỗ trợ điều trị và cứu chữa bệnh nhân, giúp ngăn chặn sự bùng phát của Covid-19 và bảo vệ cộng đồng. Đồng thời, chúng tôi cũng mong luôn nhận được sự đồng tâm, chung sức của quý Doanh nghiệp cũng như bạn bè, thân hữu trong, ngoài nước ủng hộ công cuộc phòng, chống dịch bệnh COVID - 19 của Nhân dân Việt Nam”.

Với cam kết mạnh mẽ luôn đặt trách nhiệm và việc hỗ trợ cộng đồng lên hàng đầu tại bất cứ nơi đâu mà Diageo hoạt động, ngay từ khi dịch Covid-19 bùng phát ở Việt Nam vào năm ngoái, Công ty đã tích cực ủng hộ những nỗ lực của Chính phủ Việt Nam trong công tác phòng chống dịch Covid-19, và luôn tuân thủ nghiêm ngặt các biện pháp phòng chống dịch tại nơi làm việc và nhà máy của mình.

Vào tháng 3 năm nay, Diageo Việt Nam đã ủng hộ 3 tỷ đồng hưởng ứng lời kêu gọi gây quỹ “Cùng Tuổi Trẻ góp vắc xin Covid-19” của báo Tuổi Trẻ, góp phần giúp cán bộ tuyến đầu chống dịch được tiêm chủng miễn phí. Tháng 6 năm ngoái, Diageo Việt Nam đã đồng hành cùng Ủy ban Trung Ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam trao tặng Bộ Y tế 18.600 chai dung dịch sát khuẩn với tổng trị giá 670 triệu đồng, đồng thời triển khai chiến dịch “Clean Serve by Diageo” cung cấp các bộ kit sát khuẩn và hướng dẫn vệ sinh cho hơn 315 đối tác tại quán bar và các điểm bán trên khắp cả nước. ■

TUỔI TRẺ HABECO CHUNG TAY ĐỒNG LÒNG ĐẨY LÙI ĐẠI DỊCH COVID-19



Đại dịch Covid-19 tại Việt Nam tiếp tục kéo dài với nhiều diễn biến phức tạp, các lực lượng ở tuyến đầu chống dịch bệnh Covid-19 vẫn đang ngày đêm chiến đấu với dịch bệnh nguy hiểm, các chốt tuần tra kiểm soát hoạt động liên tục không ngừng nghỉ để đảm bảo dịch bệnh không lây lan trong cộng đồng.



Nhằm tiếp tục phát huy tinh thần tương thân tương ái, hỗ trợ công tác phòng chống dịch bệnh, được sự chỉ đạo của Đảng ủy Tổng công ty, Thành Đoàn Hà Nội và Đoàn khối Doanh nghiệp Hà Nội, ngày 12/8/2021, Ban Chấp hành Đoàn Thanh niên HABECO đã trao tặng 28.800 chai nước uống đóng chai UniAqua để tiếp sức và hỗ trợ các lực lượng đang thực hiện nhiệm vụ tại các chốt kiểm soát dịch tại các quận, huyện nội và ngoại thành Hà Nội.

Nghĩa cử cao đẹp của tuổi trẻ HABECO đã góp phần lan tỏa những hành động đẹp, tương trợ đồng bào trong bối cảnh cả nước cùng chiến đấu đẩy lùi đại dịch Covid-19.

Nguồn: HABECO

In order to continue promoting the spirit of solidarity; to support the prevention and control of the epidemic and under the leadership of the Party Executive Committee of Hanoi Beer - Alcohol - Beverage Joint Stock Company, the Hanoi Youth Union and Hanoi Business Union, on 12th August, 2021, the Executive Board of HABECO Youth Union delivered over 28,800 bottles of UniAqua bottled drinking water, as an act of support, to the on-duty forces at the checkpoints who are helping to control the epidemic in the inner and outer districts of Hanoi.



NHỮNG HẠT GẠO NGHĨA TÌNH

TRONG MÙA DỊCH

Với tinh thần sẵn sàng chia sẻ, chung tay phòng chống đại dịch Covid -19, sáng 28/7, chủ đầu tư chung cư Ecohome 2 (đường Tân Xuân, phường Đông Ngạc, quận Bắc Từ Liêm, Hà Nội) đã gửi đến người dân nơi đây 10 tấn gạo, bởi các hộ đang phải thực hiện giãn cách xã hội, phòng chống dịch. Cụ thể mỗi căn hộ được hỗ trợ 10kg gạo, những trường hợp F1, F0 phải đi cách ly tập trung được hỗ trợ 1 triệu đồng.

Phần quà tuy không lớn về vật chất nhưng hy vọng rằng những phần quà này sẽ giúp đỡ được một phần thực phẩm cho gia đình trong những ngày cách ly theo quy định. Dưới đây là một số hình ảnh PV ghi lại trong khu cách ly y tế.

Chùm ảnh của tác giả: **ĐỖ TUẤN ANH**



Ảnh 1: Tình nguyện viên là cư dân đang sống trong khu vực cách ly y tế chuyển gạo về nơi tập kết.

Ảnh 2,3: Mọi người đều thực hiện nghiêm việc đeo khẩu trang, mũ chắn giọt bắn trong quá trình vận chuyển để đảm bảo phòng dịch Covid-19.

Ảnh 3, 4: Tình nguyện viên hỗ trợ chuyển gạo đến từng căn hộ cư dân.

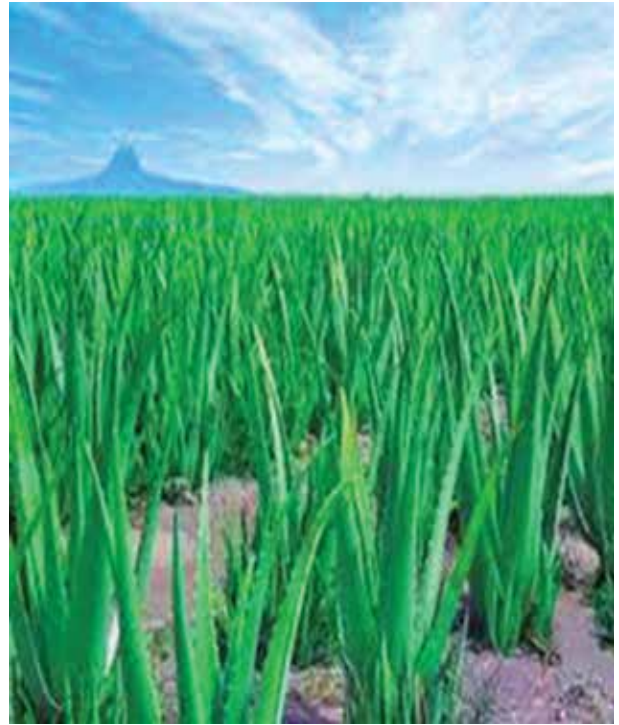
Ảnh 5: Mỗi hộ gia đình nhận được 10kg gạo.

Ảnh 6: Công ty Cổ phần Đầu tư và Thương mại Thủ đô cùng Công ty Cổ phần quản lý Bất động sản Ecolife là đơn vị hỗ trợ 10 tấn gạo cùng phần quà đến cư dân.

LÔ HỘI - ALOE VERA

Lô Hội Aloe - vera là cây thảo dược được biết đến hàng nghìn năm trước đây, tên khoa học là *Aloe Barbadensis Miller*. Xuất phát từ nguồn gốc La Tinh trên thế giới đặt tên Lô Hội là *Aloe vera*. Tại Việt Nam được đặt tên là cây Nha Đam. Thời cổ đại Lô Hội đã được sử dụng để chăm sóc da, chống nắng và chữa các bệnh rối loạn về da. Cách đây hơn 2000 năm, người Ai Cập gọi Lô Hội là cây “bất hủ”, còn Hy Lạp coi Lô Hội là “thuốc chữa bách bệnh của nhân loại”. Ứng dụng kỳ diệu của Aloe vera được chứng minh bởi thành phần các hoạt chất sinh học chứa ở trong lá Lô Hội, chất gel bao gồm cacbohydrate phức tạp được gọi là *Acemannan* cho phép chuyển dinh dưỡng để nuôi tế bào, đồng thời đào thải độc tố của cơ thể.

Thành phần hóa học trong Lô Hội chứa hơn 200 hợp chất khác nhau: bao gồm các loại *protein*, *vitamin*, *khoáng*, *20 acid amin*, và đặc biệt là các enzyme. Tất cả những hợp chất này đều cần thiết cho quá trình hoạt động giải phóng năng lượng, để phát triển cơ thể.



Thành phần dinh dưỡng của Lô Hội

Bảng 1: Thành phần các chất chứa trong Lô Hội

STT	Các vitamin	Các khoáng chất	Mucopolysaccarit và polisaccarit	Các acid amin không thay thế	Các acid amin thay thế	Các enzyme
1	A	Canxi	Xenlulo	Isoleucine	Acid Aspartic	Phosphatase
2	B1	Đồng	Glucoza	leucine	Acid Glutamic	Amylase
3	B2	Crom	Manoza	lysine	Alanine	Lipase
4	B6	Mangan	Aldonentoze	Methionine	Arginine	Catalae
5	B12	Magie	Hamnoze	Phenylalanine	Cysteine	Creatine
6	C	Sắt	Acemannan	Threonine	Glycine	Phosphokinase
7	Acid folic	Photpho		Valine	Hydroxyproline	Nuleotisae
8	Cholin	Kali			Serine	Cellulase
9		Natri			Tyrosine	Alkaline
10		Kẽm				Phosphatase

CẢI THIỆN SỨC KHỎE

Aloe vera Research Institute of California, Aloe research

Vai trò của Lô Hội

Lô Hội giúp cải thiện hệ tiêu hóa



Tiêu hóa kém có thể phát sinh một số các bệnh khác. Hệ tiêu hóa hoạt động tốt là một trong những chìa khóa nền tảng của sức khỏe. Lô hội được biết đến để làm dịu và làm sạch đường tiêu hóa. Nó đảm bảo sự hấp thụ chất dinh dưỡng tốt hơn và cũng loại bỏ các yếu tố có hại thông qua việc bài tiết. Lô hội cũng là phương thuốc đặc trị cho những người có vấn đề về tiêu chảy, táo bón cũng như hội chứng trào ngược axit. *Aloe vera* giúp giảm lượng vi khuẩn không thân thiện trong đường ruột và giữ cho hệ vi khuẩn cân bằng.

Lô Hội giúp loại bỏ độc tố khỏi cơ thể



Aloe vera là một loại thảo dược dạng nhiều gelatin, giống như rong biển và hạt chia. Gelatin có chức năng di chuyển qua đường ruột, hấp thụ độc tố trên đường đi và được đào thải. Điều này sẽ giúp cơ thể loại bỏ chất thải một cách nhanh chóng.

Aloe vera hiệu quả trong việc chống vi khuẩn, chống virus, chống nấm, kháng viêm



Tác dụng kỳ diệu của *Aloe vera* có được là do chứa 42 hoạt chất trong Lô Hội,

Lưu huỳnh Lupeol, Acid, Salicylic, acid Cinnamic, nitơ, urê và phenol, đều có khả năng ngăn chặn sự phát triển của các vi sinh vật gây bệnh, giúp loại bỏ nhiều bệnh nhiễm trùng bên trong và bên ngoài cơ thể.

Polysaccharide Aloe vera cho thấy vai trò của nó là chất chống viêm rất hiệu nghiệm, có tác dụng vô hiệu hóa nhiều loại men phá hủy thành niêm mạc và trong thực tế làm giảm nhẹ chứng viêm hoặc sưng. Chúng thực hiện các hoạt động chống viêm cùng lúc với việc thúc đẩy chức năng của hệ miễn dịch. Nghiên cứu khoa học chứng minh rằng các đặc tính diệt nấm, virus, vi khuẩn có thể giúp kiểm soát sự

tăng trưởng *Candida*, vì vậy hệ thống dạ dày, ruột có thể được phục hồi, các *Polysaccharide* này có thể thúc đẩy tính vận động của ruột, cải thiện quá trình bài tiết nhằm kích thích protein dị ứng từ ruột. Tất cả các quá trình làm chức năng và cấu trúc của thành dạ dày - ruột trở lại bình thường, do đó ngăn chặn được vòng tuần hoàn của phá hủy hệ miễn dịch.

Lô Hội giúp làm lành vết thương



Lô Hội đã được coi là sản phẩm chữa lành vết thương tự nhiên kể từ khi nó được phát hiện ra hàng ngàn năm trước. Theo nghiên cứu của tiến sĩ *Amar Surjushe*, khoa da liễu, tại *Mumbai, Ấn Độ*, *Andreas Alexander Đại Đế* và *Christopher Columbus*

đã sử dụng nó để điều trị cho những người lính bị thương. Trong nhiều trường hợp, cho thấy rằng Lô Hội hoạt động hiệu quả. Ngay cả trong trường hợp vết thương nặng. Nước ép Lô Hội có thể làm kín vết thương bằng cách đẩy dòng máu chảy vào vết thương. Trong nhiều nghiên cứu, đã chứng minh rằng Lô Hội có thể điều trị các vết bỏng, giúp phục hồi vùng da nhanh hơn.

Hiệu quả sử dụng của Lô Hội đã được chứng minh qua chức năng cải thiện hệ tiêu hóa, loại bỏ độc tố khỏi cơ thể, chống vi khuẩn, chống virus, chống nấm, kháng viêm, làm lành vết thương... Trên cơ sở nguyên liệu nhiều chất dinh dưỡng và chất chống oxy hóa, là các vitamin có tác dụng bảo vệ và nuôi dưỡng da, chống lại ảnh hưởng của tia cực tím giúp da không bị hư hại dưới ánh nắng mặt trời, đồng thời ngăn ngừa sự tạo thành nếp nhăn. Như vậy, Lô Hội còn là sản phẩm chăm sóc và cải thiện làn da. Đặc biệt, các chất dinh dưỡng trong Lô Hội như vitamin A (beta-carotene), vitamin C, vitamin E và nhiều nhóm vitamin B, kẽm và selen hữu cơ, Flavonoid sinh học, acid amin và các enzyme chống oxy hóa khác nhau. Lô Hội - Aloe vera chứa các thành phần dinh dưỡng tối quan trọng có tác dụng hiệu quả trong việc nâng cao sức khỏe cho cộng đồng.

Người giới thiệu: **NGUYỄN TIÊN PHONG**

Biên tập: PGS.TS **TRƯƠNG THỊ HÒA**

Tài liệu tham khảo:

1. *Natural and soothing Aloe vera - Cherie de Haas*
2. Công ty Cổ phần Dược phẩm Thiên Nguyên

The effectiveness of Aloe vera has been proved through the increase of improvement of digestive system, elimination of toxic substance, prevention of bacterium, virus, fungus and inflammation, healing of wounds, etc. Known as a nutritious material and antioxydant, Aloe also has Vitamine which take care of and protect skin from effect of ultraviolet ray, help to prevent bad effect of sunshine on skin and avoid wrinkle. Therefore, Aloe vera is definitely a product for skin care with nutritious substance such as Vitamine A, Vitamine C, Vitamine E, a range of Vitamine B, zinc, and organic Selenium, Flavonoid, amino acids and various antioxidant Enzymes. Aloe vera includes vital nutritious ingredients which have useful effect on improving health in community.

CHÍNH SÁCH MỚI CÓ HIỆU LỰC TỪ THÁNG 8/2021

Nhằm cung cấp thông tin cho bạn đọc, chúng tôi xin giới thiệu một số chính sách mới có hiệu lực từ tháng 8/2021.

Điều kiện hoạt động cung ứng dịch vụ thông tin tin dụng

Có hiệu lực từ ngày 15/08/2021, Nghị định số 58/2021/NĐ-CP ban hành ngày 10/06/2021 của Chính phủ quy định về hoạt động cung ứng dịch vụ thông tin tin dụng, trong đó, quy định cụ thể điều kiện cấp giấy chứng nhận hoạt động cung ứng dịch vụ thông tin tin dụng.

Nghị định nêu rõ: Công ty thông tin tin dụng chỉ thực hiện hoạt động cung ứng dịch vụ thông tin tin dụng sau khi được Ngân hàng Nhà nước cấp giấy chứng nhận.

Một trong các điều kiện để được cấp giấy chứng nhận là: Có hệ thống cơ sở hạ tầng thông tin đáp ứng yêu cầu tối thiểu sau: Có tối thiểu 2 đường truyền số liệu, mỗi đường truyền của một nhà cung cấp dịch vụ; có cơ sở hạ tầng thông tin có khả năng tích hợp, kết nối được với hệ thống thông tin của tổ chức tham gia; có hệ thống máy chủ đặt tại Việt Nam, hệ thống phần mềm tin học và các giải pháp kỹ thuật có khả năng thực hiện hoạt động cung ứng dịch vụ thông tin tin dụng đối với tối thiểu 5.000.000 khách hàng vay; có phương án bảo mật, bảo đảm an toàn thông tin; có phương án dự phòng thảm họa, bảo đảm không bị gián đoạn các hoạt động cung ứng dịch vụ thông tin tin dụng quá 4 giờ làm việc.

Bên cạnh đó, có vốn điều lệ tối thiểu 30 tỷ đồng; có người quản lý doanh nghiệp, thành viên ban kiểm soát đáp ứng yêu cầu...

Quy định mới về cơ chế tự chủ tài chính của đơn vị sự nghiệp công lập

Có hiệu lực từ ngày 15/08/2021, Nghị định số 60/2021/NĐ-CP ban hành ngày 21/06/2021 của Chính phủ quy định cơ chế tự chủ tài chính của đơn vị sự nghiệp công lập (SNCL) nhằm khắc phục những hạn chế tại Nghị định số 16/2015/NĐ-CP.

Nghị định số 60/2021/NĐ-CP bổ sung quy định cụ thể nguồn tài chính của đơn vị SNCL theo hướng tách rõ nguồn thu. Cụ thể, nguồn thu hoạt động sự nghiệp gồm:

- Thu từ hoạt động dịch vụ sự nghiệp công;
- Thu từ hoạt động sản xuất, kinh doanh; hoạt động liên doanh, liên kết với các tổ chức, cá nhân theo đúng quy định của pháp luật và được cơ quan có thẩm quyền

phê duyệt đề án phù hợp với chức năng, nhiệm vụ của đơn vị sự nghiệp công;

- Thu từ cho thuê tài sản công: Đơn vị thực hiện đầy đủ quy định của pháp luật về quản lý, sử dụng tài sản công và phải được cơ quan có thẩm quyền phê duyệt đề án cho thuê tài sản công.

Quy định mới về nâng lương cán bộ, công chức, viên chức

Có hiệu lực từ ngày 15/08/2021, Thông tư 03/2021/TT-BNV của Bộ Nội vụ sửa đổi, bổ sung một số điều về chế độ nâng bậc lương thường xuyên và nâng bậc lương trước thời hạn đối với cán bộ, công chức, viên chức và người lao động tại Thông tư số 08/2013/TT-BNV.

Theo đó, Thông tư 03 bổ sung thời gian cán bộ, công chức, viên chức tham gia phục vụ tại ngũ theo Luật Nghĩa vụ quân sự là một trong các trường hợp được tính vào thời gian để xét nâng bậc lương thường xuyên.

Thông tư cũng bổ sung thêm 4 trường hợp về thời gian không được tính để xét nâng bậc lương thường xuyên gồm:

1. Thời gian tập sự (bao gồm cả trường hợp được hưởng 100% mức lương của ngạch công chức, chức danh nghề nghiệp viên chức tập sự).
2. Thời gian cán bộ, công chức, viên chức và người lao động đào ngũ trong quá trình thực hiện nghĩa vụ quân sự tại ngũ.
3. Thời gian thử thách đối với cán bộ, công chức, viên chức và người lao động bị phạt tù nhưng cho hưởng án treo; trường hợp thời gian thử thách ít hơn thời gian bị kéo dài nâng bậc lương thường xuyên thì tính theo thời gian bị kéo dài nâng bậc lương thường xuyên.
4. Thời gian nghỉ công tác chờ đủ tuổi nghỉ hưu theo quy định hiện hành của pháp luật.

Giá nước sạch sinh hoạt cao nhất là 18.000 đồng/m³

Thông tư số 44/2021/TT-BTC của Bộ Tài chính quy định về khung giá, nguyên tắc, phương pháp xác định giá nước sạch sinh hoạt có hiệu lực từ ngày 5/8/2021.

Theo đó, khung giá nước sạch được quy định như sau: Đô thị đặc biệt, đô thị loại 1 có mức giá tối thiểu 3.500 đồng/m³, tối đa 18.000 đồng/m³. Đô thị loại 2, loại 3, loại 4, loại 5 có mức từ 3.000-15.000 đồng/m³. Khu vực nông thôn có mức từ 2.000-11.000 đồng/m³. ■

MỘT GIẢI PHÁP BỀN VỮNG

Chủ sở hữu của Ice River Springs (IRS) yêu thích Krones vì kinh nghiệm đáng kể trong việc xử lý nhựa PET tái chế và những dòng sản phẩm hiệu quả cao. Hầu như tất cả các máy thổi trong bảy nhà máy nước đóng chai của họ đều thuộc dòng Krones Contiform. Các đơn vị gia công cũng đang tăng cường sử dụng công nghệ chiết rót từ Krones. Kể từ năm 2013, tất cả các dây chuyền mới được lắp đặt tại Ice River Springs đều đến từ Krones và hầu hết được cấu hình dạng Block. Một trong những bổ sung mới nhất là một dây chuyền tốc độ cao với hai hệ thống ErgoBloc L tại nhà máy Lachute, Quebec.

Là Giám đốc Phát triển Bền vững tại Ice River Springs Co. và Blue Mountain Plastics, Crystal Howe, tất nhiên, đã đặt tính bền vững làm ưu tiên hàng đầu. Nhưng cô ấy không đơn độc. Toàn bộ công ty chia sẻ niềm đam mê của cô. “Triết lý của chúng tôi dựa trên ba yếu tố: con người, hành tinh và lợi nhuận”. Howe tin chắc rằng việc phối hợp ba yếu tố này là rất quan trọng. PET và nhựa nói chung đã nhận được rất nhiều sự chú ý tiêu cực gần đây trên toàn thế giới. Nhưng Ice River Springs đã tiên phong trong cuộc chơi bằng cách tái sử dụng hoàn toàn nhựa PET trong một vòng kín, IRS đang là một phần của giải pháp.

Năm 2009 là một năm quan trọng đối với Ice River Springs khi công ty nhận được sự cho phép sử dụng 100% nhựa PET tái chế trong chai nước của mình. “Chúng tôi là nhà sản xuất nước đóng chai đầu tiên ở Bắc Mỹ sản xuất PET tái chế cấp cho thực phẩm và sử dụng nó để sản xuất chai từ nhựa tái chế 100%. Chúng tôi vẫn là người duy nhất duy trì vòng lặp sản xuất khép kín đến ngày hôm nay” - Howe nói với niềm tự hào trên gương mặt và cô nói thêm: “Chúng tôi đã làm điều đó để bảo vệ môi trường. Điều đặc biệt ở công ty chúng tôi là quyết định của chúng tôi không dựa trên chi phí mà dựa trên tính bền vững”.

Vòng lặp nhựa kín

Sandy và Jamie Gott đã thử một vài lựa chọn khác nhau trước khi quyết định sản xuất PET tái chế của riêng họ. “PLA (axit polylactic) không thể cung cấp thời hạn sử dụng mà chúng tôi cần, và nó đã làm giảm hương vị của nước. Bao bì dựa trên thùng carton không dễ dàng tái chế và có lượng khí thải carbon lớn hơn nhiều” - Howe nói. Cô cho biết: “Sau đó, chúng tôi bắt đầu sử dụng PET tái chế, nhưng chất lượng của các viên chúng tôi đã mua trên thị trường không nhất quán từ lô này sang lô khác. Vì vậy, cha mẹ tôi quyết định xây dựng nhà máy tái chế của riêng họ và sản xuất PET của riêng họ”.

Nhà máy Nhựa Blue Mountain của Công ty hiện chuyển

đổi 25.000 tấn vật liệu PET sau tiêu dùng mỗi năm thành viên nhựa cấp cho sản xuất thực phẩm. Ice River Springs mua khoảng 80% tổng khối lượng nhựa PET được thu thập bởi các chương trình tái chế của thành phố ở Ontario cho mục đích này. Ba trong số bảy nhà máy nước đóng chai của Công ty được trang bị máy ép phun biến các viên nhựa tái chế thành phiôi sản xuất. Tất cả bảy nhà máy đều có máy thổi Contiform để biến phiôi thành chai chứa. Ice River Springs cũng sản xuất nắp của riêng mình và màng co, đã chứa 20% vật liệu tái chế. Công ty con của Công ty C.R. Plastic Product chuyển đổi vật liệu nắp HDPE, được thu thập thông qua dây chuyền tái chế, thành đồ nội thất ngoài trời. Mỗi sự bổ sung cho Công ty Ice River đều thúc đẩy niềm tin rằng “đã có đủ nhựa trên thế giới - chúng ta cần sử dụng lại nó”.

108.000 chai sản phẩm mỗi giờ

Cho đến gần đây, Ice River Springs đã sử dụng một dây chuyền chiết rót Krones/ Kosme cho các thùng chứa 4 lít và một dây chuyền khác cho chai 500 ml (bao gồm một máy thổi Contiform) tại Nhà máy Lachute của họ, phía Tây Montreal. Vì dây chuyền 500 ml hiện hữu không còn có thể theo kịp nhu cầu gia tăng, nên Ice River Springs hiện đã thay thế nó bằng dây chuyền đôi với hai hệ thống ErgoBloc L có thể xử lý tổng cộng 108.000 chai mỗi giờ. Chúng tôi không có nhiều không gian ở Lachute. Vì vậy, thiết kế nhỏ gọn của

Owners of Ice River Springs (IRS) enjoy Krones products for their considerable experience in recycling PET plastic and product lines with high efficiency. Almost all of the blowers in all 07 of their water bottling plants are from Krones Contiform line. Processing plants are also increasing using filling technology from Krones. Since 2013, all new lines installed at Ice River Springs have come from Krones and are mostly being configured in the Block form. One of the latest additions is a high-speed line with two ErgoBloc L systems at the Lachute factory, Quebec.



dòng Ergobloc này là hoàn toàn phù hợp” - Howe nói. Dây chuyền mới này không phải là dây chuyền tốc độ cao đầu tiên của Ice River Springs từ Krones. Trở lại năm 2002, Công ty đã lắp đặt một dây chuyền tại cơ sở chính ở Feversham. Vào năm 2016, họ đã thay thế dòng đó bằng một dòng mới - ErgoBloc L - có máy thổi, dán nhãn và chiết rót 81.000 chai mỗi giờ. Nhà máy Miami cũng đã có một dây chuyền đôi 108.000 chai/giờ từ Krones hoạt động kể từ năm 2018. Dây chuyền đó tương tự với dây chuyền vừa được đưa vào hoạt động ở Lachute.

Dây chuyền đôi tốc độ cao

Khi thiết kế dây chuyền chìa khóa trao tay này, Krones đã kết hợp hai hệ thống 55.000 chai/giờ để nâng tổng công suất lên tới 108.000 chai PET mỗi giờ. Mỗi hệ thống ErgoBloc L bao gồm một máy thổi Contiform 3 Pro, một máy dán nhãn Solomodul với bốn trạm Contiroll HS, máy chiết Modulfill VFJ và máy kiểm tra nhãn Checkmat FEM-X.

Hai hệ thống sẽ hội tụ ở khu vực đóng gói, nơi các thùng chứa chai PET thành phẩm được xử lý. Máy đóng gói Variopac Pro FS sản xuất các gói sản phẩm với màng co ở bốn kích cỡ khác nhau. Palletizing đang được xử lý bởi Modulpal Pro 1AD với hệ thống phân loại Robobox.

ErgoBloc L đáp ứng tất cả các kỳ vọng của Ice River Springs về tính bền vững: “Các máy móc xử lý nhựa PET tái chế mà không gặp vấn đề gì” - Howe giải thích. “Các chai chạy như thể chúng được làm bằng PET nguyên chất. Chúng tôi thực sự đã có sự tư vấn của các kỹ thuật viên Krones về các quy trình thổi chai tốt nhất” - Howe nói.

Dây chuyền tốc độ cao giúp giảm chi phí

Mục đích chính của dây chuyền tốc độ cao là để sản xuất 24/7 và để liên tục đạt được hiệu quả 90 đến 95% với cùng một số lượng người vận hành trên một dây chuyền tốc độ thấp hơn sẽ yêu cầu. “Giới hạn chi phí trên nước đóng chai rất hẹp. Điều đó làm cho việc kiểm soát chi phí với một dây chuyền tốc độ cao như thế này trở nên quan trọng hơn. Tất nhiên, khi chúng tôi xem xét đầu tư vào một dây chuyền mới, chúng tôi cân nhắc tất cả các tùy chọn. Nhưng thật hợp lý khi sử dụng các công nghệ

Thông tin liên hệ Krones:

● Công ty TNHH Krones Việt Nam

Phòng 2002, Tầng 20, Tòa nhà Pearl Plaza
561A Điện Biên Phủ, Phường 25, Quận Bình Thạnh,
Thành phố Hồ Chí Minh
Điện thoại: +(84) 28 62906082

● Công ty TNHH Krones Việt Nam -

Chi nhánh Hà Nội

Tầng 3, Tòa nhà Dolphin Plaza, Số 6 Nguyễn Hoàng,
Mỹ Đình 2, Nam Từ Liêm, TP. Hà Nội.

Điện thoại: +(84) 28 62906082

Email: Info@kronesvn.com

Website: www.krones.com



tương tự trong tất cả các nhà máy của chúng tôi” - Howe nói. “Một khi bạn biết và hiểu máy móc của Krones, bạn sẽ không muốn bất cứ điều gì khác.” Học viện Krones hỗ trợ giai đoạn hoàn thiện dây chuyền với các khóa đào tạo chuyên ngành để liên tục cải thiện hiệu quả dây chuyền. Ice River Springs cũng có hợp đồng dịch vụ với Krones.

Dây chuyền đôi xử lý chai 500ml tuyệt vời. Ice River Springs đã phát triển chai theo nguyên tắc “chức năng hơn thẩm mỹ”. Howe nói: “Nó chỉ phải làm công việc của mình như một chai chứa nước - mặc dù chúng tôi vẫn nghĩ rằng nó trông đẹp. Các chai cổ ngắn chỉ nặng 8,5 gram mỗi chai, một tiêu chí môi trường quan trọng khác. Nhưng chúng tôi không muốn giảm trọng lượng hơn thế vì nó sẽ khiến việc tách nắp khỏi chai trong quá trình tái chế trở nên khó khăn hơn”. Nhựa PET màu xanh, tím và vàng sau tiêu dùng có thể được sử dụng để sản xuất chai màu xanh của Ice River Spring. Nhựa xanh lá không thể sử dụng được trong chai này. Vì nhựa PET xanh lá chiếm khoảng năm phần trăm dòng tái chế sắp tới, Jamie Gott đã nghĩ ra một cách sử dụng thay thế cho nó thay vì giảm tốc độ: Theo lý tưởng bền vững của riêng họ, Công ty hiện sản xuất một chai nhựa PET tái chế 100% màu xanh lá cây mà nó sử dụng cho thương hiệu Ice River Springs của riêng mình. Hiện tại, Công ty sẽ bắt đầu tiếp thị chai màu xanh lá cây ở Canada dưới cái tên Ice River Green Bottle Co. ■

CUỘC SỐNG “ BÌNH THƯỜNG MỚI ” CỦA

Khi tỷ lệ nhiễm COVID -19 ở Đức đang có xu hướng giảm và tỷ lệ tiêm chủng ngày càng tăng, các nhà hàng và quán bar đã bắt đầu được phép mở cửa ở các khu vực ngoài trời của họ. Đây là một bước đi nhỏ nhưng mang lại nhiều ý nghĩa lớn cho những người hoạt động kinh doanh ăn uống. Cũng như những người dân bản xứ, những chủ nhà hàng người Việt ở đây cũng “thở phào nhẹ nhõm” và háo hức bắt đầu một cuộc sống “bình thường mới” bằng việc đón thực khách đến thưởng thức các món ăn tại nhà hàng của mình.

■ **THS. LÊ THỊ DIỆU LINH (CHLB ĐỨC)**

Theo kết quả điều tra dân số chính thức vào năm 2018 của nước CHLB Đức, có khoảng 185.000 người Việt Nam hiện coi nước Đức là quê hương thứ hai. Người Việt sống rải rác ở nhiều thành phố lớn nhỏ, trong đó cộng đồng tập trung chính ở Dresden, Leipzig, Magdeburg và Berlin. Rất nhiều người Việt đã tận dụng ưu thế của họ để mở các nhà hàng phục vụ các món ăn truyền thống của Việt Nam, và được rất nhiều khách hàng địa phương ủng hộ. Có thể nói nhiều thế hệ cộng đồng người Việt đã có công lớn trong việc mang một nền văn hóa ẩm thực của nước nhà vươn tầm thế giới. Với họ, đó là trách nhiệm và niềm tự hào khi được chia sẻ văn hóa của mình với người dân bốn phương. Dịch bệnh COVID-19 đã làm cho cuộc sống của nhiều chủ quán bia, nhà hàng của người Việt không tránh khỏi những khó khăn; do đó, việc chính phủ Đức từng bước nới lỏng các biện pháp giãn cách cũng được coi như là từng bước tháo nút cho những khó khăn mà những người kinh doanh này đang gặp phải.

Háo hức một cuộc sống “bình thường mới”

Những món ăn mang đậm phong vị của Việt Nam như phở, bún chả, hay bánh cuốn do chính tay những người Việt đã được chuẩn bị, thực đơn đã được thiết kế sẵn với nhiều món ăn hấp dẫn để chào đón thực khách. “Tôi rất vui vì được trở lại công việc kinh doanh. Mọi thứ đã bị đình trệ quá lâu, đã đến lúc phải khởi động lại mọi thứ” - một chủ nhà hàng người Việt ở Đức phấn khởi chia sẻ.

Quán xá được mở cửa trở lại, niềm vui đó không chỉ dừng lại đối với những người kinh doanh, mà với nhiều khách hàng thì đó cũng làm một niềm hạnh phúc lớn lao. Ngồi lặng lẽ trong một nhà hàng Việt Nam ở thành phố

nhỏ Ilmenau, ông Walter từ tốn nhấp nháp một cốc bia và chờ món. Niềm vui với ông bây giờ là tạm thời không phải trải qua những nỗi sợ hãi. “Chẳng có gì vui hơn khi được quay về với cuộc sống bình thường, mặc dù chỉ là một cuộc sống “bình thường mới”, nhưng ít ra tôi cảm thấy vui hơn khi được ngồi ở một góc phố để thưởng thức một vài món ăn Việt và ngắm dòng người qua lại”. Niềm vui đó không chỉ hiển hiện trên khuôn mặt của ông Walter, mà đó còn làm niềm vui chung của tất cả mọi người sau những tháng ngày dài giãn cách liên tiếp.

Mặc dù các quán bia và nhà hàng đã được phép chào đón thực khách, nhưng các cơ sở kinh doanh này vẫn phải đảm bảo

As COVID-19 infection rate in Germany is on a downward trend and the vaccination rate is increasing, restaurants and bars are being allowed to re-open their outdoor areas. This is a small step but brings a lot of meaning to those operating in the catering business. Like the locals, owners of Vietnamese restaurant here also “breathe a sigh of relief” and are eager to start a “new normal life” by welcoming diners to enjoy the food at their restaurant.

CÁC NHÀ HÀNG VIỆT NAM TẠI CHLB ĐỨC



Ẩm thực Việt Nam rất được người dân Đức yêu thích và Trung tâm thương mại Đông Xuân ở Berlin là nơi tập trung nhiều nhà hàng ẩm thực của Việt Nam. Ảnh: www.dong-xuan-berlin.de

những nguyên tắc mới về chỗ ngồi, vệ sinh, và cung cấp nước rửa tay cho khách hàng. Những người Việt ở đây rất tuân thủ những quy tắc được đặt ra như một cách thể hiện sự tôn trọng luật pháp của nước chủ nhà, cũng như đảm bảo an toàn cho chính mình và khách hàng.

Linh hoạt trong kinh doanh

Đại dịch COVID-19 đã làm đảo lộn mọi thứ. Tuy nhiên, người Việt luôn nhanh nhạy trước mọi thay đổi, do đó, họ học cách đón nhận “cơn bão” COVID -19 khi chúng đến, duy trì sự linh hoạt, và giải quyết những vấn đề khó khăn một cách hiệu quả. Đó chính là điều mà họ đã đúc kết được sau nhiều năm vật lộn nơi xứ người và những ngày tháng khó khăn do những chính sách hạn chế của Chính phủ để chống lại sự lây lan của dịch bệnh. Nhiều nhà hàng đã nhanh chóng thay đổi mô hình kinh doanh bằng việc vận chuyển hàng đến tận nơi hoặc cung cấp

đồ ăn tươi ngon cho khách mang đi, và thậm chí là cao cấp cho thực khách. Bằng cách này họ có thể đảm bảo được một nguồn thu và duy trì sự kết nối với khách hàng.

Sự linh hoạt trong việc kinh doanh cùng với trợ cấp của nhà nước đã giúp các nhà hàng tồn tại, mặc dù họ phải trải qua không ít khó khăn. Một chủ nhà hàng ở Berlin chia sẻ: “Có những lúc tôi đã thực sự suy sụp và lo lắng. Nếu tình hình này kéo dài thì không biết nhà hàng tôi có thể tiếp tục tồn tại hay không. Tình hình bây giờ đã khá hơn nhưng hãy chờ xem những tháng tới sẽ như thế nào khi mà những biến chủng mới của COVID-19 đang tiếp tục tạo nên những đợt sóng dịch mới”.

Chìa khóa vắc-xin...

Cũng như các nhà hàng của người Đức, bản thân chủ các nhà hàng người Việt cũng đã tiêm mũi vắc xin thứ hai, còn tất cả nhân viên cũng được khuyến khích tiêm phòng. Ngay những ngày

đầu, cộng đồng người Việt tại Đức là một trong những cộng đồng chủ động nhất trong việc đăng ký tiêm phòng vắc xin. Trong một bức tranh lớn, họ ủng hộ đường lối cứng rắn đối với việc tiêm chủng ở Đức, vì đó chính là chìa khóa để đẩy lùi dịch bệnh và đảm bảo công việc kinh doanh của họ không bị cản trở. “Rõ ràng việc tiêm vắc xin là hết sức cần thiết. Tại nhà hàng của chúng tôi, tất cả các nhân viên phải được tiêm chủng đầy đủ” – chủ một nhà hàng người Việt chia sẻ.

Vào giữa tháng 7 vừa qua, Thủ tướng Đức - bà Angela Merkel cảnh báo rằng, cần có nhiều người được tiêm vắc xin COVID-19 hơn nữa trước khi dỡ bỏ các hạn chế. Chính phủ nước này sẽ tìm cách tránh một đợt khóa cửa khác làm kìm hãm nền kinh tế khác vào mùa thu tới đây. Nhưng nếu muốn làm được điều đó thì phải duy trì sự xa cách xã hội và các biện pháp khác để ngăn ngừa nhiễm trùng lây lan, ngay cả khi nhiều người được tiêm chủng. ■

"MỖI KHI NÂNG CHÉN"



Bố mẹ tôi đi chơi ngày Tết

LẠI NGHĨ ĐẾN CÁI CHÂN...

Bố tôi năm nay chưa đến 60 tuổi nhưng được cái sức khỏe bây giờ vẫn ổn, vẫn ra đồng làm ruộng. Tuy không có bệnh nền nhưng chân trái của bố tôi lại hay đau nhức mỗi khi trái gió trở trời. Nguyên nhân là do bị tai nạn sau một lần quá chén cách đây gần 20 năm.

Ngày xưa, cụ nội tôi có nghề nấu rượu, bố tôi bảo hồi đó khó khăn nên vẫn thường ăn bã rượu để chống đói. Ngày qua ngày, bố tôi nghiện thứ

bã đó từ lúc nào không hay, và dĩ nhiên cũng quen luôn mùi rượu. Đa phần, nhiều người lần đầu uống rượu đều cảm thấy cay và hăng nhưng bố tôi thì lại khác, do "quen mùi" rượu nên bố tôi uống cảm thấy rượu thơm, mỗi ngày cũng "nếm thử" 1-2 chén sau các mẻ rượu do cụ nội tôi nấu.

Khi lập gia đình, bố tôi vẫn "phát huy" thói quen uống rượu, cho dù mẹ tôi vẫn thường khuyên nên uống ít thôi. Tôi nhớ rằng, ngày đó kinh tế còn khó khăn, nhưng bữa nào tôi

cũng cấp chai nhựa vào nách đi mua 500 đồng tiền rượu cho bố tôi ở nhà ông Côn đầu ngõ (hay còn gọi là ông Kêng). Ngày đó, 500 đồng thì được 2 chén rượu, bố tôi uống xong mà vẫn tỏ vẻ thòm thèm, ngay cả những bữa không có gì nhậu bố tôi vẫn uống đều đều. Tôi cảm giác, "rượu như máu" của bố tôi, một ngày mà không uống thì không thể chịu nổi. Còn đến các ngày gia đình, họ hàng có việc cưới hỏi, giỗ chạp... thì bố tôi uống đến thả phanh, cứ mỗi lần như thế bố tôi lại bị rượu "hạ knock-

out”, về nôn mửa, vật vã cả ngày trời. Bố tôi thân hình to lớn nên mỗi lần như vậy mấy mẹ con tôi lại chậ vật khiêng ông lên giường, lau mồ hôi, pha nước gừng, đổ chậ nôn... trông ông cả đêm mà không dám ngủ. Ở làng tôi, thỉnh thoảng lại có người ra đi vì ngộ độc rượu hoặc bị cảm do uống rượu, nhưng dường như không làm cho ông tỉnh ngộ mà vẫn cứ uống thỏa thê...

Mãi đến Tết năm 2003, vào ngày mùng 3 Tết, bố tôi đèo cả gia đình trên chiếc xe máy Cup 81 đi chúc Tết ông bà ngoại cách nhà khoảng 1km. Như thường lệ, bố tôi vẫn uống thả phanh mặc lời khuyên cản từ bà ngoại và mẹ tôi, bố tôi bảo “tôi uống rượu bao nhiêu năm rồi, biết mình say lúc nào không phải nhắc, về nhà có 1km mà cứ lo như vạn dặm là sao?”. Bố tôi, ông ngoại và các cậu cùm ly liên tục, chúc hết lời này ý nọ, mặt ai nấy cũng đỏ như trái gấc, nhưng ai cũng có một “niềm tin” mãnh liệt rằng mình không hề say. Khoảng 1 giờ chiều, bố tôi sau khi nghỉ ngơi chốc lát đã tự tay lái chiếc xe máy chở vợ con về nhà, trong khi ông vẫn chưa hoàn toàn tỉnh táo mặc cho mọi người can ngăn. Đi được chừng 300 mét ra tới đường tỉnh lộ 71 nay là đường 427 thì tai họa đã ập đến. Bố tôi va chạm với một xe máy đi ngược chiều rồi nằm bất động, sõng soài trên đường trước sự khóc lóc và hoảng sợ của mẹ tôi và anh em tôi. Bố tôi được đưa vào bệnh viện huyện

Thường Tín cấp cứu, rất may, ông chỉ bị dập xương bánh chè chân và chỉ cần phẫu thuật là ổn. Tuy nhiên, cảnh sát giao thông xác định rằng, do bố tôi say rượu, không làm chủ tay lái nên đã xảy ra va chạm và không được đền bù, chẳng nhớ là có được người ta xin lỗi hay không. Đó là bài học cay đắng mà bố tôi phải gánh chịu và nhận ra rằng, say rượu chính là nguyên nhân trực tiếp dẫn đến vụ tai nạn này, cả nể mà mang họa đến thân.

Sau bài học nhớ đời đó, bố tôi phải mất gần một năm đi với nạng, và đi tập thể dục đến bây giờ. Mỗi bữa cơm, nhìn vào chai rượu góc nhà, bố tôi nửa muốn nửa dưng, rót ra đổ vào tới mấy lần. Chẳng nhẽ lại uống tiếp, uống rồi lại rước thêm cái tai họa nữa thì sao? Nhưng để cai hoặc giảm hoặc uống có điều độ, uống kiểm soát được mình không phải chuyện dễ.

Mẹ tôi thì bảo, em chẳng cấm được anh uống rượu, em chỉ nghĩ rằng, mỗi lần anh uống thì hãy nhìn xuống cái chân, để nó nhắc cho anh biết dưng, bạn bè chúc nhau chỉ là lời nói suông và sẽ chẳng có bạn nào đưa anh về nhà cả. Mà, bạn bè ép nhau uống rượu thì chẳng phải bạn hiền, vui thôi dưng vui quá, bạn như thế anh nên lược bớt đi, chứ nếu một chân nữa của anh mà lược đi thì chỉ có ngồi xe lăn thôi.

Mẹ tôi nói bằng chất giọng đầy tình cảm, son sắt của người vợ, tránh làm tổn thương bố

tôi. Thế là, bố tôi đã xăm chũ rượu nhỏ xinh lên chính đầu gối trái của mình để không bao giờ quên cái ngày bốc đống đó, cái ngày mà mọi người cứ chúc nhau khỏe như vâm rồi cuối cùng vâm cũng phải đi tập thể dục.

Bố tôi không bỏ hẳn rượu. Ông vẫn duy trì uống một chén một bữa cơm, có bữa không và không bao giờ uống quá, còn đối với các cuộc vui bố tôi không uống quá năm chén. Đặc biệt, ông hạn chế đi mời và chỉ uống mời những khách đặc biệt, bạn bè xã giao ông tìm cách từ chối, căng quá thì ông lôi cái chân ra bảo “chân tớ què đây này, do rượu đấy, nên tớ xin kiếu”. Mặc cho một số người chê ông là sợ vợ hay nhát gan, ông vẫn không uống quá quy định do chính mình đặt ra.

Tới nay, đã gần 20 năm từ ngày gặp tai nạn, bố tôi chưa từng say rượu bí tỉ như ngày trước tai nạn, còn nói về sức khỏe thì ông như vâm thật. Mẹ tôi thường bông đùa nhắc về chuyện cũ để ông nhớ mà giữ gìn trong những lần ăn cỗ. Bố tôi có đôi lần đi khám sức khỏe cũng may tổng thể đều không có bệnh gì. Còn lúc thấy anh em chúng tôi đi ăn uống với bạn bè, bố tôi chứ không phải mẹ luôn nhắc chúng tôi rằng: “Hãy uống có trách nhiệm nhé các con, đừng vô trách nhiệm như bố đã từng uống”.

Tác giả: **NGUYỄN VĂN CÔNG**
(Thường Tín - Hà Nội)

MEN NÔNG TRÊN ĐỈNH MẪU SƠN

Đến Mẫu Sơn (thời điểm chưa có dịch Covid - 19), Đức cùng nhóm bạn chọn Khách sạn 9 gian để ở. Nó nằm tại vị trí đặc địa nhất của khu du lịch. Tối hôm ấy, anh em tổ chức một bữa tiệc ngoài trời trong ánh lửa bập bùng, huyền ảo.



Tác giả thăm hầm rượu Mẫu Sơn ở Khách sạn 9 gian (ảnh chụp thời điểm chưa có dịch Covid - 19)



Khách sạn 9 gian ở Mẫu Sơn

Trên chiếc bàn gỗ, Đứcc đã thấy có con gà nướng với mặt ong béo vàng. Đây là giống gà có sáu ngón, đặc sản chỉ có ở Mẫu Sơn, được người dân nuôi thả trong bản. Đĩa thịt ếch Mẫu Sơn xào măng rừng thật hấp dẫn. Còn kia là món lợn bản, xiên nướng thơm ngậy.

Mọi người quây quần bên mâm cỗ. Đổ xách ra một chai rượu trong veo. Cậu ta véo von:

- Đây là rượu Mẫu Sơn, đặc sản của vùng này. Nó được ủ trong hầm rượu của khách sạn. Chiều nay, trong khi các cậu nghỉ, tôi may mắn cùng ba bốn du khách được bà Thủy, phụ trách khách sạn đưa xuống hầm rượu. Trong căn hầm nhỏ, chúng tôi bật đèn điện thoại lên soi. Dưới ánh đèn le lói, tôi thấy đến cả trăm vò rượu lớn nhỏ, xếp tầng tầng, lớp lớp. Bà Thủy giới thiệu loại rượu này được bà con dân tộc Dao sống trên đỉnh Mẫu Sơn chưng cất bằng phương thức truyền thống. Khách sạn đã đặt mua rồi ủ thêm trong hầm một thời gian cho ngon hơn rồi mới đem phục vụ khách. Nào xin mời các chiến hữu nâng chén rượu Mẫu Sơn trên đỉnh Mẫu Sơn!

Đứcc nhâm nhi ly rượu. Là người thích khám phá, từng là hướng dẫn viên du lịch, anh đã đi nhiều nơi, thử nhiều loại rượu. Nhưng ngồi uống rượu tối nay, anh cảm thấy mình như bay bổng, như mộng mơ hơn. Những dãy núi trùng điệp nối nhau xanh mờ dọc miền biên cương Tổ quốc.

Những đám mây bông bênh trôi trong khói chiều bảng lảng nơi bản làng xứ Lạng. Và có cả một đám mây mỏng tanh sà xuống mâm cỗ, bám vào miệng cái chén rượu Mẫu Sơn anh cầm trên tay. Đứcc nâng vôi chén rượu, tợp một hớp như muốn uống cả một vệt mây còn vương trên miệng chén. Trong mùi men thoang thoang, anh như thấy hương lá rừng nồng nồng, thấy chút ngọt mềm của dòng nước suối trong veo róc rách đầu bản. Thật tuyệt khi được thưởng chút men nồng Mẫu Sơn ngay trên đỉnh Mẫu Sơn.

Đứcc chợt nhớ những chuyến dẫn khách du lịch trên nhiều miền đất quê hương. Có lần, trên con đò nhỏ bơi trên dòng suối ở khu du lịch Tràng An, Xéc-gây - một du khách Nga, ngơ ngẩn ngẩn về đẹp thiên nhiên sông nước hữu tình, cầm chai rượu Kim Sơn ngẩn ngĩa, mở nút tự thưởng một chút, rồi trầm trồ khen nó ngon không kém Vốt-ka. Có lần anh dn nhóm du khách Ý lên miền Kinh Bắc, thăm làng tranh Đông Hồ, vào làng Diềm nghe Quan họ, lúc ra xe ai cũng mua một chai rượu làng Vân mang về đãi bạn...

Đứcc cảm thấy vui khi không ít lần dẫn khách nước ngoài dự liên hoan, chiêu đãi, họ chỉ thích uống rượu Việt Nam, bia Việt Nam, trưng cất từ nguyên liệu thiên nhiên, dòng nước thiên nhiên Việt Nam.

- Nâng ly hẹn ngày trở lại Mẫu Sơn, trở lại xứ Lạng!

Bà Thủy đã đến chia vui cùng mọi người. Bà bảo, sáng

mai trên đường về nhớ ghé thăm suối Long Đầu, núi Phật Chi, khu linh địa cổ Mẫu Sơn, hầm rượu Mẫu Sơn Đỉnh để chụp hình kỷ niệm...

Trong ánh lửa bập bùng, má ai, môi ai cũng bùng đỏ. Men nồng Mẫu Sơn đã thấm. Riêng cậu Du, cứ cặm cụi bên bếp lửa cời than nướng thêm con gà sáu ngón tiếp mỗi cho anh em. Nâng chén cùng anh em, bà Thủy nhẹ nhàng:

- Thời gian gần đây, sau khi có quy định về uống bia, uống rượu, mỗi lần ngồi chia vui cùng anh em, tôi cũng hay nhắc nhở mọi người uống vừa đủ thôi, đừng có quá chén. Riêng anh em lái xe là tuyệt đối không uống. Để anh em được thưởng thức rượu Mẫu Sơn, chúng tôi sẽ tặng anh em một chai mang về nhà, khi không lái xe thì thưởng thức. Thế hôm nay anh nào lái xe đây!?

- Dạ ! Anh Du đang nướng gà đó!

Cậu Đổ, trưởng đoàn trả lời rồi nghiêng trang:

- Từ lâu công ty chúng cháu thực hiện rất nghiêm ạt. Đã lái xe là không uống rượu! Bữa nay, anh Du chỉ uống chút nước ngọt thôi. Nhưng lái xe vẫn được nướng gà chứ bà Thủy!?

Bà Thủy vui vẻ:

- Người dưới xuôi phải nêu gương thế chứ! Tôi vẫn mang quà cho cậu ấy đây. Khi nào không lái xe, ở nhà thì thưởng thức hương vị Mẫu Sơn của xứ Lạng cháu Du nhé!

Tác giả: TRUNG HIẾN

(Hà Nội)

NGHĨ LẠI MÀ SỢ

■ HÀ NGUYỄN HUYẾN

Khoảng những năm "tám mươi, tám lăm" (TK XX) chế độ bao cấp đã chạm đáy, đó đây manh nha một hình thái kinh tế mới - Kinh tế thị trường. Hàng hóa trong nước còn rất khan hiếm, hàng hóa nhập lậu từ đường tiểu ngạch vào Việt Nam rất nhiều, đủ mọi mặt hàng thiết yếu cho đời sống. Tôi còn nhớ lúc bấy giờ có mấy người làng đi buôn chuyến. Họ đem về rất nhiều bát đĩa, nhìn bát đĩa thật bắt mắt bởi ở Việt Nam mấy chục năm có ai nhìn thấy những thứ như thế này đâu.

Thế là nhiều gia đình trong làng bỏ tiền ra mua, mua nhiều lắm, tôi hỏi thì được biết: Sắm lấy hai chục "mâm" (bộ) để khi có việc không phải đi mượn quanh xóm! Thế mà chỉ có vài năm sau, khoảng những năm "chín mươi" làng nghề Bát Tràng đã cung ứng cho thị trường đồ sứ gia dụng đẹp mỹ mãn, giá cả phải chăng. Nhìn lại số bát đĩa từ biên giới phía

Bắc buôn về mới thấy là... nhảm! Toàn hàng xấu, mấy năm sau một số gia đình nhân lấp hố vôi hay thùng đấu, lạng lẽ đem chôn số bát đĩa mình đã mua bằng những đồng tiền dầm mồ hôi...

Bên cạnh đồ dùng, đồ ăn uống cũng nhập về muôn thú, những thú này hình như chẳng qua cơ quan kiểm tra, kiểm định nào. Đồ ăn như: Chân gà, cánh gà, trứng bao tử, nấm lợn, nội tạng động vật... Đồ uống thì đáng nhớ nhất là bia Vạn Lực. Những chai bia 75 cen-ti-lít bằng thủy tinh màu xanh đậm rất dày và nặng, nhãn mác có vẽ công nghiệp. Chẳng biết trung tâm phân phối dòng bia này ở đâu mà cứ hết xe tải nọ nối xe tải kia về làng. Bia được hạ xuống thì chuối xanh được đưa lên.

Vùng tôi là những làng quê hữu ngạn sông Hồng nên chuối nhiều vô kể. Nếu không có những xe này chở chuối đi thì không biết đồ chuối đi đâu. Cái giống chuối đến

lạ, chuối xanh chỉ để ăn chơi thôi, nấu ốc nấu ếch là đặc sản. Ăn chuối xanh thay... gạo đời tôi đã một lần ném trái năm đói (1965 - 1966) còn sợ đến bây giờ. Dân làng tôi bảo: Nhựa chuối xanh rất độc, ăn vào người cứ bị tiêu tước (gây) đi, ăn vài tháng có thể phù thũng mà chết. Chuối chín cũng thế ăn nhiều... Thế là chuối được chở đi, tôi hỏi người chủ buôn chuối, anh bảo: Chờ sang bên kia cho người ta... nấu bia! Chuối mà nấu được bia, chẳng biết đâu mà lần... Dân làng tôi gọi thứ bia Vạn Lực này là "bia chuối"!

Mấy năm sau tôi được biết cái thứ "bia chuối" ấy cũng chỉ là thứ "bia cỏ" của một lò nấu bia gia đình nào đó giáp biên giới nước mình. Vậy mà bia Vạn Lực lúc đó chỉ dành cho người... có tiền và sành điệu! Trong làng xóm mấy năm trước đến ngày Tết mới có chén rượu, nay bữa cơm chiều có chén nâng lên đặt xuống là vui rồi. Những năm

tháng ấy, rượu được bán ở các làng quê là rượu của các làng nghề truyền thống trong vùng sản xuất. Mấy chục năm miền Bắc đưa ra pháp lệnh sản xuất rượu vì liên quan đến “an ninh lương thực”. Ai nấu rượu là phạm pháp nên lúc này rượu chưa được nấu tràn lan và khi bán cũng giấu giếm.

Tôi đã được chứng kiến những người phụ nữ ở một làng thuộc huyện Chương Mỹ (Hà Tây cũ), đó là làng nấu rượu nổi tiếng từ xưa mang rượu đi bán. Rượu được đựng trong những chiếc sẫm xe máy, cái sẫm này quán quanh người như những cái “ruột tượng”. Khi có ai hỏi mua liền đưa vào chỗ vắng vẻ, lần cạp quần lấy ra cái vôi, rượu từ đó chảy vào đồ đựng của người mua. Lấy tiền xong, người bán lại phủ vải áo trùm đi lững thững. Gặp ai cũng hỏi: Có mua rượu không ạ!

Mấy năm sau những người bán rượu ở làng nghề ít khi bán lẻ, họ bắt đầu đưa buôn cho những quán tạp hóa. Rượu lúc này được đựng trong những chiếc sẫm ô tô nhưng lạ vô cùng. Người đi “đổ” rượu vào nhà ai đó quen, đặt chiếc sẫm ô tô xuống đất, chiếc sẫm đựng đầy rượu căng phồng. Người bán rượu

cho vào sẫm vài viên thuốc rồi cứ thế đứng lên cái “sẫm rượu” mà dẫm, đập. Tôi hỏi người đưa rượu bảo: Làm như thế để rượu lên độ!

Làng quê tôi một thời đã uống thứ rượu như thế. Nhà ai có việc, khi chuẩn bị rượu cứ theo dự kiến số mâm ăn (một mâm 6 người) mà đặt mỗi mâm 1lít rượu. Trong số mâm ấy một nửa là phụ nữ, phụ nữ tất nhiên là không uống rượu rồi. Thế là bình quân mỗi mâm đàn ông vị chi là 2 lít rượu. Tôi đã đến một đám cưới, vì là chỗ thân tình nên tôi vào tận chỗ làm cỗ để chào hỏi anh em. Quê tôi hễ có việc là anh em bà con trong làng, trong xóm đến làm giúp... Tôi rất lạ khi thấy rất nhiều ầm tích, ầm dùm để hãm chè xanh dung tích khoảng 2 lít. Năm sáu cái ầm được đặt chỗ pha thịt bày mâm. Khi hỏi được biết đó là những ầm... đựng rượu. Một chú em bồ bã bảo: Để rót mà lại... kín đáo! Những người đàn ông vừa chặt thịt bày mâm vừa uống rượu... Song công việc đa số mọi gia đình số rượu dự tính là vừa đủ!

Cứ như thế cho đến khoảng những năm cuối thế kỷ XX, nhờ vào chính sách thông thoáng và nền kinh tế hàng hóa, làng tôi có mấy chục gia đình nấu

rượu. Nấu rượu để lấy bông bã chăn nuôi tăng thu nhập. Các lò nấu rượu trong làng cung ứng đủ nhu cầu rượu cho làng. Nói thật hồi đó, ít người để ý đến nguồn gốc và chất lượng rượu, cứ có rượu uống là vui rồi. Rượu không đảm bảo an toàn vẫn tồn tại ở nhiều làng quê. Có lần, tôi đi thăm một số nhà nghề, nghe thấy họ kháo nhau: Nhà thì cho vào rượu một vài giọt nhựa đu đủ, nhựa cây xương rồng. Thậm chí có nhà nhúng đầu cái bông tắm vào lọ thuốc trừ sâu pho-va-toc... Hỏi thì được nghe một câu trả lời nhẹ bồng: Để rượu lên độ, uống nhanh bốc!

Thời gian trôi đi hiện nay làng tôi chỉ còn một hai hộ nấu rượu uy tín. Rượu được nấu rất cẩn thận, tất cả được bắt đầu từ gạo (gạo tẻ hoặc gạo nếp). Men rượu là men được gia đình chuyên nghiệp “úp” bằng thảo dược nên rượu uống êm, không đau đầu...

Nghĩ lại mà sợ, có một thời “điếc không sợ súng”!

Hiện nay, các đám trong làng không tiêu thụ rượu nút lá chuối nhiều như trước nữa. Trên mâm cỗ đã thấy xuất hiện Bia Hà Nội, Bia Sài Gòn, Bia Heineken và các loại nước ngọt. Tất cả đều được sản xuất công nghiệp, vệ sinh... ■



XU HƯỚNG ĐI CHỢ ONLINE TRONG MÙA DỊCH

Tình hình dịch Covid-19 diễn biến phức tạp, ảnh hưởng nhiều đến hoạt động mua bán tại các chợ truyền thống khiến nhu cầu mua hàng trực tuyến của người dân tăng cao. Nhằm bắt cơ hội đó, nhiều tiểu thương đã chủ động thay đổi suy nghĩ, tiếp cận cách bán hàng hiện đại, đẩy mạnh bán hàng online, giao hàng tận nhà thông qua mạng xã hội (facebook, zalo) để tăng thu nhập, ổn định đầu ra và ngăn ngừa lây nhiễm dịch bệnh.

■ NGUYỄN KIM

Từ ngày 24/7, TP Hà Nội chính thức giãn cách xã hội theo nguyên tắc Chỉ thị 16 của Thủ tướng Chính phủ để tăng cường các biện pháp chống dịch Covid-19. Để đảm bảo giãn cách, tránh lây lan dịch bệnh, nhiều địa phương đã áp dụng phát phiếu đi chợ cho người dân theo ngày chẵn, lẻ hoặc chia theo giờ... Để thích nghi với tình hình dịch bệnh và đảm bảo phòng dịch, nhiều tiểu thương đã mở cửa hàng bán các mặt hàng thiết yếu tại nhà hoặc hỗ trợ giao hàng tận nơi phục vụ người tiêu dùng. Các cửa hàng kinh doanh thực phẩm, mặt hàng thiết yếu đều đảm bảo khoảng cách. Nhằm bắt tâm lý của nhiều người dân là ngại ra đường để phòng dịch nên các tiểu thương, cửa hàng kinh doanh thực phẩm, các mặt hàng thiết yếu, trái cây... đã sử dụng mạng xã hội để giới thiệu sản phẩm và nhận các đơn hàng của khách.

Hiện nay, mạng xã hội như facebook, zalo là kênh thông tin



Nhiều tiểu thương đã linh hoạt thay đổi hình thức kinh doanh, từ bán truyền thống sang bán online trên mạng xã hội.



Người dân thay đổi thói quen đi chợ online, ship hàng tận nhà trong những ngày giãn cách xã hội.

đang được nhiều người sử dụng, tiếp cận được một đối tượng khách hàng lớn, ngay cả các khách hàng trong địa bàn thôn xóm, khu dân cư sinh sống. Do đó, mỗi khi có mặt hàng mới, hàng tươi ngon hoặc đầu mỗi buổi sáng, các chủ hàng sẽ chụp hình với giá cả công khai và đăng lên mạng xã hội để mọi người biết và đặt hàng. Đó là các mặt hàng chủ yếu như lương thực, thực phẩm, trái cây, nước uống... tốt cho sức khỏe người tiêu dùng. Khách hàng chỉ cần ngồi nhà cũng có thể lựa chọn được hàng hóa tươi tốt cho bữa ăn hàng ngày của mình trong mùa dịch mà không phải trực tiếp đi mua, tránh tiếp xúc đông người.

Cô Nguyễn Vân là một tiểu thương bán thịt lợn tại khu chợ cóc của thôn Thanh Chiếu (Phú Cường, Ba Vì, Hà Nội), tuy ở địa phương chưa có dịch nhưng thực hiện quy định giãn cách xã hội theo Chỉ thị 16, cô đã dừng bán hàng tại chợ và chuyển về bán tại nhà. Cô Vân cho biết, từ khi có dịch, nhiều khách quen mua hàng của cô đều chủ động hỏi đến dịch vụ ship hàng tận nhà. Để giữ chân khách hàng, cô Vân chủ động gọi điện, nhắn tin cho khách hàng hỏi cần mua loại thịt nào, số lượng bao nhiêu rồi lên đơn ship cho khách. "Khách đặt đến đâu thì ship đến đó nhưng cũng chỉ giao ở khu vực quanh thôn, xã, chủ yếu giữ chân khách

hàng, duy trì kinh doanh nên đều miễn phí ship"- cô Vân nói.

Chị Thu Uyên, bán đậu phụ tại chợ Tân Hồng (Ba Vì, Hà Nội) cho biết: Những ngày giãn cách xã hội, chợ ở đây rất vắng khách, hơn nữa lại chia ra ngày chẵn, ngày lẻ nên người đi chợ lại càng ít hơn. Nhằm đáp ứng nhu cầu của người dân, tôi thường xuyên đăng hình lên facebook để mọi người biết mình vẫn bán hàng và nếu ai có nhu cầu sẽ ship hàng tận nhà. Nhờ vậy, nhiều người đã chủ động gọi đặt hàng để được ship tại nhà vì họ đều không muốn ra ngoài tiếp xúc đông người.

Mặc dù được ra ngoài mua hàng hóa thiết yếu, lương thực, thực phẩm nhưng theo tìm hiểu của chúng tôi, nhiều bà nội trợ lại ưa thích mua hàng online vì tiện lợi mà lại phòng dịch. Những người làm dịch vụ này đều là chỗ quen biết và người cùng làng nên rất yên tâm về chất lượng sản phẩm. Chị Hằng (Phú Cường, Ba Vì, Hà

Nội) chia sẻ: "Trong thời gian giãn cách hoặc thậm chí khi chưa có dịch, mình chỉ cần gọi điện hoặc nhắn tin trên facebook đặt hàng, có khi là mớ rau, cân thịt, hay con cá, miếng đậu phụ... là được giao hàng ngay. Mọi người đều ở cùng làng nên giao hàng nhanh và lại không mất tiền ship".

Bên cạnh đó, nhiều chủ hàng tạp hóa bán tại nhà cũng áp dụng hình thức kinh doanh online để phục vụ được nhiều khách hàng trong thôn, trong xã. Người tiêu dùng chỉ cần lên đơn cho chủ cửa hàng là có người ship hàng tới tận nhà, với đủ các sản phẩm như gạo, dầu ăn, nước mắm, mì tôm, bia, nước giải khát, gas,...

Thực tế cho thấy, mua hàng online đã, đang và sẽ trở thành một xu hướng tất yếu được nhiều người dân lựa chọn để phù hợp với tình hình hiện nay, đó là giải pháp hữu hiệu không chỉ trong những ngày giãn cách xã hội mà cả sau này khi hết dịch. ■

The current situation of the Covid-19 epidemic is increasingly complicated and, greatly affecting trading activities at traditional markets, in turn, increasing people's demands for online shopping. Seizing that opportunity, many small businesses have pro-actively changed their approach, switching to and increasing online shopping activities, making more home deliveries and utilising social networks (Facebook, Zalo ...), all to increase their profit, stabilize output and prevent disease transmission.

HỌP LỚP ONLINE, NHẬU ONLINE

MỘT GIẢI PHÁP PHÙ HỢP TRONG MÙA DỊCH

Trong những ngày giãn cách xã hội, không chỉ làm việc online, bán hàng online, nhiều người đã tìm đến các hình thức giải trí online khác nhau để giải khuây mùa dịch. Trong đó, nhiều người đã nghĩ ra phương pháp giải trí như gặp mặt bạn bè bằng hình thức online, họp lớp online, nhậu online để vừa thưởng thức vừa tám chuyện với bạn bè...

■ VĂN ANH DƯƠNG

Do tình dịch Covid-19 diễn biến phức tạp và thực hiện các quy định về giãn cách xã hội nên nhiều tập thể, cá nhân đã sử dụng các thiết bị điện thoại, máy tính để gặp mặt bằng hình thức trực tuyến. Bạn Nguyễn Nga ở Hà Nội chia sẻ: “Từ năm ngoái, các bạn trong lớp trung học phổ thông của mình đã lên kế hoạch sẽ tổ chức gặp mặt 20 năm ra trường vào mùa hè 2021. Nhưng rất tiếc, đúng dịp này dịch lại diễn biến phức tạp và thực hiện giãn cách xã hội nên các bạn trong lớp đã quyết định tổ chức Gặp mặt bằng hình thức trực tuyến”. “Tuy không được gặp mặt trực tiếp nhưng với cách làm này, mình cảm thấy cũng rất vui, rất ý nghĩa và thật sự cảm động. Dù ở xa, mỗi người một nơi nhưng vẫn nhìn thấy cô giáo chủ nhiệm và các bạn trong lớp, nhất là có thêm thông tin về tình hình hiện nay của mỗi người, bao nhiêu kỷ niệm về một thời áo trắng lại ùa về...” - bạn Nga nói. Trong bối cảnh dịch bệnh, một số cơ quan cũng đành tổ chức kỷ niệm ngày thành lập bằng hình thức online, với quy mô nội bộ các cán bộ,

nhân viên của cơ quan. Song, với những thông tin, hình ảnh được thể hiện bằng video được chia sẻ trên mạng xã hội cũng giúp cho người xem hiểu thêm về những kết quả mà đơn vị đã đạt được cũng như những dự định, kế hoạch mà đơn vị này hướng tới.

Với tâm lý của nhiều người, việc phải kim chân trong nhà, hạn chế ra ngoài khi không có việc cần thiết, mọi hoạt động vui chơi, giải trí nơi công cộng đều không thực hiện được cũng khiến ta cảm thấy bí bách và khó chịu. Tuy nhiên vì sự an toàn của cả xã hội nên mọi người dân đều phải thực hiện đúng các quy định về giãn cách xã hội. Nhờ sự phát triển bùng nổ của công nghệ nên nhiều người đã tự tạo niềm vui cho riêng mình trong mùa dịch, đảm bảo ở nhà chống dịch mà vẫn vui khỏe. Người thì lên mạng xã hội để đặt mua các nhu yếu phẩm cho mình và gia đình, người thì tập luyện thể thao trên truyền hình để tăng cường sức khỏe, người thì tập làm bánh, học nấu ăn, đọc sách, học tiếng Anh, trang bị cho mình thêm kiến thức trong những ngày ở nhà chống dịch.

Nhiều bạn trẻ còn có cách giải trí riêng cho mình và gặp mặt bạn bè bằng cách “nhậu online”. Với những người có thói quen ăn nhậu, khi các nhà hàng, quán bia phải đóng cửa vì dịch bệnh, nhậu online đã trở thành một trong những hình thức tiêu



khiến được nhiều người lựa chọn. Thật buồn nếu như hàng ngày phải ở nhà mà không được nói chuyện, gặp mặt hoặc ăn uống cùng bạn bè. Do đó, trong thời gian hạn chế ra ngoài, nhiều người đã ứng dụng tính năng gọi video để trò chuyện cùng với bạn bè của họ. Nhờ tính năng gọi video trên các nền tảng mạng xã hội nên mọi khoảng cách, không gian như được xóa bỏ và con người



Họp lớp online, nhậu online là một trong những hình thức giải trí, giúp mọi người gần nhau hơn trong những ngày giãn cách xã hội



xích lại gần nhau hơn. Việc “nhậu online” cũng là một trong những cách mà nhiều thanh niên nam, nữ lựa chọn giải khuây trong thời gian giãn cách xã hội. Họ gọi điện cho nhau vừa nhậu vừa tám chuyện cho đỡ buồn.

Bạn Đào Văn Phòng (26 tuổi, đang làm việc tại Nhật Bản), thường xuyên gọi video về cho gia đình và bạn bè. Vì cuộc sống mưu sinh, Phòng phải sang xứ người làm ăn, xa gia đình, bạn bè nên Phòng luôn nhớ nhà và lưu luyến những cuộc vui với bạn bè. Mỗi dịp có sinh nhật người bạn thân nào, Phòng lại nhờ chiếc màn ảnh nhỏ để chúc mừng sinh nhật bạn và nhậu chung với một số bạn thân. Hơn nữa, trong thời điểm dịch bệnh, các bạn cũng hẹn nhau gặp mặt online cho đỡ buồn. Phòng chia sẻ: “Tuy không uống

được nhiều nhưng bên này mời, bên kia cũng hưởng ứng, như vậy cũng vui và khí thế lắm. Mỗi người hỏi thăm tình hình sức khỏe, công việc của nhau rồi tâm sự đủ thứ chuyện. Mỗi lần gặp mặt online thường kéo dài từ 1 đến 2 tiếng, chủ yếu vào buổi tối”. Một bạn nữ tâm sự: “Nói là nhậu online cho sang thôi, chủ yếu là có cơ gặp mặt bạn bè để tám chuyện trong thời gian giãn cách xã hội, bởi trước đây nhóm bạn mình vẫn thường gặp nhau mỗi khi sinh nhật các thành viên trong nhóm”.

Trên một vài hội, nhóm mạng xã hội, nhiều người thường xuyên đăng hình mâm cơm hằng ngày cùng với các loại bia, đồ uống yêu thích để chia sẻ niềm đam mê cùng bạn bè. Những hình ảnh đó luôn nhận được nhiều sự quan tâm, bình luận của những người cùng sở thích. Do phải ở nhà, không được tụ tập với nhau mà nhiều người cảm thấy nhớ món đồ uống thơm mát nên đã lên lịch hẹn nhau giao lưu qua màn ảnh nhỏ. Việc mua bia trong những ngày

dịch cũng không quá khó khăn, bởi các cửa hàng đều có dịch vụ giao hàng tận nhà với đủ các loại đồ uống như Bia Sài Gòn, Bia Hà Nội, Bia Heineken, Trà Xanh Không Độ, các loại nước có gas... Hoặc có thể đi mua thực phẩm, đồ uống tại các siêu thị, hàng tạp hóa để ở nhà dùng dần. “Nhiều khi mình hay đăng hình lên các nhóm trên facebook vì ở đó toàn người cùng chung sở thích uống bia, kiếm chuyện tám cho đỡ buồn. Chỉ cần chung niềm đam mê, người lạ cũng sẽ trở thành “chiến hữu” với nhau, thường xuyên hẹn nhau giao lưu online để tự tạo niềm vui trong mùa dịch” - anh Phạm Thành (Tây Hồ, Hà Nội) cho biết.

Trong tình hình hiện nay, bằng việc ứng dụng công nghệ trên các nền tảng số, mỗi người hãy biết lựa chọn cho mình một phương pháp lành mạnh để tận dụng thời gian giãn cách vừa có thể trau dồi thêm kiến thức, giải trí, nâng cao sức khỏe mà vẫn tuân thủ các quy định về phòng chống dịch Covid-19. ■

In time of social distancing, not only online working, online, selling, many people have also been seeking different forms of online entertainment to entertain themselves. In particular, many people have come up with their own forms of entertainments, such as: online friend meetings, online class reunion, online drinking with friends...

Nặng nợ tình quê

TRẦN MINH THÙY

Gần năm mươi năm trên đất Cao nguyên
Đất bazan đã cho ta nhiều lắm
Từ một tình yêu hoang dại ban đầu
Đến hôm nay giữa dòng đời xô đẩy
Ta vững lòng nặng nợ với Cao nguyên.

Nhưng! Trong ta sao vẫn xao lòng
Luôn nhớ về một Miền quê thuở ấy
Bởi! Nơi ấy có hương tình đẹp lắm
Từ hạt mưa xuân tưới cánh hoa đào
Đến cánh đồng lúa đương thì con gái
Đêm hội làng ngày ấy chân quê
Em xúng xính trong tà áo trắng
Làm lòng ta bối rối đến bồn chồn.
Tháng năm về lúa đồng làng chín đỏ
Nhìn bông lúa cong, gánh tuổi hạt căng tròn
Còn lưng Mẹ ta cong, gánh tuổi đời vất vả
Trời về đêm bên cánh võng nhà ai
Vẳng lời ru nổi trần ai sâu thẳm.
Chiều cuối thu lá vàng rơi đầy ngõ
Cha bảo rằng cây dọn để ngủ đồng
Tiếng trống thừng thành, trường làng vang vọng
Gọi trẻ thơ cắp sách tới trường.
Rồi mùa đông trong làn khói lam chiều
Hương rơm rạ lan quanh xóm nhỏ
Nệm ổ rơm trong đêm đông ngày ấy
Đã đưa ta vào giấc ngủ nồng say.

Ôi tình quê sao rộng dài đến thế
Nâng bước ta trong gió núi, mưa ngàn
Và giờ đây khi bóng đã đổ dài
Ta ngẫm mình còn nợ với hương quê.



Ảnh: Internet

Hết dịch anh sẽ về

(tặng hai em Đỗ Cường - Nguyễn Phương)

Đất Sơn Tây mưa dầm nắng lửa
Em và con nhớ phải giữ gìn
Anh lên đường dập dịch giúp dân
Nhiệm vụ thời bình nhanh chóng thôi em

Hết dịch anh về cùng em dạo phố
Mình cùng ngắm hoàng hôn Thành cổ
Sơn Tây mình, bình yên vắng vẻ
Em ở nhà, yên tâm đợi anh về!

Ai bảo lấy chồng bộ đội là sướng
Hoà bình rồi, không phải chia xa
Em và tôi vẫn giường đơn gối lẻ
Đất nước cần, anh đi bất chợt.

Chưa hẹn ngày về, bởi dịch dã còn căng
Em ở nhà đừng ngày nhớ đêm mong
Trận chiến này chúng ta sẽ chiến thắng
Hẹn ngày về sum họp thỏa ước mong...

Bệnh viện 105 ngày 1/8/2021

NGUYỄN THỊ PHƯƠNG THẢO
(Trường THPT Ngô Quyền – Ba Vì)



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



CÙNG SĂN BIA MỪNG QUỐC KHÁNH LÊN ĐỒ QUỐC DÂN



1 Mua thùng
Bia Saigon Lager



2 Tìm 1 trong 8.000 lon
phiên bản giới hạn



3 Đổi 1 áo phiên bản
Quốc Khánh

Thông tin chi tiết xem tại: www.biasaigon.com.vn

ĐÃ UỐNG RƯỢU BIA - KHÔNG LÁI XE

LÊN CÙNG
VIỆT NAM