

vinataba

www.vinataba.com.vn

BẢN TIN
Số đặc biệt



CHÀO MỪNG ĐẠI HỘI ĐẢNG BỘ TỔNG CÔNG TY LẦN I

- Đảng bộ Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam:
**KHẲNG ĐỊNH VAI TRÒ HẠT NHÂN LÃNH
ĐẠO TOÀN DIỆN**
- Thực hiện Nghị quyết số 03/NQ-CP của
Chính phủ, Vinataba hướng tới mục tiêu
tăng trưởng 10% trong năm 2010
- Vinataba với Chương trình Thương hiệu
Quốc gia



XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN

LƯU HÀNH NỘI BỘ

Nội Dung



ĐẢNG BỘ TỔNG CÔNG TY THUỐC LÁ VIỆT NAM: KHẲNG ĐỊNH VAI TRÒ HẠT NHÂN LÃNH ĐẠO TOÀN DIỆN

Trong những ngày này toàn thể Cán bộ Đảng viên, CNVC Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam...(Tr.3)



THỰC HIỆN NGHỊ QUYẾT SỐ 03/NQ-CP CỦA CHÍNH PHỦ VINATABA HƯỚNG TỚI MỤC TIÊU TĂNG TRƯỞNG 10% TRONG NĂM 2010

Năm 2010 là năm cuối của Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm (2006 – 2010) và Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm (2001 – 2010). Vì vậy...(Tr.6)



HƯỚNG TỚI ĐẠI HỘI ĐẢNG BỘ TỔNG CÔNG TY LẦN THỨ I NHIỆM KỲ 2010-2015:

Vừa qua, để chuẩn bị cho Đại hội Đảng bộ Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam...(Tr.8)



MỘT SỐ THAM LUẬN TẠI ĐẠI HỘI ĐẢNG BỘ CƠ SỞ TRỰC THUỘC ĐẢNG BỘ TỔNG CÔNG TY THUỐC LÁ VIỆT NAM: Tháng 7/2010, Đại hội Đảng bộ Tổng công ty lần thứ nhất sẽ được tổ chức,...(Tr.13)



HƯỚNG TỚI ĐẠI HỘI THI ĐUA YÊU NƯỚC TỔNG CÔNG TY LẦN THỨ III - CỜ MÃI TÌNH YÊU NGHỀ

Gương người tốt, việc tốt trong Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam có rất nhiều...(Tr.16)



TỌA ĐÀM VỀ XÂY DỰNG LUẬT PHÒNG CHỐNG TÁC HẠI THUỐC LÁ: LUẬT PHÒNG CHỐNG TÁC HẠI THUỐC LÁ DƯỚI GÓC NHÌN CỦA CÁC NHÀ SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH THUỐC LÁ

Tại buổi tọa đàm lấy ý kiến đóng góp vào dự thảo Luật phòng, chống tác hại của thuốc lá tổ chức ngày 15/5/2010 tại TP. Nha Trang, nhiều ý kiến của các đại biểu...(Tr.18)



CẬP NHẬT VỀ CÁC QUY ĐỊNH PHÁP LÝ CỦA CÁC NƯỚC QUA HỘI NGHỊ THUỐC LÁ CHÂU Á LẦN THỨ 13 (NTA 13th)

Từ ngày 1-3 tháng 6 năm 2010, tại Khách sạn Hyatt Regency Jeju trên hòn đảo Jeju xinh đẹp của Hàn Quốc đã diễn ra Hội nghị các Hiệp hội thuốc lá Châu Á Thái Bình Dương...(Tr.20)



HOẠT ĐỘNG ĐOÀN THANH NIÊN: LỄ KẾT NGHĨA VÀ BÀN GIAO TRUNG TÂM GIÁO DỤC TẠI HUYỆN HÀ QUẢNG – CAO BẰNG Ngày 11/5/2010, Đoàn Thanh niên Cộng sản (TNCS) Hồ Chí Minh Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam đã tổ chức lễ gắn biển công trình...(Tr.22)



CHƯƠNG TRÌNH THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA: BA GIÁ TRỊ - MỘT CHẠNG ĐƯỜNG Vinataba vừa được chính thức lựa chọn là một trong 43 sản phẩm trong chương trình Thương hiệu Quốc gia...(Tr.24)



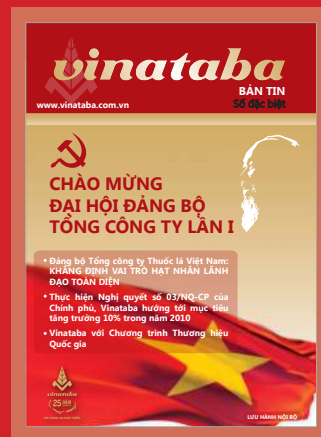
TIN QUỐC TẾ

Tokyo tung sản phẩm zerostyle Nhật bản...(Tr.26)



TÓM TẮT TIẾNG ANH

Vinataba promotes the role of state corporations, striving to achieve 10% growth in 2010...(Tr.30)



Bản tin Vinataba
Xuất bản 3 tháng 1 kỳ

Chỉ đạo nội dung:
Nguyễn Thái Sinh
Chủ tịch HĐQT

Trưởng ban Biên tập
Bùi Nhật Tiến
Phó Tổng Giám đốc

Ban Biên tập:
Nguyễn Chí Nhân
Phan Văn Tạo
Đinh Mạnh Hùng
Trịnh Hoàng Long
Trần Thị Hoàng Mai
Châu Hồng Nga
Huỳnh Kim Nhựt
Nguyễn Đức Thanh
Nhâm Minh Thuận
Nguyễn Đình Trường
Lê Trung Hải
Lương Đức Ngọc
Trần Văn Mỹ
Bùi Thu Hà

Thư ký Ban biên tập:
Ngô Thị Ngọc Duyên
Điện thoại: (04) 22401004;
Di động: 0912339445
Email: duyenntn@vinataba.com.vn

Địa chỉ liên hệ:
Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam
25A Lý Thường Kiệt
Quận Hoàn Kiếm - Hà Nội
ĐT: 04.38265778 – 04.38251380
Fax: 04.38265777
Website: <http://www.vinataba.com.vn>

Đảng bộ Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam

KHẸNG ĐỊNH VAI TRÒ HẠT NHÂN LÃNH ĐẠO TOÀN DIỆN



Trong những ngày này toàn thể cán bộ, đảng viên, CNVC Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam đang thi đua tích cực lập nhiều thành tích để hướng về Đại hội Đảng bộ Tổng công ty lần thứ I, nhiệm kỳ 2010-2015. Nhân dịp này, Bản tin Vinataba xin giới thiệu đôi nét về vai trò Đảng bộ Tổng công ty - hạt nhân lãnh đạo toàn diện các hoạt động của doanh nghiệp

Vượt qua khó khăn, những kết quả đạt được

Đảng bộ Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam là đảng bộ mới được thành lập từ cuối tháng 8 năm 2007, hoạt động theo

mô hình Đảng bộ Công ty mẹ. Hiện nay, Đảng bộ Tổng công ty có 16 tổ chức đảng cấp cơ sở hoạt động rộng khắp trên địa bàn Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và một số tỉnh, thành phía Nam, với tổng số 1.207 đảng viên. Trong 3 năm qua, nền kinh tế có nhiều khó khăn, song với sự nỗ lực của đảng viên, cán bộ công nhân viên và sự phối hợp chặt chẽ các tổ chức, dưới sự lãnh đạo của Đảng bộ, Tổng Công ty đã đạt được kết quả năm sau cao hơn năm trước, thực hiện tốt nghĩa vụ với nhà nước, đảm bảo đời sống cho người lao động, chủ động trong việc giữ vững thị trường nội địa.

Ngay từ khi thành lập, Đảng bộ Tổng công ty đã phải đối mặt với những khó khăn do tác động của cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu và lạm phát, suy giảm kinh tế ở trong nước và quốc tế, kéo theo sự biến động lớn về giá nguyên, phụ liệu, vật tư đầu vào đã ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động sản xuất - kinh doanh của Tổng công ty. Trước tình hình đó, Đảng bộ Tổng công ty đã xác định rõ vai trò **"Phát triển sản xuất - kinh doanh là nhiệm vụ trung tâm; xây dựng Đảng, nâng cao vai trò lãnh đạo của Đảng là nhiệm vụ then chốt"**. Vì vậy, Đảng bộ luôn nêu cao vai trò hạt nhân chính



trị để lãnh đạo, tập hợp và đoàn kết CBCNV trong toàn Tổng công ty, tập trung đổi mới phương thức lãnh đạo, chú trọng vào những nhiệm vụ lớn, trọng tâm, đặc biệt là công tác tổ chức cán bộ, và coi đây là một trong những yếu tố quyết định để hoàn thành nhiệm vụ sản xuất - kinh doanh. Chỉ đạo thực hiện đúng tiến độ theo Đề án sắp xếp ngành Thuốc lá và Phương án sắp xếp của Tổng công ty giai đoạn 2006-2010 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt. Số lượng doanh nghiệp trong Tổng công ty đã được sắp xếp hợp lý và đi sâu vào chuyên ngành, phát huy được vai trò, ưu thế và phù hợp với quy mô và điều kiện thực tế tại đơn vị. Chú trọng triển khai các chương trình đầu tư tổng thể, xây dựng các cơ sở sản xuất thuốc lá điều hiện đại và đồng bộ với tầm cỡ khu vực và thế giới: Dự án tổng thể đầu tư và di dời Công ty Thuốc lá Sài Gòn, Thuốc lá Thăng Long; xúc tiến các dự án đầu tư ra nước ngoài, xây dựng và phát triển thị trường quốc tế cho các sản phẩm mang thương hiệu của Tổng công ty.

Để bảo đảm cho hoạt động theo mô hình công ty mẹ - công ty con có hiệu quả,

Đảng ủy Tổng công ty đã cùng với Chính quyền xây dựng và từng bước hoàn thiện bộ máy, cơ chế quản lý điều hành của Tổng công ty và các đơn vị thành viên; ban hành hệ thống các quy trình, quy chế, chính sách nội bộ làm công cụ và cơ sở pháp lý nâng cao hiệu quả và tính chuyên nghiệp trong công tác quản lý điều hành. Bên cạnh đó là việc phân cấp, ủy quyền tối đa và tăng cường quyền tự chủ cho các đơn vị thành viên, nhằm nâng cao tính chủ động, sáng tạo và trách nhiệm của Đảng ủy các cấp đi đôi với việc đề cao công tác kiểm tra, giám sát. Những nỗ lực này đã mang lại các kết quả đáng khích lệ: sự vận hành và phối hợp của cả hệ thống bộ máy từ Tổng công ty tới các đơn vị thành viên, các đơn vị liên doanh, liên kết được bảo đảm; người lao động yên tâm công tác, sức mạnh tập thể được phát huy và tăng cường.

Trong thời gian qua, Đảng ủy Tổng công ty đã lãnh đạo, chỉ đạo triển khai đồng bộ các nhóm giải pháp thực hiện nhiệm vụ chính trị, giúp Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam tiếp tục có sự tăng trưởng trong giai đoạn 2007-2010, khẳng định vai trò và vị trí tiên

phong trong công cuộc phát triển kinh tế (Tổng doanh thu tăng trưởng bình quân hàng năm đạt 24,9%, nộp ngân sách tăng 17,68%, lợi nhuận tăng 8%, thu nhập bình quân của CBCNV trong toàn Tổ hợp tăng 13%). Tập trung chỉ đạo thực hiện tốt việc chuyển đổi cơ cấu sản phẩm theo hướng tăng tỷ trọng sản phẩm thuốc lá trung cao cấp, sản xuất các mác thuốc lá điều có chất lượng góp phần đẩy lùi thuốc lá nhập lậu và thuốc lá giả. Xây dựng, bảo vệ và phát triển thương hiệu Vinataba, đẩy mạnh hợp tác thương hiệu ở cả cấp toàn Tổ hợp và cấp công ty. Đầu tư trọng điểm vùng trồng nguyên liệu thuốc lá chất lượng cao thay thế một phần nguyên liệu nhập ngoại, phục vụ nhu cầu trong nước và tham gia xuất khẩu. Đa dạng hóa sản phẩm và phát triển thêm một số dòng sản phẩm bánh kẹo mới, phát triển và đẩy mạnh tiêu thụ các sản phẩm bánh kẹo có khả năng cạnh tranh cao và chiếm ưu thế thị trường. Chú trọng công tác xuất khẩu với kim ngạch năm 2009 đạt 150 triệu USD, mặt hàng xuất khẩu rất đa dạng từ thuốc lá nguyên liệu, phụ liệu thuốc lá, thuốc lá bao và đến các mặt hàng bánh kẹo, công nghệ phẩm và hàng nông

sản. Triển khai có hiệu quả và đưa chương trình "Tam nông" của Nghị quyết TW 7 (khóa X) đi vào cuộc sống trong lĩnh vực phát triển nguyên liệu thuốc lá, tạo công ăn việc làm ổn định cho trên 200.000 lao động nông nghiệp, góp phần cải thiện rõ rệt diện mạo kinh tế tại vùng sâu, vùng xa, vùng biên giới. Thực hiện nhiệm vụ chính trị kết hợp kinh tế với an ninh quốc phòng, Đảng bộ Tổng công ty đã chỉ đạo thực hiện giúp đỡ 02 huyện Hà Quảng (tỉnh Cao Bằng) và Bắc Ái (tỉnh Ninh Thuận) theo Nghị quyết số 30a/2008/NQ-CP của Chính phủ, với tổng kinh phí hỗ trợ năm 2009 là 7,7 tỷ đồng.

Công tác tư tưởng, chính trị được coi là khâu trọng tâm trong nhiệm vụ xây dựng Đảng bộ, vì thế Đảng ủy thường xuyên quan tâm chỉ đạo cả hệ thống chính trị tuyên truyền, phổ biến đến cán bộ, đảng viên và người lao động các chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước, trọng tâm là Nghị quyết Đại hội Đảng X, Nghị quyết Hội nghị Trung ương Đảng lần thứ 6, khóa X về xây dựng giai cấp công nhân Việt Nam trong thời kỳ đẩy mạnh CNH - HĐH đất nước, Nghị quyết triển khai thực hiện Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"... Mặt khác, Đảng bộ còn chủ trương động viên cán bộ, đảng viên và người lao động tích cực học tập, nâng cao trình độ về mọi mặt, rèn luyện ý thức tổ chức kỷ luật trong lao động sản xuất. Đảng ủy đã nêu cao tinh thần đoàn kết, phát huy nội lực, thực hiện tốt cơ chế quan hệ giữa Đảng ủy với Hội đồng Quản trị, Ban Giám đốc và các tổ chức đoàn thể, tạo điều kiện cho mỗi bên thực hiện trách nhiệm và quyền hạn được giao. Điểm nổi bật trong công tác giáo dục chính trị tư tưởng, đó là thực hiện tốt Cuộc vận động "Học tập và làm theo

tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh". Đảng ủy đã triển khai kế hoạch thực hiện Cuộc vận động, gắn Cuộc vận động với thực hiện nhiệm vụ chính trị, bảo vệ uy tín, thương hiệu của đơn vị và Tổng công ty. Tổ chức Hội thi kể chuyện tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh cấp cơ sở và cấp Tổng công ty. Tham gia Hội thi do Đảng ủy Khối Doanh nghiệp Trung ương tổ chức, đạt 1 giải nhì và 1 giải ba. Đã cử 01 thí sinh tham gia Hội thi sơ khảo toàn quốc khu vực 3 tại Nha Trang. Chỉ đạo Đoàn Thanh niên Tổng công ty tham gia Hội thi Đội tuyên truyền viên trẻ về cuộc vận động học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh với kết quả giải nhất toàn đoàn và đã vinh dự được Đoàn khối Doanh nghiệp Trung ương tặng bằng khen đơn vị có thành tích xuất sắc thực hiện cuộc vận động "Học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh".

Vững bước trên con đường hội nhập

Giai đoạn 2010 - 2015 là thời kỳ đặc biệt quan trọng đối với Tổng Công ty Thuốc lá Việt Nam để thực hiện thắng lợi Chiến lược và Quy hoạch phát triển ngành Thuốc lá đến năm 2015, định hướng đến năm 2025. Với tinh thần **"Phát huy truyền thống đoàn kết, sáng tạo, xây dựng Đảng bộ Tổng công ty vững mạnh toàn diện"**, Đảng bộ Tổng công ty sẽ tiếp tục lãnh đạo, chỉ đạo Tổng công ty nỗ lực phấn đấu, nâng cao sức cạnh tranh của toàn Tổ hợp Tổng công ty, giữ vững và phát triển thị trường trong nước, đi đôi với việc mở rộng thị trường xuất khẩu. Xây dựng Tổng công ty trở thành Tổng công ty mạnh trong lĩnh vực công nghiệp tiêu dùng, có thương hiệu trong khu vực và trên thế giới; lấy sản xuất kinh doanh thuốc lá làm then chốt và nền tảng, mở rộng phát triển sản xuất kinh doanh các

mặt hàng bánh kẹo, đồ uống, đảm bảo nâng cao hiệu quả đầu tư vốn. Đảm bảo đủ việc làm cho người lao động, từng bước nâng cao đời sống của người lao động gắn với hiệu quả sản xuất kinh doanh, góp phần thực hiện chủ trương của Chính phủ về tăng khả năng đảm bảo an sinh xã hội. Phấn đấu các chỉ tiêu chủ yếu đạt tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm: Doanh thu tăng 11%, nộp Ngân sách tăng 8%, kim ngạch xuất khẩu tăng 6%, thu nhập bình quân của CB-CNV tăng 6%.

Để giữ vững và tăng cường vai trò lãnh đạo của Đảng trong thời kỳ cạnh tranh và hội nhập, nhằm duy trì truyền thống là tổ chức Đảng trong sạch, vững mạnh, không ngừng đổi mới phương thức lãnh đạo, thực hiện vai trò hạt nhân lãnh đạo mọi mặt hoạt động của Tổng công ty, trong nhiệm kỳ 2010-2015, Đảng bộ Tổng công ty tiếp tục lãnh đạo, chỉ đạo kiên toàn các cơ sở Đảng gắn liền với việc sắp xếp lại bộ máy chính quyền, đoàn thể theo hướng tinh gọn, hiệu quả; thực hiện "Quy chế phối hợp giữa Đảng ủy tập đoàn kinh tế, tổng công ty nhà nước với cấp ủy địa phương" theo Quyết định số 197-QĐ/TW của Ban Bí thư; đẩy mạnh thực hiện Cuộc vận động "Học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh" gắn liền với thực hiện nhiệm vụ chính trị của Tổng công ty nhằm xây dựng nền tảng văn hóa và đạo đức xã hội, chỉnh đốn và xây dựng Đảng, quyết tâm thực hiện thắng lợi các nhiệm vụ chính trị được giao. Đây là các nhân tố quyết định, đảm bảo cho Đảng bộ Tổng công ty thực hiện thắng lợi Nghị quyết Đại hội lần thứ nhất, nhiệm kỳ 2010-2015, đóng góp tích cực cho sự phát triển của ngành Thuốc lá trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.



Hà My



**Thực hiện Nghị
quyết số 03/NQ-CP
của Chính phủ
VINATABA
hướng tới
mục tiêu
tăng trưởng
10% trong
năm 2010**

2015), theo đó mục tiêu năm 2010, Tổng công ty phấn đấu đạt mức doanh thu 27.800 tỷ đồng, nộp ngân sách đạt 4.850 tỷ đồng, lợi nhuận 925 tỷ đồng, kim ngạch xuất khẩu đạt trên 150 triệu USD.

Sáu tháng đầu năm: sản xuất kinh doanh tăng trưởng, đảm bảo tiến độ thực hiện kế hoạch đề ra

Trong bối cảnh giá cả nguyên vật liệu đầu vào vẫn ở mức cao; thuốc lá nhập lậu, thuốc lá giả vẫn có chiều hướng gia tăng, kinh doanh nông sản thực phẩm tiếp tục phải đối mặt với khó khăn do thiếu vốn để thu mua dự trữ; giá mặt hàng xuất khẩu chính là cà phê thế giới vẫn còn thấp,... Tổng công ty vẫn đạt các chỉ tiêu về doanh thu, lợi nhuận, kim ngạch xuất khẩu, và tăng trưởng so CKNT: Doanh thu đạt trên 14.200 tỷ đồng, nộp ngân sách đạt 2.669 tỷ đồng, tăng 11%, Lợi nhuận đạt 480 tỷ đồng, tăng trên 18%, kim ngạch xuất khẩu đạt 84 triệu USD, tăng 13% so với CKNT.

Bên cạnh sự phát triển ổn định vững chắc của mặt hàng chủ lực, các mặt hàng công nghệ phẩm như bánh kẹo, nước tinh khiết, rượu vang đều tăng trưởng tốt so CKNT: Sản xuất tiêu thụ bánh kẹo ước đạt 15.217 tấn, tăng 12,5% so CKNT, hoàn thành 44,11 % KH năm, trong đó sản phẩm bánh kẹo Hữu Nghị tăng trưởng rất cao, bằng 160% so CKNT, đặc biệt là mặt hàng bánh tươi. Mặt hàng nước uống Vinnawa vẫn tiêu thụ ổn định, bằng 115,33% so CKNT. Rượu vang Romantic tăng trưởng tốt ước đạt 165,47% so CKNT.

Đẩy mạnh xuất khẩu và kiểm soát nhập siêu

Thực hiện Chỉ thị số 05/CT-BCT ngày 03/02/2010 của Bộ Công thương về việc tổ chức thực hiện chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại văn bản số 2600/TTg-KTTH ngày 30/12/2009 về đẩy mạnh xuất khẩu và kiểm soát nhập siêu năm 2010, Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam đã có văn bản số 321/TLVN-KTKH ngày 04/5/2010 gửi Bộ Công Thương về việc triển khai các biện pháp kiểm soát nhập khẩu và kiểm chế nhập siêu năm 2010. Kết quả thực hiện 6 tháng đầu năm 2010, toàn tổ hợp ước thực

Năm 2010 là năm cuối của Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2006 - 2010 và Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2001 - 2010. Vì vậy, việc thực hiện thắng lợi kế hoạch năm 2010 có ý nghĩa rất quan trọng trong việc hoàn thành các mục tiêu và nhiệm vụ của Kế hoạch 5 năm 2006 - 2010 và Chiến lược 10 năm 2001 - 2010; đồng thời tạo ra tiền đề quan trọng để thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội trong giai đoạn sắp tới.

Do vậy, ngay từ đầu năm, Lãnh đạo Tổng công ty đã xác định nhiệm vụ trọng tâm là nâng cao sức cạnh tranh, khắc phục những tồn tại, đón cơ hội để vươn lên sau suy thoái tạo bước khởi đầu cho việc xây dựng và triển khai Chiến lược của Tổng công ty 5 năm tiếp theo (2011-

hiện xuất siêu 22,4 triệu USD (Giá trị nhập khẩu 6 tháng đầu năm ước đạt 62 triệu USD, trong khi kim ngạch xuất khẩu ước đạt 84,4 triệu USD). Kim ngạch xuất khẩu 6 tháng đầu năm 2010 ước đạt trên 84 triệu USD, bằng 113,45 % so CKNT và hoàn thành 56,09 % KH. Kim ngạch xuất khẩu của Tổng công ty tăng trưởng chủ yếu nhờ sự tăng trưởng mạnh của kim ngạch xuất khẩu thuốc điều – (tăng 25,4% so CKNT) và kim ngạch xuất khẩu nguyên phụ liệu thuốc lá (nguyên liệu thuốc lá tăng 473%, phụ liệu tăng 395,25% so CKNT). Thuốc lá điều xuất khẩu ước đạt 490 triệu bao, tăng 10,86% so CKNT. Thuốc lá nguyên liệu xuất khẩu ước đạt 4.898 tấn, tăng 466% so CKNT. Tổng kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng thuốc lá chiếm trên 74 % tổng kim ngạch xuất khẩu của toàn Tổng công ty.

Xây dựng Chương trình hành động với các giải pháp thiết thực

Trên cơ sở quán triệt sâu sắc Nghị quyết số 03 ngày 15/1/2010 của Chính phủ, nhận thức được tầm quan trọng đặc biệt của việc triệt để thực hiện các giải pháp của Chính phủ và xác định đây là nhiệm vụ trọng tâm để chỉ đạo, điều hành của Đảng ủy, Hội đồng Quản trị và Ban Tổng Giám đốc Tổng công ty

trong năm 2010. Kế hoạch sản xuất kinh doanh 6 tháng còn lại của năm 2010, Tổng công ty sẽ phấn đấu đạt doanh thu trên 16.700 tỷ đồng, lợi nhuận đạt trên 485 tỷ đồng, nộp ngân sách hơn 2.400 tỷ đồng kim ngạch xuất khẩu đạt trên 85 triệu USD. Để thực hiện thành công kế hoạch này, Tổng công ty đã xây dựng Chương trình hành động với các nhóm giải pháp chủ yếu sau đây:

- Triển khai xây dựng Chiến lược phát triển Tổng công ty giai đoạn 2011-2015 và tầm nhìn đến năm 2020. Phối hợp với Bộ Công Thương triển khai xây dựng Quy hoạch hệ thống phân phối thuốc lá điều và Quy hoạch phát triển vùng trồng cây thuốc lá giai đoạn 2010 - 2020.
- Tiếp tục thực hiện chuyển đổi cơ cấu sản phẩm theo hướng tăng sản phẩm trung cao cấp phù hợp với nhu cầu của người tiêu dùng. Rà soát, lựa chọn và đầu tư có chọn lọc để hình thành phát triển các sản phẩm chủ lực ở từng phân khúc, từng thị trường, giữ vững và phát triển thị phần trong nước.
- Duy trì ổn định chất lượng sản phẩm thuốc lá điều, đặc biệt là yếu tố nguyên liệu sử dụng trong phối chế (nền nguyên liệu ổn định, sử dụng nguyên liệu chế biến) và nâng cấp bao bì sản phẩm để nâng cao khả năng cạnh tranh, tạo uy tín cũng

như xây dựng thương hiệu cho sản phẩm.

- Tập trung giải pháp để bình ổn thị trường và giữ vững tốc độ tăng trưởng tiêu thụ thuốc lá Vinataba. Áp dụng các giải pháp kỹ thuật để chống, hạn chế việc làm giả sản phẩm.
- Tiếp tục triển khai các biện pháp đẩy mạnh xuất khẩu và kiểm soát nhập khẩu và kiểm chế nhập siêu của Tổng công ty.
- Phối hợp chặt chẽ với các cơ quan chức năng và địa phương đẩy mạnh công tác chống buôn lậu, hàng giả, thực hiện đồng bộ các biện pháp theo các cam kết đã ký.Tích cực tham gia xây dựng, sửa đổi, bổ sung các văn bản pháp luật về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực sản xuất, kinh doanh thuốc lá để tạo thuận lợi cho công tác chống buôn lậu thuốc lá.
- Thường xuyên kiểm tra, rà soát các chi phí, thực hiện triệt để tiết kiệm, phấn đấu giảm chi phí sản xuất nhằm tăng hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh.
- Tiếp tục Chương trình xây dựng và hoàn thiện các quy định, quy chế quản lý theo mô hình công ty mẹ-con theo Luật Doanh nghiệp, tạo điều kiện cho các công ty con được chủ động trong sản xuất kinh doanh và đảm bảo theo định hướng của Tổng công ty.
- Tiếp tục thực hiện kế hoạch giúp đỡ các huyện nghèo theo tinh thần Nghị quyết 30a/2008/NQ-CP.

Tin rằng, với những mục tiêu và giải pháp đề ra, Tổng công ty sẽ hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ 6 tháng cuối năm và kế hoạch năm 2010.



Việt Dũng



Kiểm tra chất lượng sản phẩm trong phòng thí nghiệm tại Cty Thuốc lá Sài Gòn

HƯỚNG TỚI ĐẠI HỘI ĐẢNG BỘ TỔNG CÔNG TY LẦN THỨ NHẤT NHIỆM KỲ 2010-2015

VỪA QUA, ĐỂ CHUẨN BỊ CHO ĐẠI HỘI ĐẢNG BỘ TỔNG CÔNG TY THUỐC LÁ VIỆT NAM LẦN THỨ NHẤT NHIỆM KỲ 2010-2015, CÁC ĐẢNG BỘ, CHI BỘ CƠ SỞ TRỰC THUỘC ĐẢNG BỘ TỔNG CÔNG TY ĐÃ TỔ CHỨC ĐẠI HỘI BẦU BAN CHẤP HÀNH NHIỆM KỲ MỚI. DƯỚI ĐÂY LÀ HÌNH ẢNH MỘT SỐ ĐẠI HỘI CƠ SỞ:











MỘT SỐ THAM LUẬN TẠI ĐẠI HỘI ĐẢNG BỘ CƠ SỞ TRỰC THUỘC ĐẢNG BỘ TỔNG CÔNG TY THUỐC LÁ VIỆT NAM

Tháng 7/2010, Đại hội Đảng bộ Tổng công ty lần thứ nhất sẽ được tổ chức, Bản tin Vinataba trích dẫn một số ý kiến của đại biểu tham dự đại hội Đảng bộ các cơ sở, đóng góp với Báo cáo Chính trị được trình bày tại Đại hội Đảng bộ Tổng công ty

Vận dụng quy luật tiếp nhận và xử lý thông tin để nâng cao hiệu quả sinh hoạt chi bộ

Theo quy định tại Điều lệ Đảng Cộng sản Việt Nam, thì mỗi chi bộ - đảng bộ duy trì sinh hoạt 1 lần/1 tháng. Thực tế cho thấy các đảng viên thường thụ động nghe quán triệt nhiệm vụ theo hướng một chiều từ trên xuống. Những vấn đề không được quan tâm nhiều (không ảnh hưởng trực tiếp đến đời sống, việc làm và thu nhập trực tiếp của họ) thì thường lượng tiếp nhận rất ít. Đối với nội dung kiểm điểm việc thực hiện nhiệm vụ thời gian vừa qua, nếu người chủ trì cuộc họp không có kinh nghiệm thì công tác phê bình và tự phê bình trở nên căng thẳng. Nếu để cá nhân phân tích và xử lý thông tin thường theo hướng hình thức, ít có biện pháp tối ưu. Do vậy buổi sinh hoạt thường căng thẳng, khô cứng; dễ gây nhàm chán vì thực tế khi họp chuyên môn nội dung thì không có sự thay đổi nhiều (không có sự hưng phấn trong buổi họp); Không gợi mở được các cá nhân phát biểu về tâm tư, nguyện vọng; khó khăn cũng như thuận lợi khi thực thi nhiệm vụ... Cá nhân đảng viên không được chuẩn bị trước, suy nghĩ và đầu tư cho nội dung buổi sinh hoạt tích sáng tạo rất ít.



Theo quy luật sinh học thì con người ta sẽ có kết quả hành động trải qua 3 bước: tiếp nhận thông tin – phân tích thông tin – xử lý và hành động của cá nhân bản thân. Từ 3 bước nêu trên, qua phân tích thì có thể thấy là thông tin trong mỗi buổi sinh hoạt chi bộ được chuyển đến là rất rộng, dàn trải. Lượng thông tin có tác dụng trực tiếp đến mỗi nhóm cá nhân đảng viên lại không nhiều. Ví dụ chi bộ bộ phận bảo vệ thì cần quan tâm nhiều đến tình hình an ninh – trật tự, Phòng chống cháy nổ tại khu vực và địa bàn; tình hình tư tưởng của 1 số phân xưởng sản xuất tại đơn vị... Còn các thông tin khác đa phần để biết. Vấn đề phân tích các thông tin trên phụ thuộc mức độ quan tâm của mỗi cá nhân cũng như trình độ học vấn của họ. Vấn đề xử lý thông tin cũng khác nhau do giai đoạn phân tích khác nhau.

Để thực hiện tốt nhiệm vụ chính trị và xây dựng đảng, nội dung sinh hoạt có thể chia làm 2 phần:

- Phần cứng (phần tiếp nhận thông tin): như là phổ biến và quán triệt Nghị quyết của cấp ủy cấp trên; Nêu chủ trương, đường lối về nhiệm vụ, phương hướng của từng bộ phận trong chi bộ trong tháng tới, nếu có thể nên chiếm 1/3 thời gian sinh hoạt...
- Phần mềm (phần phân tích và xử lý thông tin): Cấp ủy có thể thống nhất và thông báo cho đảng viên nội dung sinh hoạt trước vài ngày hoặc từ kỳ sinh hoạt trước theo chủ đề nhất định. Nội dung phần mềm có thể giao cho 1 vài cá nhân trong chi bộ được chủ trì, nghiên cứu đưa ra từng nhóm thông tin đang được nhóm đó quan tâm cần có sự trao đổi của cả tập thể. Thời lượng có thể là 2/3 thời gian buổi sinh hoạt.

Nếu nội dung được triển khai thì các cá nhân trong chi bộ được hiểu nhau hơn, thông cảm và giúp nhau cùng tháo gỡ khó khăn, cùng làm việc hiệu quả hơn... Nếu cá nhân đảng viên đi công tác vắng, vẫn có thể nắm được nội dung sinh hoạt và có ý kiến đóng góp nếu được nghiên cứu và chuẩn bị trước. Trước mắt công tác này có thể triển khai đến các chi bộ hoặc tổ đảng qua 3 tháng, 6 tháng và có đánh giá, rút kinh nghiệm. Nếu thực sự có lợi cho tổ chức, cho tập thể thì phát huy. Nếu có ý kiến góp ý có hiệu quả hơn thì điều chỉnh theo và tiếp tục thực hiện.



Xây dựng một văn phòng chuyên nghiệp, mỗi Đảng viên trở thành chuyên gia thật sự trong lĩnh vực được phân công

Định hướng phát triển của Tổng công ty đặt ra sự cần thiết cho mỗi người Đảng viên chúng ta phải ngày càng phát huy cái



Đ/c Trần Thị Hoàng Mai
Trưởng phòng Tổ chức Nhân sự
Tổng công ty

tâm và cái tâm của mình trong công việc, sự cần thiết phải củng cố một môi trường làm việc ngày thêm một chuyên nghiệp tại cơ quan Văn phòng Tổng công ty và đòi hỏi mỗi chúng ta thật sự phải là một chuyên gia trong lĩnh vực của mình.

Để đạt được điều này, cần có sự phối kết hợp cả trong những quy chế, quy định của Tổng công ty, của các đồng chí lãnh đạo các phòng ban và chính mỗi CBCNV Tổng công ty:

Về phía Tổng công ty: Trong thời gian tới, đề xuất TCT sẽ tiếp tục ban hành các quy chế, quy trình phối hợp công việc, đem lại hiệu quả trong công việc; Căn cứ tình hình kinh tế xã hội hiện nay và xu hướng phát triển trong thời gian tới xây dựng, hoàn thiện chức năng nhiệm vụ của Tổng công ty và các phòng, ban Tổng công ty; Xây dựng lại hệ thống mô tả công việc trên cơ sở chức năng, nhiệm vụ và định hướng phát triển của Tổng công ty; Từng bước xây dựng và hoàn thiện quy trình luân chuyển thông tin và phối hợp các phòng, ban Tổng công ty trên cơ sở phân tích các nội dung công việc của từng phòng, ban; Hoàn thiện hệ thống quản lý chất lượng ISO và hệ thống đánh giá hiệu quả công việc để từng bước gắn kết hiệu quả công việc với vị trí công việc; Đào tạo và nâng cao tính chuyên nghiệp của đội ngũ chuyên viên cả về kỹ năng thực hiện công việc và văn hóa doanh nghiệp.

Về phía lãnh đạo các phòng ban: Bản thân mỗi đồng chí đòi hỏi sự chủ động phối kết

hợp giữa các phòng ban trong công việc chung của Tổng công ty. Đối với lãnh đạo các phòng luôn nêu cao sự gương mẫu, mỗi đồng chí là một tấm gương về sự phối kết hợp trong công việc. Đối với CBCNV trong phòng đòi hỏi các đồng chí lãnh đạo phòng ban có sự phân công công việc khoa học, rõ ràng và có sự trao đổi công việc trong phòng một cách chặt chẽ, đó chính là 1 trong những nhân tố giúp cho các CBCNV trong phòng hiểu công việc của nhau hơn, chủ động hơn trong việc phối kết hợp để cùng nhau hoàn thành nhiệm vụ.

Về phía từng CBCNV trong phòng: bản thân mỗi CBCNV phải tự chủ động trong việc tự đào tạo bản thân, đề xuất với lãnh đạo những phần việc còn thiếu, những kiến thức cần bổ sung để từ đó tự trang bị kiến thức cho mình, trở thành những chuyên gia thật sự trong lĩnh vực được phân công; Nêu cao tinh thần đoàn kết, tự giác, chủ động trong công việc, kỹ năng làm việc theo đội nhóm mà chính chúng ta đã được tham gia khóa đào tạo của Tổng công ty do Trung tâm Đào tạo Vinataba đã tổ chức.



Hoạt động độc lập của đảng viên trong công tác phát triển Đảng tại công ty liên doanh

Tại công ty liên doanh không có tổ chức Đảng, chỉ có một hoặc hai đảng viên là đại diện phần vốn của Vinataba. Cán bộ quản lý người nước ngoài và số nhân viên còn lại là người Việt Nam được tuyển dụng theo qui chế công ty nước ngoài hoặc các công ty cổ phần. Đặc điểm của đội ngũ lao động này là họ thường xuyên thay đổi việc làm (trung bình 2-3 năm), do đó việc phát triển Đảng trong các công ty này rất khó khăn và hầu như không thực hiện được. Tuy nhiên, với vai trò của đảng viên hoạt



Đ/c Nguyễn Văn Ba
Phó Tổng giám đốc
Công ty Liên doanh BAT - Vinataba

động độc lập, bằng trách nhiệm của người đảng viên phải ra sức tuyên truyền để nhân viên người nước ngoài cũng như người Việt Nam hiểu được các chủ trương chính sách của Đảng thông qua tiếp xúc làm việc hàng ngày, bằng hình thức nêu gương, vận động và giúp đỡ họ chấp hành đầy đủ các chính sách pháp luật của Nhà nước. Bằng các hình thức sáng tạo, tìm cách đưa tinh thần Nghị quyết của Đảng vào các hoạt động, các buổi truyền thông của Công ty.

Ngoài ra, một kênh tuyên truyền quan trọng khác là Công đoàn cơ sở, đảng viên cần phải tham gia vào việc định hướng cho hoạt động của Công đoàn và vận động các cấp quản lý là người nước ngoài hỗ trợ cho hoạt động Công Đoàn. Người đảng viên phải phát huy khả năng lãnh đạo của mình tạo ảnh hưởng và thông qua nhân sự trong BCH Công đoàn, đặc biệt là Chủ tịch Công đoàn cơ sở, để chuyển tải đến nhân viên, Đoàn viên Công đoàn các chủ trương chính sách của Đảng và Nhà Nước.

Riêng đối người nước ngoài, thỉnh thoảng gửi cho họ các tài liệu, sách báo bằng tiếng Anh nhằm giúp cho hiểu biết hơn về truyền thống dựng nước và giữ nước của dân tộc, cũng như trao đổi với họ về tình hình phát triển kinh tế của đất nước. Tranh thủ sự ủng hộ của họ cho các chương trình phúc lợi xã hội, hướng họ đến mục tiêu cùng nhau đóng góp nhiều nhất cho đất nước mà họ đang sinh sống và làm việc.

Bằng các hình thức trên, kết quả cho thấy cán bộ quản lý và nhân viên công ty luôn chấp hành đúng theo pháp luật Nhà nước, phấn đấu học tập vươn lên, có quan điểm sống lành mạnh, đóng góp công sức vào sự phát triển của Công ty với ý thức trách nhiệm xã hội cao cũng chính là góp phần thực hiện Nghị quyết của Chi bộ và của Đảng ủy cấp trên.



Tính chủ động của Đoàn Thanh niên trong việc giới thiệu đoàn viên ưu tú vào Đảng

*Đ/c Nguyễn Hữu Kiên
Bí thư Chi Đoàn Thanh niên
Văn phòng Tổng công ty*

Mấu chốt khi phát triển đoàn viên thanh niên để giới thiệu vào Đảng là phải tạo môi trường để các bạn đoàn viên trưởng thành từ phong trào Đoàn nhưng gắn liền với chuyên môn. Vì vậy cần phải phát động trong toàn Tổng công ty phong trào "Tuổi trẻ nhiệt huyết", đoàn viên,



thanh niên phát huy tinh thần tuổi trẻ sáng tạo, sẵn sàng đảm nhận việc mới, việc khó, đảm nhận công trình, phần việc thanh niên. Qua đó, các bạn Đoàn viên có điều kiện để trưởng thành nhanh chóng hơn và cấp ủy đảng cũng thuận lợi hơn trong việc ghi nhận, đánh giá; Đoàn cần phải xây dựng được lộ trình và chỉ tiêu giới thiệu đoàn viên ưu tú cho Đảng ngay từ đầu năm. Xác định việc xây dựng chỉ tiêu ở đây không phải là để giới thiệu cho đủ con số, mà để có kế hoạch bồi dưỡng, đào tạo để các đoàn viên ưu tú đủ điều kiện được kết nạp; Hiện nay có một thực tế là nhiều bạn trẻ tham gia rất tích cực những hoạt động phong trào bề nổi mang tính tập thể mà ngại tham gia những hoạt động chính trị, tạo dựng bản lĩnh, lý tưởng. Do vậy, tổ chức Đoàn khi triển khai các hoạt động cần phải quan tâm lồng ghép hai mục tiêu này, vừa để thu hút được đông đảo đoàn viên, thanh niên tham gia, vừa tạo môi trường để các bạn Đoàn viên được rèn luyện bản lĩnh chính trị, lý tưởng cách mạng – là những yếu tố cần thiết của một đoàn viên ưu tú; Định kỳ 06 tháng/lần, các cơ sở đoàn xem xét, đánh giá, xếp loại đoàn viên ưu tú, qua đó giới thiệu với tổ chức đảng và chủ động phối hợp với cấp ủy để bồi dưỡng. Đoàn thanh niên cần phải đề ra những tiêu chí cụ thể để đánh giá những đoàn viên ưu tú được giới thiệu vào Đảng, vừa để đảm bảo công bằng, khách quan, vừa dễ dàng cho đoàn viên, thanh niên phấn đấu; Mỗi cơ sở Đoàn, cần tổ chức được những buổi sinh hoạt Đoàn tham gia xây dựng Đảng để toàn thể Đoàn viên được tham gia đánh giá, đóng góp ý kiến về Đoàn viên ưu tú sắp được tổ chức Đảng xem xét và kết nạp.



HƯỚNG TỚI ĐẠI HỘI THI ĐUA YÊU NƯỚC - TỔNG CÔNG TY THUỐC LÁ VIỆT NAM LẦN THỨ III

Còn mãi tình yêu nghề

Gương người tốt, việc tốt trong Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam có rất nhiều, nhưng trong số đó, gương mặt nổi bật là anh Nguyễn Văn Sơn, Tổ trưởng Tổ sản xuất, Phân xưởng Cơ điện Công ty Thuốc lá Bắc Sơn. anh là người thợ lành nghề, có nhiều đóng góp hết sức hiệu quả cho công ty. bằng trí tuệ và tay nghề, anh đã nghiên cứu, thiết kế, chế tạo thành công 8 thiết bị trong dây chuyền công nghệ, tiết kiệm cho Công ty Thuốc lá Bắc Sơn nhiều tỷ đồng.

Vượt qua hơn 40 km, từ Hà Nội, tôi đến Công ty Thuốc lá Bắc Sơn, tọa lạc tại phường Thị Cầu, thành phố Bắc Ninh. Do đã được báo trước, Lãnh đạo Công ty bố trí cho tôi làm việc với anh Sơn trong một căn phòng nhỏ. Sau màn chào hỏi xã giao, anh trải lòng mình bằng những lời tâm sự hết sức mộc mạc và chân thành về cuộc đời làm thợ. Anh sinh ra và lớn lên trong gia

con sinh ra và lớn lên trên mảnh đất Kinh Bắc. Năm 1978, vừa tròn 18 tuổi, theo tiếng gọi của Tổ quốc, chàng trai trẻ Nguyễn Văn Sơn lên đường nhập ngũ. Đóng quân nơi vùng biên giới xa xôi Hà Tuyên, phát hiện ra đôi bàn tay khéo léo, lãnh đạo đơn vị đã cử anh đi học Trường Công nhân Kỹ thuật - Tổng cục Kỹ thuật, Bộ Quốc phòng. Được sự dạy dỗ hết lòng của các thầy cô giáo và

nhiều gian khó, đã tôi luyện anh có được bản lĩnh vững vàng của người thợ. Gắn bó với mảnh đất xa xôi ấy, đem hết tâm huyết và sức mình để xây dựng quê hương mới, nhưng người con trai xứ Kinh Bắc vẫn luôn đau đáu hướng về nơi chôn rau cắt rốn, ở đó, có cha mẹ già và những người thân ngày đêm mong nhớ. Sau khi hoàn thành nghĩa vụ, anh đã xin chuyển ngành, về công tác tại Nhà máy



Anh Nguyễn Văn Sơn bên công trình của mình

đình có truyền thống làm nghề cơ khí - ông, cha đã từng là những tay nghề bậc cao, thợ giỏi. Không biết từ bao giờ thanh sắt, cái đe, cờ lê, mỏ lết... đã trở thành "một phần máu thịt" của anh - người

các chuyên gia Nga, sau hơn 2 năm học tập, anh trở về đơn vị và phục vụ đến năm 1985. Trong 5 năm gắn bó với nghề trong môi trường quân đội đầy thử thách, nơi biên cương đất nước còn

Thuốc lá Bắc Sơn (nay là Công ty Thuốc lá Bắc Sơn).

Với bản tính ham học hỏi, Nguyễn Văn Sơn đã nhanh chóng hòa nhập vào công việc mới. Được sự quan tâm của Cấp ủy, Công

đoàn và Lãnh đạo Công ty, sự giúp đỡ của bạn bè đồng nghiệp và những người đi trước, qua các phong trào thi đua yêu nước, tay nghề của anh ngày càng hoàn thiện. Với phương châm "giỏi một nghề và biết làm nhiều nghề", ngoài chuyên ngành đã học là nguội cơ khí, đến nay, anh đã có thể làm được công việc của nhiều nghề khác như hàn, tiện, phay, gò... Nhờ đó, những quy trình bảo dưỡng, thay thế, sửa chữa của hệ thống máy móc, anh và Tổ của anh đảm nhiệm luôn hoạt động tốt và đều đặn, phục vụ kịp thời nhiệm vụ sản xuất kinh doanh của Công ty. Không biết đã bao nhiêu lượt những chiếc máy hỏng mà trong đó có những chiếc tưởng chừng phải vứt bỏ vì không có phụ tùng thay thế đã được anh và tập thể "cứu sống" và trở lại sản xuất. Để rồi từng chi tiết máy, từng quy trình vận hành của mỗi chiếc máy của Công ty, anh đã thuộc như lòng bàn tay. Không những thế, trong công việc của mình, anh còn luôn cố gắng, mạnh dạn áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất, phát huy sáng kiến cải tiến kỹ thuật, không ngừng nâng cao năng suất lao động, chất lượng sản phẩm, tiết kiệm vật tư nguyên liệu, cải thiện tính năng an toàn lao động... Hàng năm, anh Sơn đều có ít nhất 3 sáng kiến và trở thành người có nhiều sáng kiến cải tiến khoa học kỹ thuật nhất trong Công ty. Đặc biệt là từ năm 2002 đến nay, anh đã có 25 sáng kiến cải thiện kỹ thuật và công trình nghiên cứu chế tạo các hạng mục công trình lớn nhỏ như, thiết kế chế tạo máy bóng kính bao mềm; thiết kế, chế tạo máy lăn yếm bao trong; thiết kế chế tạo cụm chuyển đổi lắp cho máy bóng kính bao cứng của Anh quốc; thiết kế chế tạo máy máy cắt dán bóng kính...

Khi hỏi về những chiếc máy đã từng nghiên cứu chế tạo, nhìn trong ánh mắt của anh, tôi thấy ánh lên những niềm vui khó tả "Nhớ lại 7 năm trước..." - vừa nói anh vừa đưa ra cho tôi xem bức ảnh, anh đang đứng bên chiếc máy bóng kính bao mềm. "Hồi ấy, trong sản xuất, công đoạn đóng giấy bóng kính của Công ty gần như 100% làm thủ công, khiến

ngày công lao động nhiều nhưng sản lượng thấp. Đứng trước tình hình đó, Lãnh đạo Nhà máy đã giao cho anh nghiên cứu, chế tạo ra máy để phục vụ công đoạn sản xuất này. Sau 4 tháng miệt mài nghiên cứu, thử nghiệm chế tạo, chiếc máy đã ra đời trong niềm hân hoan của Lãnh đạo và toàn thể CB-CNV Công ty. Anh tâm sự: "Tuy chiếc máy chỉ làm lợi cho Công ty khoảng 500 triệu đồng, nhưng đây chính là kỷ niệm sâu sắc nhất trong cuộc đời làm thợ của anh, bởi ngoài công dụng làm bao mềm, chiếc máy còn có thể hiệu chỉnh để làm bao cứng". Vinh dự hơn, Công trình này đã được Liên đoàn Lao động tỉnh Bắc Ninh và Công đoàn Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam đánh giá cao, tổ chức khánh thành và làm lễ gắn biển: "Công trình chào mừng Đại hội Công đoàn Việt Nam lần thứ IX". Bản thân anh được Giám đốc Công ty đặc cách nâng từ bậc 6/7 lên bậc 7/7.

Rồi một lần khác, vào năm 2005, khi chế tạo máy bóng kính tút hộp cứng - "Công trình chào mừng Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ X", trong lần làm việc với chuyên gia người Singapore, thấy cách sắp giấy thử nghiệm của chuyên gia chưa thật hoàn chỉnh, góp ý nhiều lần không được ứng hộ, anh đã nói rằng, đây chính là chiếc máy do tôi chế tạo ra và đưa giấy vào thử nghiệm cho ra sản phẩm tốt, tiết kiệm nguyên liệu. Người chuyên gia ấy đã tỏ ra sửng sốt và khâm phục thật sự tài năng của anh. Ngoài việc tự học tập, rèn luyện, anh Sơn còn luôn chú ý truyền đạt, trao đổi kinh nghiệm, đào tạo nghề cho anh em đồng nghiệp, nhất là những cán bộ trẻ, giúp anh em hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao. Anh đã trực tiếp giúp đỡ, đào tạo nhiều thế hệ anh em công nhân, có người đã trở thành thợ lành nghề với tay nghề bậc 7/7. Để tiếp nối những tâm huyết của mình, anh hy vọng người "học trò chân truyền" của mình - Vũ Mạnh Nam (hiện đang là công nhân trong Công ty) sẽ thành công hơn trong nghề nghiệp, vượt xa người đi trước về tay nghề lẫn những sáng kiến cải tiến khoa học kỹ thuật, công nghệ, góp phần giúp Công ty

tiến mạnh, tiến xa hơn trong sản xuất kinh doanh và chiếm lĩnh thị trường trong và ngoài nước.

Với những thành tích trong công tác, anh Nguyễn Văn Sơn đã được tặng thưởng danh hiệu Chiến sỹ thi đua toàn quốc năm 2005 và nhiều bằng khen, giải thưởng của các cấp từ công ty, cơ sở, địa phương cho đến Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam, Bộ Công nghiệp, Bộ Công Thương, Chính phủ, như: Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ năm 2007, Giải thưởng Nguyễn Đức Cảnh năm 2008, danh hiệu công nhân giỏi toàn ngành Công Thương năm 2009...

Nhận xét về anh, ông Đinh Văn Là, Giám đốc Công ty tâm sự trong niềm tự hào: "anh Sơn là hạt nhân trong phong trào thi đua của Công ty nhiều năm liền về cả chuyên môn lẫn các hoạt động Đảng, đoàn thể. Trong chuyên môn, anh là người công nhân có trách nhiệm cao với công việc, dám nghĩ, dám làm và với đôi "bàn tay vàng" của mình, anh đã có rất nhiều đóng góp cho sự phát triển của Công ty. Có thể nói, anh là tấm gương sáng cho CB-CNV Công ty học tập và noi theo". Không chỉ hoạt động và làm tốt công tác chuyên môn, trong cuộc sống gia đình, anh Sơn còn là người cha gương mẫu, người công dân tốt của khu phố. Là cha, là chồng trong gia đình, anh hết mực thương yêu người vợ - một giáo viên dạy Anh văn ở trường chuyên của Tỉnh - và hai con Nguyễn Thị Mai Linh (Tốt nghiệp Đại học Ngoại Thương và đang công tác tại Ngân hàng của Tỉnh) và Nguyễn Xuân Quyền (học sinh giỏi THPT). Họ chính là niềm vui lớn nhất của anh. Vợ và 2 con ngoan ngoãn đã giúp anh vững tâm hơn, có thời gian dành cho công việc cơ quan và xã hội.

Tôi nhớ mãi lời tâm sự của anh trước lúc chia tay: "Có lẽ thành công nhất trong nghề của tôi chính là tình yêu nghề". Nhất nghệ tinh, nhất thân vinh, hãy yêu nghề sẽ chẳng bao giờ nghề phụ mình.



Thanh Huyền

TỌA ĐÀM VỀ XÂY DỰNG LUẬT PHÒNG CHỐNG TÁC HẠI THUỐC LÁ

Tại buổi tọa đàm lấy ý kiến đóng góp vào dự thảo Luật phòng, chống tác hại của thuốc lá tổ chức ngày 15/5/2010 tại TP. Nha Trang, nhiều ý kiến của các đại biểu cho rằng vẫn còn nhiều điểm bất cập cần được bổ sung, thay đổi cho phù hợp với điều kiện kinh tế Việt Nam và Công ước Khung về kiểm soát thuốc lá...

Ông Nguyễn Huy Quang, Phó Vụ trưởng, Vụ Pháp chế Bộ Y tế cho biết, Dự thảo Luật phòng, chống tác hại của thuốc lá bao gồm 6 chương, 28 điều tập trung vào các điểm: quy định thanh niên dưới 18 tuổi không được hút thuốc và cấm bán thuốc cho trẻ em; Cấm quảng cáo thuốc lá dưới mọi hình thức, trong đó có cả quảng cáo qua hình thức tài trợ cho các hoạt động xã hội. Thực hiện các biện pháp giảm cầu và giảm cung thuốc lá, nhà sản xuất phải tuân thủ quy định về nhãn mác sản phẩm. Tăng mức thuế để kiềm chế việc sử dụng thuốc. Thuế thuốc lá phải chiếm từ 2/3 (66%) đến 4/5 (80%) giá bán lẻ. Xây dựng quỹ với nguồn ngân sách đóng góp ngành sản xuất thuốc lá. Nguồn kinh phí này sẽ được sử dụng cho các hoạt động phòng chống tác hại thuốc lá...

Ông Phạm Kiến Nghiệp – Tổng Thư ký Hiệp Hội Thuốc lá (VTA)- đại diện cho các đơn vị sản xuất kinh doanh thuốc lá cho rằng, dự thảo Luật đưa



ra các giải pháp phù hợp mang tính quốc gia... Tuy nhiên, vẫn còn nhiều điểm chưa phù hợp. Theo đó, tại điều 6 của dự thảo bên cạnh các hành vi bị nghiêm cấm kinh doanh thuốc lá lậu (TLL), thuốc lá giả (TLG) không đảm bảo chất lượng thì việc đưa thuốc lá không khói vào Luật là không hợp lý, bởi thuốc lá không khói là sản phẩm của phát triển kỹ thuật mới hướng đến giảm tác hại của thuốc lá. Ngoài ra, thuốc lá không khói ý nghĩa xã hội hơn vì không gây ra phơi nhiễm với khói thuốc lá, ảnh hưởng sức khỏe tới người xung quanh.

Về tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật chất lượng sản phẩm thuốc lá quy định trong điều 21, nhiều ý kiến cho rằng chỉ nên quy định 2 chỉ tiêu Tar và Nicotine trong danh mục công bố hàm lượng một số chất độc hại có trong khói

thuốc lá. Việc giảm hàm lượng Tar và Nicotine phải được xem xét cẩn thận và có lộ trình phù hợp đi đôi với nhận thức thói quen người tiêu dùng. Lý giải điều này, đại diện Tổng Công ty Khánh Việt cho biết, hiện nay lượng thuốc lá nhập lậu và tiêu thụ tương đối công khai trên thị trường khá phổ biến và chiếm tỷ trọng lớn. TTL không được quản lý chất lượng, không có cảnh báo, không kiểm tra được chất Tar và Nicotine, chất thích gây nghiện. Đây là khoảng trống mà Việt Nam chưa quản lý được. Chính vì vậy, nếu việc giảm mạnh hàm lượng 2 chất này đối với các sản phẩm thuốc lá hợp pháp trong nước, vô hình sẽ tạo điều kiện "sân chơi" rộng hơn cho các sản phẩm thuốc lá điều nhập lậu thay thế ảnh hưởng nghiêm trọng đến ngành công nghiệp thuốc lá trong nước.

Điều mà VTA và các bộ ngành quan tâm nhất vẫn là vấn đề các biện pháp phòng, chống TLL, TLG, thuốc lá không đảm bảo chất lượng tại Điều 24... Theo báo cáo của VTA, năm 2009, khoảng 780 triệu bao TLL tràn vào Việt Nam làm thất thu ngân sách của Nhà nước khoảng 4.000 tỷ đồng, chiếm khoảng 37% ngân sách do ngành thuốc lá thực nộp. Tốc độ tăng trưởng TLL tăng nhanh hơn tốc độ tăng trưởng của VTA, trong khi đó lượng TLL bị thu giữ chỉ chiếm trên 1%/năm. Nạn TLL đã làm giảm tất cả các nguồn cung cấp nguyên liệu cho sản xuất thuốc điếu, 52 ngàn lao động nông nghiệp và 2.200 lao động ngành công nghiệp mất việc làm. Điều đáng quan tâm ở chỗ, TLL, TLG không kiểm soát được chất phụ gia, chất gây nghiện trong thuốc lá. Trong quá trình vận chuyển, bảo quản sẽ gây các hư hại trong thuốc lá như nấm, mốc... khiến khoảng 20% người hút TLL có nguy cơ về các bệnh có liên quan đến thuốc lá. Trong những năm qua, Chính phủ và các ngành chức năng đã có nhiều nỗ lực và đưa ra nhiều giải pháp tích cực để chống TLL, song vấn nạn này vẫn diễn biến phức tạp và chưa kiểm soát được... Chính vì vậy, VTA cho rằng, Luật phòng chống tác hại thuốc lá nên đặt trọng tâm trong công tác phòng, chống kinh doanh sản phẩm thuốc lá bất hợp pháp. Cần xây dựng các giải pháp chống TLL đồng bộ ở cấp quốc gia và liên Chính phủ (Lào, Campuchia, Trung Quốc...) sao cho hiệu quả với thị trường Việt Nam để ngăn chặn nguồn cung sản phẩm TLL. Ngoài ra, nên đưa việc thí điểm đóng góp quỹ Phòng chống TLL, TLG vào Luật và được tính vào chi phí hợp lý. Đồng thời, Tổng Công ty Khánh Việt cũng đề nghị nên bổ xung đưa vào dự thảo Luật thêm quy định các điểm

bán lẻ thuốc lá cũng phải có giấy phép và có mặt bằng địa điểm đăng ký kinh doanh thay vì chỉ yêu cầu các doanh nghiệp, đại lý bán buôn thuốc lá có giấy phép kinh doanh được quy định tại điều 23. Nếu quản lý tốt hệ thống bán lẻ sẽ góp phần hạn chế tiêu thụ LLT, LLG...

Bên cạnh đó, Dự thảo luật vẫn còn một số điều chưa đi đến thống nhất, tại điều 22 quy định số lượng thuốc lá điếu không được ít hơn 20 điếu/bao trừ xì gà... Theo Bộ Y tế, những bao thuốc lá nhỏ, ít tiền sẽ làm cho các đối tượng thanh thiếu niên dễ mua hơn và lời cảnh báo in nhỏ sẽ không gây được tác động mạnh đến người hút thuốc... Tuy nhiên, về phía VTA cho rằng, đây không phải thời điểm thích hợp để ban hành quy định cấm này, bởi quy định cấm bao thuốc lá nhỏ sẽ không hạn chế người mua, thực tế, bao thuốc 20 điếu vẫn có thể bán lẻ. Trong khi đó, người mua bao nhỏ vẫn còn có lời cảnh báo, nhưng nếu xé lẻ từ các bao trên 20 điếu người mua không biết được các cảnh báo trên vỏ bao...

Việc tổ chức tọa đàm giữa các cơ quan soạn thảo luật với các đơn vị sản xuất kinh doanh thuốc lá- một trong những đối tượng điều chỉnh chủ yếu của Luật – là một bước tiến bộ trong cách làm luật. Đây là cơ sở để luật ban hành đi vào cuộc sống, góp phần tích cực trong việc quản lý hoạt động sản xuất kinh doanh.



Thúy Hà



Đại diện Vinataba tham gia ý kiến tại buổi tọa đàm

HỘI NGHỊ CÁC HIỆP HỘI THUỐC LÁ CHÂU Á THÁI BÌNH DƯƠNG LẦN THỨ 13 (NTA 13th)

Từ ngày 1-3 tháng 6 năm 2010, tại Khách sạn Hyatt Regency Jeju trên hòn đảo Jeju xinh đẹp của Hàn Quốc đã diễn ra Hội nghị các Hiệp hội thuốc lá Châu Á Thái Bình Dương lần thứ 13 (the 13th Asia Pacific National Tobacco Association Conference). Hội nghị lần này đã tập trung thảo luận các vấn đề đang diễn ra cũng như tương lai của ngành công nghiệp này như: Công ước khung về kiểm soát Thuốc lá (FCTC), tình trạng gia tăng thuốc lá giả, thuốc lá lậu, và kinh nghiệm của các nước trong việc đấu tranh chống nạn buôn bán bất hợp pháp sản phẩm thuốc lá.....

Dưới đây Bản tin Vinataba trích đăng một số thông tin cập nhật về môi trường pháp lý của một số nước tham gia Hội nghị lần này:

Luật kiểm soát tổng thể về thuốc điều và các sản phẩm thuốc lá của Ấn Độ:

Ấn Độ là một trong các nước phê chuẩn sớm nhất (đứng thứ 8) FCTC. Tại Ấn Độ Chính sách Nhà nước của Bộ Y tế sẽ đi đầu theo

những quy định về kiểm soát thuốc lá của thế giới. Đạo luật 2003 (COTPA) được thực thi từ 31/05/2004 là bộ luật kiểm soát tổng thể về Thuốc điều và các Sản phẩm thuốc lá khác (cấm quảng cáo và quy định về kinh doanh thương mại, sản xuất, cung ứng và phân phối). Đạo luật COTPA bao gồm các điều như sau:

- Cấm hút thuốc tại những nơi công cộng
- Cấm quảng cáo/tài trợ/khuyến mại các sản phẩm thuốc lá nhưng được phép thực hiện với quy mô và nội dung hạn chế nghiêm ngặt tại điểm bán.
- Sản phẩm thuốc lá không được bán cho hoặc kinh doanh bởi người dưới 18 tuổi.
- Cấm bán các sản phẩm thuốc lá trong vòng phạm vi bán kính 100 yards (91 mét) tại khu vực có trụ sở giáo dục, trường học.
- Khuyến cáo sức khỏe bằng hình ảnh (Có hiệu lực từ ngày 31/05/2009), theo đó diện tích cảnh báo chiếm 40% bề mặt chính của bao thuốc và sẽ được thay đổi mỗi 12 tháng.
- In thông tin về hàm lượng nicotine và tar với mức độ được phép. Điều khoản này chưa được thực hiện.

Những Điều khoản cập nhật:

- Cố gắng hướng tới việc thực thi đạo luật COTPA khắc khe hơn.
- Quy định về xiết chặt hút thuốc lá tại nơi công cộng có hiệu lực từ tháng 10/2008 sẽ bao gồm nơi làm việc tại các văn phòng tư nhân.
- Do hình ảnh khuyến cáo sức khỏe hiện nay được cho là "nhẹ" nên

sẽ áp dụng hình ảnh "Ấn tượng" hơn và sẽ có hiệu lực từ ngày 1/12/2010.

Chương trình kiểm soát thuốc lá Quốc gia (NTCP):

- Chính phủ đã áp dụng NTCP tại 42 Khu vực trong 21 Bang (trong tổng số 29 Bang) với chi phí 100 triệu USD trong vòng 5 năm. Mục tiêu rộng lớn của NTCP là Thành lập Cơ quan Pháp chế Quốc gia về thuốc lá; Thông qua các cơ sở kiểm soát thuốc lá tại các Bang/Tỉnh, thực hiện pháp luật về kiểm soát thuốc lá một cách hữu hiệu và Thông qua các chương trình y tế trường học, chiến dịch truyền thông để xây dựng sự nhận thức về tác hại của thuốc lá.

Hiện Ấn Độ đang tích cực tuyên truyền kiểm soát thuốc lá được bảo trợ bởi các tổ chức phi chính phủ (NGO) như Bloomberg Philanthropies, Bill & Melinda Gates Foundation, ...; Kết hợp với Trung tâm Kiểm soát Dịch bệnh (CDC) của Mỹ thành lập các phòng thí nghiệm để kiểm tra/đo lường nồng độ tar/nicotine.

Tổng quan về Luật Thuốc lá của SINGAPORE

Luật Kiểm soát Thuốc lá

Các sản phẩm thuốc lá không khói và "những viên kẹo nicotine trông vô hại nhưng có tiềm năng gây nghiện" sẽ bị cấm tại Singapore theo luật kiểm soát thuốc lá được trình bày tại Quốc hội trong tháng 4/2010. Cơ quan y tế còn muốn ngăn việc kinh doanh các sản phẩm khác của nicotine như thuốc hít – thuốc lá dạng bột – và thuốc điều thảo mộc. Mục tiêu là nhằm đưa các sản phẩm này ra khỏi tầm tiếp xúc và nghiện nicotine từ phía thanh niên.

Thuốc lá điều nhái hoặc thuốc lá điều điện tử

Cơ quan Khoa học Y tế (HSA) không cho phép nhập khẩu, buôn bán bất kỳ sản phẩm bánh kẹo hoặc sản phẩm giống thuốc lá theo phần 16 (1) của điều luật Kiểm soát việc Quảng cáo và Kinh doanh Thuốc lá. Những ai vi phạm sẽ bị phạt lên đến 5.000 Đôla Singapore.

"Ghi nhãn" gây sự nhầm lẫn

Trong năm 2008 khi số lượng thanh niên hút thuốc đạt đỉnh trong vòng 10 năm, Chính quyền đã có kế hoạch cấm cách ghi nhãn gây nhầm lẫn trên bao bì với nội dung hàm lượng tar thấp hoặc hàm lượng nicotine thấp. Trong năm 2010, các chữ như "light" (nhẹ), "ultra light" (cực nhẹ) hoặc "mild" (tho) cũng sẽ bị cấm.

Cấm triệt để việc hút thuốc tại các điểm giải trí ngoài trời

Cơ quan về Môi trường Quốc gia đang có kế hoạch loại bỏ việc dành riêng góc hút thuốc tại các khu vực giải trí ngoài trời.

Các biện pháp truy nguồn gốc sản phẩm

Trong công tác ngăn chặn sản phẩm thuốc lá giả và thuốc lá lậu, Chính phủ đã chỉ hàng tỉ đôla Mỹ. WHO đưa ra các biện pháp cần thiết để truy tìm đường đi và nguồn gốc sản phẩm để chống lại kinh doanh thuốc lá lậu. Singapore đang nghiên cứu khả năng thực hiện các biện pháp trên.

Tăng thuế giấy phép kinh doanh

Nhằm mục đích hạn chế nhà bán lẻ thuốc lá điều, Cơ quan Khoa học Y tế sẽ tăng thuế giấy phép kinh doanh thuốc lá kể từ ngày 1/9/2010. Hiện đang có 3 loại phí áp dụng cho giấy phép từ 40 đến 270 đôla Singapore. Mức tăng khoảng 30% và sẽ áp dụng mức phạt nghiêm ngặt hơn cho việc bán thuốc lá cho những người dưới tuổi cho phép.

Tổng quan về Luật thuốc lá của Nhật

Thuế Thuốc Lá Gia Tăng

Kể từ tháng 10/2010, Chính phủ Nhật sẽ tăng thuế thuốc lá thêm 3,5 yên/điều. Đây là mức tăng kỷ lục, cao

nhất trong lịch sử, tương đương 39,8% (trước đây thuế thuốc lá vào khoảng 1 yên/điều).

Quy định về cấm hút thuốc lá

Luật cấm hút thuốc lá ngoài trời

Năm 2002, Quận Chiyoda – Tokyo quyết định việc hút thuốc lá ngoài trời là phạm tội, và điều này đã trở thành sắc lệnh đầu tiên tại Nhật, thuốc lá bị cấm hút tại các con đường công cộng, người vi phạm sẽ bị phạt. Mục đích của sắc lệnh này nhằm chống lại việc phá hoại môi trường từ việc vứt rác, không phải nhằm chống lại việc hút thuốc thụ động. Việc thi hành luật của sắc lệnh này đã thúc đẩy các chính phủ địa phương khác bắt đầu ban hành các sắc lệnh tương tự. Đây cũng là điểm khác biệt trong luật pháp về cấm hút thuốc nơi công cộng giữa Nhật và các quốc gia khác.

Luật cấm hút thuốc trong nhà

Năm 2002, Nhật ban hành Đạo luật bảo vệ sức khỏe (Health Promotion Act) quy định việc khuyến khích các nỗ lực nhằm chống lại việc hút thuốc thụ động trong nhà. Tháng 2 năm 2010, Bộ Sức khỏe, Lao động và Phúc lợi xã hội ban hành báo cáo thuyết phục tăng cường đo lường việc chống lại hút thuốc lá thụ động cho mỗi quận. Tháng 4 năm 2010, Quận Kanagawa giới thiệu sắc lệnh về hút thuốc lá trong nhà đầu tiên tại Nhật.



Thu Hương



ĐOÀN THANH NIÊN CỘNG SẢN HỒ CHÍ MINH

TỔNG CÔNG TY THUỐC LÁ VIỆT NAM
VỚI HOẠT ĐỘNG TÌNH NGUYỆN
VÌ CUỘC SỐNG CỘNG ĐỒNG





Đại diện Đảng ủy Khối Công Nghiệp Hà Nội và Lãnh đạo Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam tại buổi lễ gắn biển công trình

Ngày 11/5/2010, Đoàn Thanh niên Cộng sản (TNCS) Hồ Chí Minh Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam đã tổ chức lễ gắn biển công trình Trung tâm Giáo dục Thường xuyên huyện Hà Quảng, tỉnh Cao Bằng, thiết thực chào mừng 120 năm ngày sinh Chủ tịch Hồ Chí Minh, chào mừng Đại hội Đảng bộ các cấp, tiến tới Đại hội Đại biểu Toàn quốc lần thứ XI của Đảng.

Công trình nhằm hỗ trợ giúp các em học sinh vùng sâu, vùng xa có thêm điều kiện học tập, góp phần hạn chế tình trạng bỏ học, thể hiện sự quan tâm của đoàn viên thanh niên đến công tác giáo dục, chăm sóc thiếu niên nhi đồng, thế hệ tương lai của đất nước. Đồng thời, giáo dục thanh niên ý thức tiết kiệm, tinh thần tương thân, tương trợ, biết chia sẻ khó khăn, động viên các em học sinh quyết tâm học tập tốt để phát triển.

Trung tâm Giáo dục thường xuyên được khởi công xây dựng từ tháng 10/2009 và hoàn thành vào tháng 4/2010. Công trình đã nhận được sự quan tâm chỉ đạo trực tiếp của Đảng ủy, Lãnh

đạo Tổng công ty và sự ủng hộ, tham gia nhiệt tình của toàn thể đoàn viên, thanh niên các cơ sở đoàn trực thuộc Đoàn TNCS Hồ Chí Minh Tổng công ty (bao gồm 10 cơ sở Đoàn với hơn 1.100 đoàn viên, thanh niên) và cũng đã thu hút được sự ủng hộ của CB-CNV Tổng công ty. Thông qua hoạt động đã góp phần nâng cao ý thức của người đoàn viên, thể hiện tinh xung kích của tuổi trẻ trong hoạt động tình nguyện vì cuộc sống cộng đồng.

Trước đó, Đoàn TNCS Hồ Chí Minh Tổng công ty cũng đã tổ chức lễ kết nghĩa với huyện Đoàn Hà Quảng và trao tặng quà cho các em học sinh, một trong các hoạt động thực hiện cuộc vận động "Tiếp sức đến trường". Trong thời gian tới, hai đơn vị Đoàn sẽ đẩy mạnh sự phối kết hợp trong các hoạt động triển khai công tác an sinh xã hội theo Nghị định 30a/CP của Chính phủ và phong trào "5 xung kích, 4 đồng hành" do Trung ương Đoàn phát động.



Ngô Thế Hiển



CHƯƠNG TRÌNH THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA BA GIÁ TRỊ MỘT CHẶNG ĐƯỜNG

Vinataba vừa được chính thức lựa chọn là một trong 43 sản phẩm trong chương trình thương hiệu quốc gia. Để bạn đọc hiểu rõ hơn, Bản tin Vinataba xin giới thiệu đôi nét về chương trình Thương hiệu quốc gia, chương trình duy nhất do Chính phủ Việt Nam tiến hành với mục đích quảng bá hình ảnh quốc gia, thương hiệu quốc gia thông qua thương hiệu sản phẩm

Từ 3 giá trị của một chương trình...

Ngày 25/11/2003, Chính phủ Việt Nam đã giao Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương) phối hợp với các bộ, ngành triển khai Chương trình Thương hiệu Quốc gia (THQG) Việt Nam có tên là "Vietnam Value - Giá trị Việt Nam" được triển khai với nhiệm vụ xây dựng hình ảnh Việt Nam gắn với 3 giá trị: "chất lượng", "đổi mới - sáng tạo" và "năng lực lãnh đạo" với hai nội dung chính bao gồm: 1. Giúp các doanh nghiệp Việt Nam nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của thương hiệu và tăng cường năng lực trong việc xây dựng, quảng bá, phát triển, bảo vệ thương hiệu. 2. Lựa chọn các thương hiệu tiêu biểu của Việt Nam tham gia chương trình để hỗ trợ và phát triển theo

các giá trị của Chương trình nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho các thương hiệu sản phẩm Việt Nam và quảng bá hình ảnh đất nước Việt Nam, THQG Việt Nam gắn với các giá trị này trên thị trường trong nước, thị trường thế giới tới các đối tượng mục tiêu. Từ đó, hướng tới mục tiêu: Xây dựng hình ảnh về Việt Nam là một quốc gia có uy tín về hàng hóa và dịch vụ đa dạng phong phú với chất lượng cao; Nâng cao sức cạnh tranh cho các thương hiệu sản phẩm Việt Nam trên thị trường trong nước và quốc tế trong quá trình hội nhập; Tăng cường sự nhận biết của các nhà phân phối và người tiêu dùng trong và ngoài nước đối với các sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam. Tăng thêm uy tín, niềm tự hào và sức hấp dẫn cho đất nước và con người Việt Nam, góp phần khuyến khích du lịch và thu hút đầu tư nước ngoài.

Theo ông Đỗ Thắng Hải - Cục trưởng Cục Xúc tiến Thương mại - Tổng Thư ký Ban Thư ký Chương trình Thương hiệu Quốc (Bộ Công Thương): "Biểu trưng mà những doanh nghiệp này được trao là tài sản của quốc gia, đi cùng đó là những điều kiện và sự giám sát khắt khe. Trường hợp doanh nghiệp không đảm bảo được các yêu cầu mà Chương trình đặt ra thì có thể phải trả lại tài sản đó bất cứ lúc nào". Do đó, các doanh nghiệp tham gia Chương trình phải cam kết, hướng tới, phấn đấu thực hiện quản lý và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp theo 3 giá trị "Chất lượng, Đổi mới - Sáng tạo, Năng lực lãnh đạo". Trên cơ sở phát huy các giá trị này, doanh nghiệp có tiềm năng sẽ trở thành doanh nghiệp dẫn đầu trong ngành dựa trên việc không ngừng đổi mới, sáng tạo và nâng cao chất lượng sản phẩm (hàng hóa và dịch vụ).

Kể từ khi ra đời đến nay, Chương trình đã tổ chức được trao biểu trưng chính thức. Lần lựa chọn thứ nhất vào năm 2008, Chương trình đã lựa chọn được 30 doanh nghiệp có thương

hiệu sản phẩm đáp ứng được các điều kiện của Chương trình. Lần lựa chọn lần thứ 2 năm 2010: Ban chuyên gia tiến hành thẩm tra và đánh giá theo các tiêu chí sàng lọc, lựa chọn được 43 trong tổng số 2.000 doanh nghiệp đăng ký, tham gia.

...Đến một chặng đường không chỉ có màu hồng

Trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu cũng như Việt Nam gặp nhiều thách thức, các doanh nghiệp trên vẫn tăng trưởng và phát triển cả về lợi nhuận và doanh thu, giữ vững thị trường nội địa và phát triển xuất khẩu. Ba giá trị của chương trình được các doanh nghiệp áp dụng rộng rãi vào hoạt động sản xuất - kinh doanh. Nguyên tắc không ngừng đổi mới sáng tạo, không ngừng nâng cao chất lượng và tích cực chiếm lĩnh vị thế dẫn đầu trên thị trường mục tiêu được áp dụng nhất quán và xuyên suốt trong các doanh nghiệp.

Các doanh nghiệp tham gia chương trình đều đạt mức tăng trưởng từ 15% trở lên, đặc biệt có doanh nghiệp tăng trưởng đến trên 100% trong thời kỳ này. Tổng doanh thu thị trường của 30 doanh nghiệp năm 2008 là 155.277 tỷ đồng. Có 27/30 doanh nghiệp được lựa chọn đợt 1 năm 2008 tiếp tục được lựa chọn tham gia Chương trình đợt 2 năm 2010.

Tuy nhiên, khó có thể nói đây là những thành công thực sự, mang tính đột phá của Chương trình bởi vẫn còn không ít băn khoăn khi nhiều người cho rằng, xướng danh Coke Cola – người ta nghĩ ngay đến nước Mỹ, nhìn thấy Sony nghĩ ngay đến Nhật, chạm vào LG biết đây là thương hiệu của Hàn Quốc...Vây thời gian qua, kể từ ngày vinh dự được gắn nhãn "Vietnam value", đã có bao nhiêu người Việt có thể nhớ ngay ra các thương hiệu thuộc hàng top 73 danh giá

(xem tiếp trang 29)



Bộ trưởng Bộ Công thương Vũ Huy Hoàng trao biểu trưng Thương hiệu Quốc gia cho Chủ tịch HĐQT Vinataba Nguyễn Thái Sinh

TIN QUỐC TẾ

TOKYO TUNG SẢN PHẨM ZEROSTYLE NHẬT BẢN



Vào ngày 17 tháng 3, Japan Tobacco Inc. công bố việc tung ra một sản phẩm thuốc lá không khói mới là Zerostyle Mint, và bán sản phẩm độc quyền này tại Tokyo vào giữa tháng năm 2010.

Trong khi đa số người tiêu dùng thuốc lá ở Nhật Bản đều quan tâm đến nhu cầu về hút thuốc nhưng không muốn ảnh hưởng tới người khác, chẳng hạn như thuốc lá không khói, thuốc hít và thuốc lá nhai.

Zerostyle Mint là một gu mới của sản phẩm thuốc lá hít. Sản phẩm mới này không cần lửa, nên không cho ra khói, cho phép người tiêu dùng sử dụng nó tại các địa điểm công cộng. Thông qua việc giới thiệu sản phẩm tinh dầu bạc hà mới này, công ty tin rằng người tiêu dùng có nhiều loại thuốc lá đa dạng hơn cho để lựa chọn. Zerostyle Mint trông giống thuốc lá thông thường nhưng bao gồm một ống có chứa sợi thuốc lá có thể thay thế được với miệng hút hình nón và nắp rời. Người tiêu dùng, tùy thuộc vào từng cá nhân, có thể sử dụng sản phẩm trong khoảng nửa ngày cho đến cả ngày chỉ với một ống thuốc sợi. Để cho tiện, các ống thuốc sợi được bao bì riêng ra từng ống.



Zerostyle Mint áp dụng công nghệ ban đầu của JT trong đó bao gồm kiểm soát luồng khí qua ống điều của sản phẩm, cũng như sợi thuốc lá và sự kết hợp hương liệu. Sản phẩm mới này kết hợp vị ngọt tươi của cây bạc hà với hương thơm và mùi vị của thuốc lá có thể hút mà không cần đến lửa.

Tên Zerostyle Mint có hai ý, bao gồm khái niệm về "không khói" và 'gu mới' của sản phẩm thuốc lá hít. Hình ảnh của sản phẩm được in trên bao bì nhằm giới thiệu cho người tiêu dùng hình thức sáng tạo của nó và cách sử dụng. (Theo Tobacco Asia)



MALAYSIA ĐẤU TRANH CHỐNG NHẬP KHẨU BẤT HỢP PHÁP

Một cuộc khảo sát gần đây được tiến hành thay Liên đoàn các nhà sản xuất thuốc lá Malaysia (CMTM) đã cho thấy, bằng chứng gây sững sốt rằng hàng nhập khẩu và doanh số của thuốc lá bất hợp pháp đã đạt đến mức cao nhất từ trước đến nay bất chấp những nỗ lực chính thức nhằm hạn chế tỷ lệ mặt hàng thuốc lá bất hợp pháp tại Malaysia.

Thuốc lá điều trốn thuế chiếm 36,7% thị phần từ tháng 3 đến tháng 5, 2009. Đây là một sự gia tăng rất lớn với 25,7% thị phần mà thuốc lá lậu có được tại Malaysia trong năm 2008. Xu hướng tăng lên rõ ràng là đáng chú ý trong giai đoạn tháng 10 - 12, 2008 khi tỷ lệ tăng lên đến 27,5% thị trường.

"CMTM đã và đang nghiên cứu hoạt động kinh doanh thuốc lá bất hợp pháp trong 15-20 năm nay trong việc theo dõi xu hướng thị trường", ông Shaik Abbas Ibrahim, giám đốc điều hành, Liên đoàn các nhà sản xuất thuốc lá Malaysia (CMTM) nói với tạp chí Tobacco Asia. "Chúng tôi bắt đầu với việc nghiên cứu mỗi năm một lần, sau đó hai, bây giờ là ba lần". Các nghiên cứu được tiến hành bằng cách kiểm tra tại các sân vận động thể thao, trung tâm giao thông, xe buýt và nhà ga xe lửa, địa điểm bán rong và các khu mua sắm. Các địa điểm được lựa chọn đã đưa ra một bức tranh chung về mô hình tiêu dùng, bao gồm tất cả các nhóm thu nhập. Và các mô hình tiêu dùng mới nổi gần đây cho thấy có nguyên nhân dẫn đến những mối quan ngại

lớn hơn. “Năm 2004, cuộc khảo sát của CMTM cho thấy tỷ lệ thuốc lá bất hợp pháp là 14,4%, nhưng nó đã dần phát triển trong những năm gần đây”, ông Richard Morgan, giám đốc Philip Morris (Malaysia) Sdn. Bhd (PMM) nói. “Giá thuốc lá bán tại Malaysia cao thứ nhì trong khối ASEAN và sự chênh lệch giữa giá bán lẻ thuốc lá tại Malaysia và các nước láng giềng là một động lực quan trọng cho những kẻ buôn lậu thuốc lá. Chính phủ thất thu hàng trăm triệu Ringgit từ doanh thu thuế, mục tiêu y tế cộng đồng khó đạt, người tiêu dùng hướng đến thuốc lá lậu nhiều hơn vì nó được bán với giá rẻ.”

Mức độ nghiêm trọng của vấn đề đã đến mức buộc các nhà chức trách phải hành động. “CMTM làm việc chặt chẽ với hải quan và các bộ ngành của chính phủ”, ông Ibrahim nói. “Hải quan thừa nhận rằng có khoảng một phần ba thuốc lá bán trong nước là thuốc lá lậu”. Việc nhận định này đã đưa đến một phản ứng cứng rắn bằng hành động tịch thu thuốc lá bất hợp pháp tăng 76% trong quý đầu năm 2009 so với cùng kỳ năm 2008.

Các nhãn trong khu vực

Trong khi bản thân việc kinh doanh bất hợp pháp không phải là điều gì mới tại Malaysia, nhưng sự gia tăng gần đây được quy cho cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu. Thật thú vị là thuốc lá giả không phải là vấn đề ở đây. Phần lớn các nhãn hiệu đang được bán một cách trái phép đều là những sản phẩm “hợp pháp” được xuất sang Malaysia miễn thuế bởi những nghiệp đoàn tội phạm, những kẻ kiếm được khoản tiền lớn thông qua thương mại – qua các chi phí của chính phủ và các nhà sản xuất trong nước và nhà nhập khẩu hợp pháp. “Có lẽ kinh tế toàn cầu suy thoái đã tác động đến sự gia tăng của các thương hiệu trong khu vực xâm nhập qua container”, ông Ibrahim phát biểu. “Đây không phải là thuốc lá giả, mà toàn là sản phẩm chưa đóng thuế, các thương hiệu giá thấp từ Việt Nam, Campuchia, Philippines và Indonesia”. Số lượng tiêu thụ Kretek bất hợp pháp đã tăng đáng kể trong những năm qua, được báo cáo là trực tiếp liên quan đến số lượng công nhân Indonesia trong nước, nhiều người đã nhập cảnh và vẫn còn ở lại trong nước bất hợp pháp.

“Sản phẩm hợp pháp thường được bán với giá cao hơn, trong khi các nhãn hiệu bất hợp pháp với chất lượng kém nhưng có giá thấp hơn đáng kể”, ông Ibrahim nói. “Giá bán lẻ sản phẩm hợp pháp khoảng 6-7 ringgit. Các nhãn hiệu bất hợp pháp phổ biến nhất thường không phải là thương hiệu nổi tiếng quốc tế nhưng có giá thấp và thu hút được người thu nhập thấp”. Thêm vào đó là sản phẩm bất hợp pháp được

phổ biến rộng rãi. Các nhà bán lẻ bất hợp pháp đang kiếm lợi nhuận tốt, là một động lực để họ bám vào. Tiền phạt khi bị kết tội bán lẻ thuốc lá bất hợp pháp hiện đang gấp 10 lần giá trị hàng hóa bị thu giữ. Đã từng có những nhà bán lẻ bị bắt và xử tại tòa, nhưng tiền phạt lại được chi trả bởi các nghiệp đoàn nơi đủ khả năng tài chính để trang trải cho chi phí hoạt động này và duy trì sự hợp tác tốt đẹp của các nhà bán lẻ.

Vấn đề nổi cộm là 11% doanh số bán của các nhà sản xuất hợp pháp đã nhường vị trí cho hàng bất hợp pháp, và đây rõ ràng cần có hành động khẩn cấp và mang tính quyết định. “Những nỗ lực của chính quyền địa phương, đặc biệt là Hải quan Hoàng gia Malaysia, trong việc ngăn cản buôn lậu thuốc lá bất hợp pháp đã mang lại một số lợi ích”, ông Morgan nói. “Điều quan trọng là có sự tập trung liên tục nhằm phát hiện và ngăn chặn vận chuyển thuốc lá bất hợp pháp vào Malaysia cũng như xác định và chống lại dòng chảy của thuốc lá bất hợp pháp từ các nước khác. Nhưng thực tế là các vụ buôn lậu thuốc lá điều đang tăng nhanh. PMM cam kết tiếp tục làm việc với chính phủ để tăng cường những nỗ lực thực thi pháp luật. Sự tập trung nhiều vào việc thực thi luật lệ ở cấp độ bán lẻ và đưa ra những hình phạt khắt khe hơn đối với người vi phạm, bao gồm tuyên án tù bắt buộc là yêu cầu cấp bách nhằm kiểm chế sự phát triển của thuốc lá bất hợp pháp tại Malaysia”, ông Ibrahim đồng ý. “Chúng ta cần phải dựa vào pháp luật hiện hành để có thêm các mức trừng phạt”, ông nói. “Chúng tôi muốn thấy nhiều người bị bắt, bị phạt và bỏ tù. Tất nhiên, có khả năng những kẻ buôn lậu trả tiền phạt cho những người bị bắt để biểu thị sự hỗ trợ cho các nhà bán lẻ bền vững. Chiến lược này phải được phá vỡ nếu muốn giải quyết được vấn đề”.

Việc đánh thuế

Cho đến nay việc đạt mục tiêu doanh thu của chính phủ thông qua tăng thuế thuốc lá điều có vẻ là một chiến lược tốt, nhưng, như CMTM chỉ ra, “mức thuế cao bị giới hạn khi buôn lậu gia tăng về khối lượng”. Vì vậy dù thu nhập có tăng lên một chút, nhưng lại không như kỳ vọng. “CMTM đề nghị cho tăng thuế vừa phải để chúng ta có thể điều tiết thị trường tốt hơn và quản lý các động cơ kinh doanh thuốc lá bất hợp pháp”, ông Ibrahim nói. “Mục đích là để giảm bớt sự cám dỗ người tiêu dùng khi mua các nhãn bất hợp pháp”. Một phần lớn của giải pháp đang nằm trong tay của chính phủ và chính sách của các bộ. “Chính phủ cần nhìn vào các mục tiêu sức khỏe cộng đồng của mình và doanh thu và đánh giá lại các ưu tiên”, theo ông Ibrahim. “Những kẻ buôn lậu không bị ảnh hưởng bởi sự tăng thuế: mỗi ngày là một ngày

kinh doanh tốt cho họ". Nhưng mỗi ngày tốt cho những kẻ buôn lậu thì ngành công nghiệp hợp pháp lại phải chịu lỗ nhiều hơn nữa, cả về thu nhập và vốn chủ sở hữu thương hiệu. "Cũng như các nhà sản xuất quốc tế, các cơ sở tại Malaysia, Philip Morris Malaysia lo ngại rằng sự sẵn có của sản phẩm bất hợp pháp sẽ làm xói mòn khả năng tồn tại dài hạn của ngành công nghiệp hợp pháp", ông Morgan nói.

Mối quan hệ giữa các bộ phận trong ngành

CMTM đánh giá cao mối quan hệ làm việc tốt với các cơ quan khác nhau liên quan với ngành công nghiệp thuốc lá của chính phủ. Một nguồn thông tin tốt và sự hỗ trợ cho phép chính phủ hành động chống lại kẻ buôn lậu. Nhưng Malaysia có bờ biển dài và không thể giám sát một cách hiệu quả. Đảo Sabah ít gặp vấn đề thuốc lá bất hợp pháp hơn so với bán đảo Malaysia vì nơi đó đông dân cư hơn. Thực tế cho thấy rằng vấn đề kinh doanh bất hợp pháp xảy ra nhiều tại nông thôn hơn là ở đô thị. "Người tiêu dùng đô thị quan tâm nhiều hơn với hình ảnh và gu thuốc, trong khi thị trường nông thôn lại quan tâm hơn về khả năng chi tiêu", theo ông Ibrahim. "Tuy nhiên, suy thoái kinh tế và lao động nhập cư từ các dự án cơ sở hạ tầng chắc chắn ảnh hưởng đến mô hình tiêu dùng trong đô thị". Công nhân Indonesia, ví dụ, vẫn là người tiêu dùng nhiều nhất của kretek (các nhãn hợp pháp và phi pháp) tại Malaysia. Nếu vấn đề hiện tại khó đối phó, thì đến tháng 1 năm 2010 thị trường có khả năng biến động thêm khi thuốc lá rẻ hơn với mức thuế nhập khẩu 5% sẽ được phép nhập vào Malaysia theo Hiệp định AFTA. Việc bán phá giá thuốc lá rẻ hơn sẽ là một khả năng có thể tác động đến các nhà sản xuất địa phương, và động lực thị trường rõ ràng là sẽ thay đổi.

Lời kết

Đến nay, CMTM đang được tiếp cận tốt với cơ quan điều tiết và thực thi pháp luật, thường xuyên thảo luận với Hải quan nơi các vấn đề quan tâm của tất cả các bên sẽ được thảo luận, và tổ chức các cuộc họp thường xuyên với hải quan cấp khu vực và cấp nhà nước. CMTM cũng chủ động tham gia thường xuyên với cơ quan khác của chính phủ, bao gồm hàng hải, và với Bộ Thương mại trong nước. Tuy nhiên Bộ Y tế vẫn là một ngoại lệ. "Vấn đề thuốc lá lậu tại Malaysia cũng là một vấn đề chung cho nhiều quốc gia," ông Ibrahim kết luận. "Malaysia không phải là trường hợp duy nhất. Điều quan trọng là ngành công nghiệp này cần phải làm việc, riêng lẻ hoặc theo nhóm, với chính phủ để chia sẻ thông tin, thảo luận về chiến lược và phát triển những sáng kiến. Đây là sức mạnh cốt lõi của CMTM".

Cuối cùng, giải pháp này nằm trong trái tim và tâm trí của người tiêu dùng. "Những chiến lược cần phải được phát triển để người tiêu dùng từ bỏ các sản phẩm bất hợp pháp như là nhu cầu xuất phát từ người tiêu dùng", ông Ibrahim đã chỉ ra. *(Theo Tobacco Asia)*



Mạnh Cường

(tiếp theo trang 25)

đó?. Theo Martin Roll – Chiến lược gia Công ty Venture Republic – một công ty xây dựng thương hiệu hàng đầu tại châu Á, về mặt tâm lý, người tiêu dùng rất “lười” suy nghĩ, do đó họ thường chọn mua hàng hóa, sản phẩm theo “cảm giác thương hiệu”, trong đó có sức mạnh thuyết phục THQG. Ví dụ, nghĩ về xe hơi, người ta sẽ đánh giá cao xe hơn có xuất xứ từ Đức. Tương tự với rượu, mỹ phẩm, sản phẩm thời trang, người ta tin vào nước Pháp. Còn Nhật Bản là thương hiệu bảo hộ cho sự cam kết chất lượng của hàng điện tử. Còn ngược lại, “Nếu bạn là người nước ngoài, thấy một sản phẩm có dòng chữ Made in Việt Nam, bạn có mạnh dạn mua không?”. Đó là chưa kể, người tiêu dùng Việt Nam rất “sính” dùng hàng ngoại.

Với mục tiêu chương trình là xây dựng hình ảnh Việt Nam là quốc gia có uy tín về hàng hóa và dịch vụ phong phú, chất lượng cao để thúc đẩy xuất khẩu, nhất là nâng cao tỷ lệ xuất khẩu hàng hóa có hàm lượng chế biến, có giá trị gia tăng cao; tăng cường năng lực của hệ thống phân phối và khả năng nhận biết hàng hóa lưu thông, dịch vụ trong nước nhằm phát triển bền vững thị trường nội địa, làm “hậu phương” cho công cuộc phát triển kinh tế, nhưng cho đến nay, từ góc độ doanh nghiệp, không ít đơn vị mình được tham gia cho rằng, chương trình THQG vẫn chưa có tiếng vang, chưa đủ lớn, đủ rộng để làm “vũ khí sắc bén” cho các doanh nghiệp trong quá trình xây dựng thương hiệu của mình, thậm chí cho rằng, nếu không cẩn thận, cái “mác THQG” có thể bị “chìm ngấm” giữa một “biển” giải thưởng về thương hiệu: Thương hiệu mạnh, thương hiệu nổi tiếng, thương hiệu trên mạng, thương hiệu xuất sắc, thương hiệu uy tín, thương hiệu nổi bật, thương hiệu hàng đầu, thương hiệu hội nhập... Ông Nguyễn Hoàng Ngân, Phó Tổng giám đốc Công ty Cổ phần Nhựa Bình Minh – một “Vietnam value” năm 2008 cho biết, mặc dù thực chất có rất nhiều nội dung hoạt động hữu ích song để có thể “đồng hành cùng doanh nghiệp, chương trình vẫn còn nhiều việc phải làm. Đơn cử như công ty ông dù đã đạt danh hiệu THQG cộng thêm chứng nhận ISO9001:2000 và 3 bộ chứng nhận hợp chuẩn quốc gia và quốc tế nhưng vẫn không được nhìn nhận như một yếu tố “năng lực” trong quá trình hoạt động kinh doanh. Thêm vào đó, những kỳ vọng khi đạt được danh hiệu “THQG” như được hỗ trợ, quảng bá, đào tạo, xây dựng thương hiệu, xúc tiến thương mại trong chương trình chưa thực sự lớn và cụ thể, đem lại hiệu quả thiết thực đối với doanh nghiệp. Tình trạng “loạn” giải thưởng thương hiệu cộng thêm “nội lực” quảng bá khổng lồ của chương trình THQG đã khiến “danh tiếng” của một doanh nghiệp được tham gia chương trình này chưa được chuyển hóa thành năng lực của doanh nghiệp – điều mà chương trình THQG kỳ vọng.

Và điểm đích

Chương trình THQG đã trải qua chặng đường 7 năm, song nhìn chung đây là lần đầu tiên xây dựng, chưa có tiền lệ, chưa có nhiều kinh nghiệm thực tế và chưa có cơ chế cụ thể để vận hành. Từ phía Chương trình, những khó khăn chủ quan đã và đang được khắc phục nhưng những thách thức trước mắt vẫn còn rất lớn. Con đường để đưa THQG gắn với các sản phẩm của doanh nghiệp đến với thị trường trong và ngoài nước một cách hiệu quả và thành công; đặc biệt là với những ngành hàng đặc thù, những thị trường có môi trường cạnh tranh lớn trên thế giới còn nhiều trắc trở. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp được lựa chọn và Hội đồng THQG cần luôn cùng phối hợp, sát cánh triển khai những kế hoạch cụ thể trong định hướng phát triển Chương trình. Kết quả sẽ được đánh giá hàng năm cũng như được phản ánh trong hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh và phát triển thương hiệu của các doanh nghiệp. Đây cũng là điều mà trong cuộc gặp sáng 26/5/2010 của Phó Thủ tướng Nguyễn Thiện Nhân đã thẳng thắn trao đổi với 43 doanh nghiệp có thương hiệu sản phẩm tham gia Chương trình THQG 2010. Tại buổi gặp, Phó Thủ tướng đề nghị các doanh nghiệp cần tăng cường hợp tác, trao đổi thông tin, qua các hình thức sinh động hoặc sinh hoạt câu lạc bộ để thường xuyên giúp đỡ nhau cùng phát triển. Đồng thời, đề nghị Bộ Công Thương, Bộ Thông tin và Truyền thông nghiên cứu xây dựng chương trình truyền thông để giúp các doanh nghiệp xúc tiến các hoạt động quảng bá thương hiệu ra nước ngoài một cách có hiệu quả dưới nhiều hình thức. Đại diện các doanh nghiệp bày tỏ mong muốn tiếp tục nhận được sự quan tâm, chia sẻ và ủng hộ mạnh mẽ của Chính phủ để tháo gỡ những khó khăn, vướng mắc đặc biệt là về vốn; tạo cơ hội để các doanh nghiệp quảng bá sản phẩm ra nước ngoài, có các cơ chế, chính sách phù hợp để phát triển công nghiệp phụ trợ nhằm giảm nhập siêu... Có như vậy, chương trình mới thực sự trở thành “Vietnam value – Giá trị Việt Nam” thực sự, góp phần đưa sản phẩm Việt Nam, doanh nghiệp, hình ảnh đất nước Việt Nam đến với mỗi người dân và với bè bạn năm châu.

Con đường ghi lại dấu chân ấy chẳng dễ dàng, nhưng con người Việt Nam, trí tuệ Việt Nam đã từng đi vào lịch sử: Không khó khăn nào không vượt qua, đã đánh là phải thắng, sẽ đưa sản phẩm Made In Việt Nam – Nhãn Hàng Việt Nam trở thành niềm tin, sự tự hào không chỉ ở Việt Nam.



Tiến Thắng

FEATURES IN BRIEF

Vinataba promotes the role of state corporations, striving to achieve 10% growth in 2010

Despite many difficulties due to global economic recession in recent years, prices of input raw materials have still been staying high. Trade deficit is reduced but remains at high level; power shortage posts negative impacts on production and livings of the people; high bank deposit and lending rates make it difficult for businesses to access loans, increasing the cost of capital usage, which strongly influenced production and operation effectiveness... However, most of the business units in the combination of Vietnam National Tobacco Corporation have reached their targets with a double-digit growth.

Vinataba's Party Committee affirming its core comprehensive leading role

In these days, all the Party members, officers and staffs of Vietnam National Tobacco Corporation are setting to positive emulation for the achievements towards the 1st Party Committee Congress of the Corporation for the term 2010-2015. On this occasion, Vinataba Newsletter would like to introduce some major points relating to the role of the Corporation's Party Committee – the core and comprehensive leadership of activities of the enterprise.

A love for career

There have been many good samples in Vietnam National Tobacco Corporation. But among them is a prominent image of Mr. Nguyen Van Son, production group leader of mechanical workshop at Bac Son Tobacco Company. He is a skilled worker with many effective contributions to the Company. With good knowledge and skill, he has researched, designed and successfully made 8 devices for the production line, saving billions for Bac Son Tobacco Company.

Draft Law on Tobacco Harm Prevention and Control under the perspective of tobacco business and manufacturers

At a recent seminar for the comments on the draft Law on Tobacco Harm Prevention and Control in Nha Trang, many delegates pointed out that there have been still a lot of inadequate points that need to be supplemented, changed to suit the economic conditions of Vietnam and the Framework Convention on Tobacco Control ...

Towards the 1st Party Committee Congress of the Corporation for 2010-2015 term

In July 2010, the 1st Party Committee Congress of the Corporation will be held. Vinataba Newsletter quotes the opinions of some participants from the Party bases, contributing to the Political Report to be presented at the Party Committee Congress of the Corporation.

National Trade Mark Program: Three values - a journey

Vinataba has been officially selected as one of 43 products in the National Trade Mark Program. To let readers better understand this program, Vinataba Newsletter conveys some information of this Program, which is unique and conducted by the Government of Vietnam with an aim for promoting national image, national brand through product brands.

Hochiminh Communist Youth Union of the Corporation with volunteering activities for the community

On November 05, 2010, the Hochiminh Communist Youth Union of the Corporation held a setting signboard ceremony for the building of Constant Education Center at Ha Quang district, Cao Bang province, practically celebrating the 120th birthday of President Ho Chi Minh and Party Committee Congress at all levels, moving towards to the XI Party Committee National Delegates.

Towards the 1st Party Congress of the Corporation in the term of 2010-2015

Vinataba Newsletter quotes speeches, contributing ideas for the Party Congress Report, of the delegates attending

the Party Committee base congress:

- Apply the information receiving and processing laws to improve cell operation effectiveness.
- Build a proper office, enabling each Party member to become real experts in his/her assigned fields.
- Party members operate independently in the work of Party development in a joint venture company.

The 13th Conference of the Tobacco Association Pacific Asia

From 1st to 3rd June, 2010, at Hyatt Regency Jeju Hotel on the beautiful island of Jeju of South Korea took place the 13th Conference of the Tobacco Association Pacific Asia (the 13th Asia Pacific National Tobacco Association Conference). This conference focused on discussing ongoing problems as well as the future of this industry such as the Framework Convention on Tobacco Control (FCTC), the rising counterfeit cigarettes, illicit cigarettes, and the experience of countries in combating illicit trade in tobacco products...

Tokyo Launch For Zerostyle



Japan Tobacco Inc. announced March 17 the launch of a new smokeless tobacco product Zerostyle Mint, with sales beginning exclusively in Tokyo in mid-May 2010. Zerostyle Mint applies JT's original technology which includes airflow control through the body of the product, as well as a tobacco leaf and flavoring combination. The new product combines the fresh and sweet scent of peppermint with the aroma and flavor of tobacco, which can be consumed without using a flame.

The Zerostyle Mint name has two implications, including the concepts of 'smokeless' and this 'new style' snuff tobacco product. (*Tobacco Asia*)

Malaysia Struggles to Curb Illicit Imports

By Heneage Mitchell

Confederation of Malaysian Tobacco Manufacturers (CMTM) enjoys a good working relationship with the various arms of the government connected with the tobacco industry. A good flow of information and support allows the government to act against smugglers when information exists. But Malaysia has a huge coastline, and it is impossible to police it effectively. Sabah has less of a problem with illicit cigarette sales than peninsula Malaysia, which is much more densely populated.

In fact, the evidence suggests that illicit trade remains more of a rural than an urban issue.

"Urban consumers more concerned with image and style, whereas rural market is more about affordability," according to Shaik Abbas Ibrahim, chief executive of CMTM. "But the economic slowdown and migrant labor involved in infrastructure projects are certainly affecting urban consumption patterns."

agencies, regular round table discussions with customs where issues of concern to all parties are discussed, and holds regular meetings with customs at regional and state level. It also enjoys regular engagement with other government enforcement agencies, including maritime, and with the Ministry of Domestic Trade.

"Malaysia's problem with illicit cigarettes is a common problem for many countries," Ibrahim concluded. "Malaysia is not unique. It is very important that whether individually or as a group the industry needs to work with the government to share information, discuss strategies and develop initiatives. This has been a core strength of the CMTM." (*Tobacco Asia*).



Quốc Cường



CÔNG TY CỔ PHẦN CÁT LỢI

CAT LOI JOINT STOCK COMPANY

(THÀNH VIÊN CỦA TỔNG CÔNG TY THUỐC LÁ VIỆT NAM)

Địa chỉ: 934D2 Đường D, KCN Cát Lái, Phường Thạnh Mỹ Lợi, Quận 2, TP.HCM
Điện Thoại: 08.7421118 Fax: 08.7420923 Email: clco@vnn.vn Website: www.catloi.com.vn



Ngành nghề kinh doanh:

In trên bao bì. Sản xuất, mua bán vật tư phục vụ công nghiệp. Môi giới thương mại. Dịch vụ uỷ thác xuất nhập khẩu. Mua bán hoá chất (trừ hoá chất độc hại mạnh), giấy, màng PO-PP, hàng kim khí điện máy, máy móc-thiết bị cơ khí, nguyên liệu sản xuất đầu lọc thuốc lá. Cho thuê: Nhà xưởng, kho bãi, văn phòng.

