

**CHỈ ĐẠO NỘI DUNG:**

Ông TRẦN SƠN CHÂU
Tổng Giám đốc

TRƯỞNG BAN BIÊN TẬP:

Ông BÙI NHẬT TIẾN
Phó Tổng Giám đốc

BAN BIÊN TẬP:

Ông NGUYỄN CHÍ NHÂN
Ông PHAN VĂN TẠO
Ông ĐINH MẠNH HÙNG
Ông TRỊNH HOÀNG LONG
Bà TRẦN THỊ HOÀNG MAI
Bà CHÂU HỒNG NGA
Ông HUYNH KIM NHỰT
Ông NGUYỄN ĐỨC THANH
Bà NGUYỄN THỊ ANH THO
Ông NGUYỄN ĐÌNH TRƯỜNG
Ông TRỊNH VĂN THƯỜNG
Ông LUONG ĐỨC NGỌC
Ông TRẦN VĂN MỸ
Ông NGUYỄN QUỐC HÙNG
Bà BÙI THU HÀ

THƯ KÝ BAN BIÊN TẬP:

NGÔ THỊ NGỌC DUYỀN
ĐIỆN THOẠI: (04) 22401004;
DI ĐỘNG: 0912339445;
EMAIL: duyennn@vinataba.com.vn

ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ:

Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam
Tòa nhà Central Office Building
(Phú Điện) 83A Lý Thường Kiệt,
Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội
ĐT: 0438265778 - 0438251380
Fax: 04.38265777
Website: http://www.vinataba.com.vn

Giấy phép số: 32/GP-XBBT
Giá hạn đến tháng 11/2012
của Bộ Thông tin và Truyền thông

IN TẠI

CÔNG TY TNHH IN & VĂN HÓA PHẨM

Bản tin Vinataba
Xuất bản 3 tháng/1 kỳ

TRONG SỐ NÀY

SỐ 4/2011 (12)

3. Thông điệp Năm mới 2012

**5. Hoạt động về Nguồn tại Đảng bộ Cơ quan Đại diện và
Đảng bộ Cơ quan Tổng công ty**

**9. Tái cơ cấu doanh nghiệp nhà nước: Tăng sức mạnh cho
“Quả đấm thép”**

**12. Nghiên cứu phát triển sản phẩm - Cốt lõi phát triển
bền vững của doanh nghiệp**

**14. Công đoàn TCT Thuốc lá Việt Nam: Chăm lo đời sống
cho người lao động trong thời kỳ khủng hoảng kinh tế**

**16. Ổn định chất lượng, tổ chức lại hệ thống phân phối,
tạo mức hoa hồng hợp lý để phục hồi và phát triển sản
phẩm Vinataba**

18. Nguồn hình thành Quỹ phòng chống tác hại thuốc lá

21. Sự kiện nổi bật năm 2011

22. Các đơn vị nổi bật trong phong trào thi đua năm 2011

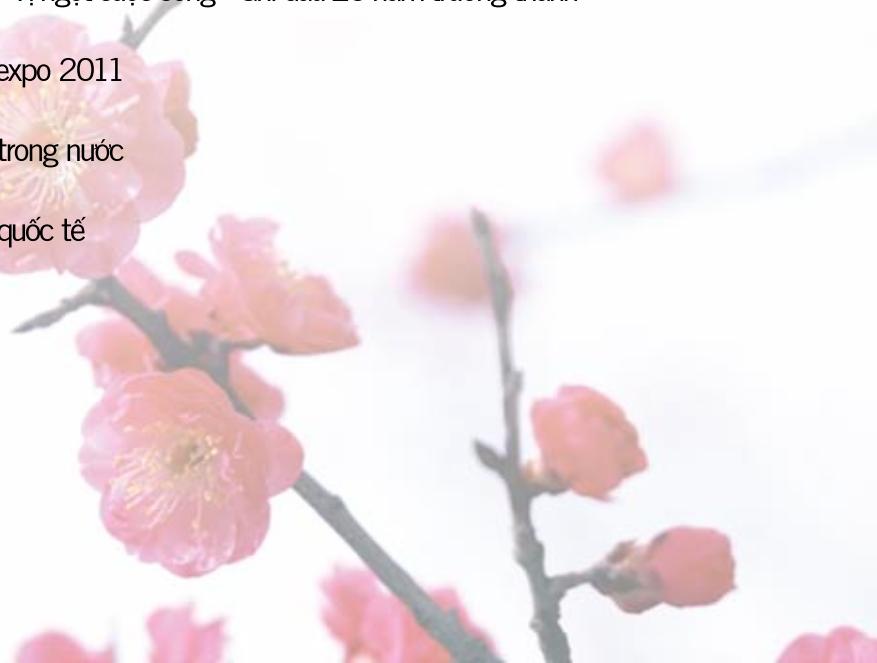
**24. Kỷ niệm 55 năm thành lập: Công ty Thuốc lá Thăng
Long vinh dự đón nhận Huân chương Độc lập hạng Nhất**

**26. Công ty TNHH Hải Hà — Kotobuki:
Origato - Vị ngọt cuộc sống - Ghi dấu 20 năm trưởng thành**

28. Tabexpo 2011

30. Tin trong nước

33. Tin quốc tế



THÔNG ĐIỆP NĂM MỚI 2012



Ông TRẦN SƠN CHÂU

Tổng Giám đốc

Tổng công ty Thuốc lá VN

Kinh tế thế giới năm 2011
đã có những khó khăn
với sự hồi phục mong
mạnh của nền kinh tế Mỹ. Sự
suy giảm của các nền kinh tế
trong khối Eurozone cản trở
tốc độ tăng trưởng toàn cầu
cùng với những biến động về
chính trị xã hội tại các quốc
gia Trung Đông và Châu Phi
đã làm suy yếu lòng tin của
giới đầu tư, doanh nghiệp và
người tiêu dùng, tác động
tiêu cực đến thị trường, nhất
là khu vực Đông Âu và Bắc
Phi cũng như các nước đang
nổi ở châu Á.

Trước tình hình kinh tế
thế giới diễn biến phức tạp,

Chính phủ đã ban hành Nghị quyết 11/NQ-CP ngày 24 tháng 2 năm 2011, về những giải pháp chủ yếu tập trung kiềm chế lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô, bảo đảm an sinh xã hội. Việc thực hiện Nghị quyết 11 bắt đầu có kết quả thông qua chỉ số lạm phát giảm dần qua từng tháng. Chính sách thắt chặt tiền tệ đã giúp kiềm chế tăng trưởng tín dụng và cung tiền. Tăng trưởng kinh tế vẫn ở mức 5,8%.

Trong bối cảnh chung, Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam bước vào năm 2011 với rất nhiều khó khăn: Lạm phát và lãi suất ngân hàng tăng cao ảnh hưởng lớn đến tình hình sản xuất - kinh doanh của các công ty trong Tổ hợp; Giá cả vật tư, nguyên phụ liệu trong nước và trên thế giới liên tục biến động, có xu hướng ngày càng tăng; Việc tiếp tục thực hiện các cam kết của Việt Nam khi gia nhập WTO, trong đó có việc mở cửa thị trường thuốc lá, dỡ bỏ các hàng rào thuế quan và phi thuế quan khiến ngành Thuốc lá đối mặt với khả năng cạnh tranh của thuốc lá nhập khẩu. Sức mua của người tiêu

dùng bị giảm đáng kể do ảnh hưởng suy thoái kinh tế, giá cả tiêu dùng tăng cao, tác động của chính sách phòng chống tác hại thuốc lá, trong đó đó, thuốc lá nhập lậu, thuốc lá giả vẫn tăng... Song với sự nỗ lực, tinh thần đoàn kết của cán bộ, công nhân viên trong toàn ngành, chúng ta đã hoàn thành các chỉ tiêu kế hoạch đề ra, đảm bảo hiệu quả sản xuất - kinh doanh và tăng trưởng. Đời sống việc làm và thu nhập của người lao động ổn định và các hoạt động xã hội, từ thiện vẫn được duy trì thường xuyên.

Năm 2012 sẽ là một năm đầy khó khăn, thách thức đối với tất cả các nền kinh tế trên thế giới: Sự sụt giảm tốc độ tăng trưởng của kinh tế toàn cầu, nhất là của các trung tâm tăng trưởng (Mỹ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc); Bất ổn gia tăng, khả năng bùng nổ cuộc chiến tranh tiền tệ cùng chiến tranh thương mại (thậm chí nguy cơ suy thoái kép). Khủng hoảng nợ công đang lan rộng trên hai bờ Đại Tây Dương, có nguy cơ đẩy nền kinh tế toàn cầu vào suy thoái trầm trọng.



Nền kinh tế Việt Nam sẽ chịu tác động từ những xu hướng nói trên. Năm 2012 cũng là năm thực sự tái cấu trúc nền kinh tế với các hành động chiến lược để thay đổi mô hình tăng trưởng. Đây cũng là cơ hội để kinh tế Việt Nam tiếp tục bứt phá mạnh mẽ và hội nhập ngày càng sâu rộng hơn.

Với những cơ hội đang mở ra trước mắt, bên cạnh việc nắm bắt cơ hội, chúng ta cần tiếp tục có nhiều giải pháp hơn nữa để thúc đẩy sự tăng trưởng hoạt động sản xuất - kinh doanh. Tổng công ty định hướng các đơn vị trong năm 2012 phải tạo được sự chuyển biến mạnh mẽ về chất lượng, nâng cao khả năng cạnh tranh, hiệu quả, phát triển bền vững gắn với hội nhập kinh tế quốc tế; phấn đấu nâng cao tốc độ tăng trưởng đi đôi với nâng cao rõ rệt chất lượng sản phẩm, hiệu quả sản xuất,

tăng khả năng cạnh tranh để giữ vững và mở rộng thị phần trong nước và quốc tế; tập trung phát triển những sản phẩm có thị trường, có khả năng cạnh tranh cao, đi đôi với cắt giảm các chi phí bất hợp lý. Phấn đấu tăng cường sử dụng vật tư, nguyên vật liệu, máy móc, thiết bị, phụ tùng sản xuất trong nước, kết hợp với các biện pháp kiểm soát nhập khẩu để giảm nhập siêu.

Để thực hiện mục tiêu chiến lược, tiếp tục giữ vị trí chủ đạo trong ngành Thuốc lá và vươn tới vị trí chủ đạo trong lĩnh vực bánh kẹo; tăng cường tính cạnh tranh không chỉ trên thị trường nội địa mà còn trên thị trường quốc tế; tăng cao hiệu quả sản xuất - kinh doanh, nâng cao giá trị doanh nghiệp; tiếp tục phát huy vai trò nòng cốt của doanh nghiệp nhà nước, đóng góp quan trọng vào sự phát triển của nền kinh tế

quốc gia, Tổng công ty tập trung vào các định hướng chiến lược:

- Tái cơ cấu Tổng công ty nhằm phát huy sức mạnh nội lực của toàn Tổ hợp, tiến tới xây dựng và phát triển Tổng công ty theo định hướng thành Tập đoàn

- Hợp lý hóa hoạt động của Tổng công ty; từng bước hiện đại hóa máy móc, thiết bị với công nghệ tiên tiến.

- Chuyển đổi nhanh cơ cấu sản phẩm theo hướng tăng mạnh phân khúc trung cao cấp và giảm sản lượng phổ thông.

- Tiếp tục định hướng kinh doanh đa ngành sang lĩnh vực công nghệ phẩm, tập trung vào hai lĩnh vực bánh kẹo và đồ uống.

- Tăng cường xuất khẩu, phát triển kinh doanh hợp tác ở nước ngoài.

- Nâng cao hiệu quả sản xuất - kinh doanh và đảm bảo ổn định đời sống và thu nhập cho người lao động.

- Tích cực tham gia vào các chương trình công tác xã hội từ thiện...

Nhân dịp năm mới - Xuân Nhâm Thìn năm 2012 và Tết cổ truyền dân tộc sắp đến, thay mặt Lãnh đạo Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam xin được gửi đến tất cả các quý vị và gia đình những tình cảm chân thành nhất, chúc mừng Năm mới Sức khỏe, Hạnh phúc và Thành đạt! ■

ĐẢO PHÚ QUỐC

Điểm hành trình về nguồn của
Đảng bộ Cơ quan đại diện Tổng công
ty Thuốc lá Việt Nam



Sáng ngày 28 - 30/10/2011, Đảng bộ Cơ quan đại diện Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam đã tổ chức chuyến "Hành trình về nguồn" tại Đảo Phú Quốc (tỉnh Kiên Giang) để đến thăm một số địa danh lớn như: Khu Di tích Nhà tù Phú Quốc, Khu bảo tàng lịch sử cội nguồn...

Tọa lạc tại thị trấn An Thới, huyện Phú Quốc (tỉnh Kiên Giang), Nhà tù Phú Quốc (trước đây là Nhà lao Cây Dừa) được xây dựng từ thời Pháp, thuộc xóm Cây Dừa. Thời Việt Nam Cộng Hòa, Nhà tù Phú Quốc được mở rộng trở thành trại giam lớn nhất đương thời với tên gọi là Trại giam tù binh chiến tranh Phú Quốc hay Trại giam tù binh Cộng sản Phú Quốc.

Theo tư liệu tại Khu Di tích,

các thế hệ chiến sĩ bị tù đày tại đây đã làm nên nhiều kỳ tích: Tổ chức được 42 cuộc vượt ngục; Vượt ngục quả cảm theo đủ mọi cách như: bí mật vượt rào, đánh lính áp giải khi ra ngoài làm việc khổ sai để cướp đường chạy trốn, đào hầm ngầm để lấy lối thoát ra... Gần trăm người hy sinh hoặc bị bắt trả lại, hơn 200 người thoát được ra ngoài, tiếp tục hoạt động...

Năm 1995, Khu di tích lịch sử Nhà tù Phú Quốc được Bộ Văn hóa - Thông tin công nhận Di tích cấp quốc gia.

Bảo tàng lịch sử cội nguồn nằm trong khuôn viên 60.000m², dành những gian trưng bày các giá trị văn hoá gắn liền với các nhân vật lịch sử dụng nước và giữ nước trên vùng đất địa đầu Tây Nam Tổ quốc như: Mạc Cửu,

Mạc Thiên Tích, Nguyễn Trung Trực, Gia Long và hình ảnh về Nhà tù Phú Quốc... Những con người lịch sử kể về bề dày văn hoá và lòng yêu nước, xác lập cho Phú Quốc không chỉ giàu, đẹp mà còn kiên cường qua các cuộc đấu tranh giành độc lập.

Hành trình về nguồn tại Đảo Phú Quốc là dịp để các cán bộ, đảng viên thấy được những đổi thay trên quê hương cách mạng sau hơn 20 năm đổi mới cùng đất nước, đồng thời nhân lên niềm tự hào về truyền thống cách mạng của Đảng, của dân tộc Việt Nam. Mặc dù, cuộc sống còn nhiều khó khăn, gian khổ, nhưng nhân dân tỉnh Kiên Giang vẫn giữ vẹn lòng son, đi theo con đường mà Đảng, Bác Hồ đã lựa chọn, xây dựng quê hương ngày càng giàu đẹp, văn minh ■



Hành trình theo dấu chân những người anh hùng cách mạng

Thực hiện chương trình công tác giáo dục chính trị tư tưởng, nhằm tăng cường nhận thức cho toàn thể cán bộ, đảng viên về lịch sử cách mạng hào hùng của dân tộc Việt Nam, ngày 26/11/2011, Đoàn cán bộ, đảng viên Đảng bộ Cơ quan Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam đã có chuyến hành hương tới 02 địa chỉ cách mạng tại thành phố Quảng Châu (Trung Quốc), đó là: Thăm ngôi nhà số 248 - 250 đường Văn Minh - nơi đặt trụ sở “Việt Nam Thanh niên Cách mạng đồng chí Hội” và Nghĩa trang - Công viên Hoàng Hoa Cương - nơi an táng mộ liệt sỹ Phạm Hồng Thái (1896 - 1924).

“TIẾNG BOM SA DIỆN”

Từ Hà Nội ngược lên phía Bắc xuyên qua Hữu Nghị quan, qua Nam Ninh rồi đến thành phố Quảng Châu, Thủ phủ của tỉnh Quảng Tây - Trung Quốc, ngay sau khi đặt chân đến mảnh đất này, việc đầu tiên của sáng ngày hôm sau của Đoàn cán bộ, đảng viên Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam là tìm đến dâng hương tại Nghĩa trang - Công viên Hoàng Hoa Cương. Trong không khí trầm lắng và trang nghiêm, chúng tôi tới viếng mộ liệt sỹ Phạm Hồng Thái, và rất xúc động khi được nghe kể về tinh thần xả thân vì nước đã anh dũng hy sinh vì lý tưởng giải phóng dân tộc.

Công viên Nghĩa trang Hoàng Hoa Cương nằm trên

một con đường chính của thành phố có tên là Đường Tiên Liệt (Senle Lu: Tiên Liệt Lộ). Tên chính thức của Hoàng Hoa Cương là Công Viên Hoàng Hoa Cương - một trong “Quảng Châu Bát Cảnh” của thành phố. Đây là nơi an nghỉ của hơn 80 người anh hùng liệt sĩ thời Dân Quốc, mà Phạm Hồng Thái là một liệt sĩ nước ngoài duy nhất được chôn cất ở đây. Hoàng Hoa Cương chiếm diện tích 130.000m² với một cửa Tam Quan hùng tráng được khắc bốn chữ “Hào Khí Trường Tồn” do Bác sĩ Tôn Dật Tiên đề. Đi qua cửa Tam Quan là bức tượng Nữ Thần Tự Do được mô phỏng theo Statue of Liberty của Mỹ. Từ cửa Tam Quan là một con đường 200 m dẫn đến tấm bia khắc tên 72 liệt sĩ. Mỗi ngôi mộ

ở đây được xây cất theo nhiều phong thái khác nhau, trông rất hùng tráng và uy nghiêm. Mộ của Phạm Hồng Thái ở phía sau công viên tọa lạc trên một khoảnh đất khá rộng. Trước khi bước vào khuôn viên, ngôi mộ có một tấm bia lớn viết bằng tiếng Hán lược thuật lại hành động anh hùng của ông. Ngày 19 tháng 6 năm 1924, sau khi viết bảng cáo trạng tố cáo tội ác của thực dân Pháp đến nhân dân toàn thế giới, Phạm Hồng Thái giả dạng ký giả vào Khách sạn Victory tại tô giới Sa Diện để ám sát toàn quyền Merlin. Merlin thoát chết và Phạm Hồng Thái phải gieo mình xuống dòng Châu Giang tự tử. Cảm xúc trước hành động anh hùng của Phạm Hồng Thái, Thị Trưởng Quảng Châu lúc đó là Hồ Hán Dân



của Chính Phủ Quốc Dân Đảng đem thi thể Phạm Hồng Thái an táng tại Nhị Vọng Cương trong khuôn viên Hoàng Hoa Cương. Ngôi mộ được thiết kế để tấm bia quay về hướng Tây Nam là hướng của Tổ Quốc Việt Nam. Đến năm 1958, vì nhu cầu xây đường xe trong thành phố, ngôi mộ được di chuyển đến vị trí hiện tại và được Ủy ban Nhân dân thành phố Quảng Châu trùng tu cho đến ngày hôm nay. Tấm bia được viết bằng tiếng Việt phía trên “Mộ Liệt Sĩ Phạm Hồng Thái”, phần dưới tiếng Hán ghi là “Việt Nam Phạm Hồng Thái Liệt Sĩ Chi Mộ”.

Bằng lế nghi nghiêm trang nhất, đồng chí Phó Bí thư Đảng ủy Cơ quan Tổng Công ty Thuốc lá Việt Nam Nguyễn Đức Thanh và Đoàn đã dâng hương tưởng niệm một người anh hùng đã vì sự nghiệp giải phóng dân tộc, bỏ mình nơi đất khách. Trong làn hương khói đang kéo thẳng lên không trung, gửi lời nhẫn của chúng tôi đến anh linh ông, trong tâm khảm của chúng

tôi dường như ai cũng dâng lên niềm cảm xúc sâu lắng và xin hứa trước ông sẽ cố gắng đi tiếp con đường ông đã chọn - con đường vì mục tiêu dân giàu nước mạnh, xã hội dân chủ, công bằng, văn minh.

Hướng dẫn viên nước bạn trên xe tại Quảng Châu đã đưa chúng tôi đến dòng sông Châu Giang ngay tối ấy. Dòng sông Châu Giang chảy ngang thành phố Quảng Châu. Sa Diện là một hòn đảo nhỏ trên dòng Châu Giang. Ở đây con sông chia ra làm hai nhánh đổ ra biển. Sa Diện là một tò giới Anh dưới triều nhà Thanh. Nơi đây còn lại những tòa nhà với kiến trúc Tây Phương ở thế kỷ XVIII, XIX. Khách Sạn Victory do người Anh xây cất là một tòa nhà cao ba tầng chiếm một góc đường và bây giờ được đổi tên là Khách Sạn Shengli (Thắng Lợi). Phía trước mặt là một con kênh thông với sông Châu Giang cách đó không xa. Khi nhìn Khách sạn này, chúng tôi bỗng nhớ đến một đoạn sử

học thuộc lòng ở thời kỳ Trung học; “Sau khi ném bom thất bại, Phạm Hồng Thái chạy ra khỏi Khách sạn. Bọn mật thám Pháp vừa đuổi theo vừa bắn. Phạm Hồng Thái chạy theo hình chữ “chi” để tránh đạn và hướng về phía sông Châu Giang, rồi nhảy xuống sông trầm mình tự vẫn”.

Trong chúng tôi chợt hiện lên bài thơ của nhà cố sử học Trần Huy Liệu:

*Ngồi trông non nước dạ
không đành*

*Nên nhắc đồng côn chũ
tử sinh*

Một tiếng lôi đình kinh vũ trụ

*Tấm gương trung nghĩa động
thần minh*

*Chiếc thân đã gửi cho
dòng nước*

*Trong sứ còn ghi mãi
tính danh*

*Hết chuyện thương cho đồ
chó chết*

*Chết mà như bác chết
quang vinh.*



TRỤ SỞ “THANH NIÊN CÁCH MẠNG ĐỒNG CHÍ HỘI” - CÁI NÔI CỦA ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM.

Rời Hoàng Hoa Cương, chúng tôi đến thăm Khu di tích trụ sở Việt Nam Thanh niên Cách mạng đồng chí Hội. Đây là tổ chức cách mạng tiên thân của Đảng ta, nơi Bác Hồ đã dành thời gian để viết cuốn sách “Đường cách mệnh” và xuất bản Tờ báo “Thanh niên” để làm tài liệu huấn luyện cho nhiều chiến sĩ Cách mạng Việt Nam trong những năm 1925-1926. Đó là một tòa nhà 3 tầng, nằm trong khu phố cổ ở quận Đông Sơn, TP. Quảng Châu.

Gần 80 năm trôi qua, khu phố này đã xảy ra nhiều biến cố, dọc theo đường phố, nhiều ngôi nhà đã được người ta phá đi và thay vào đó là những cao ốc. Nhưng riêng căn nhà số 250 phố Văn Minh, quận Đông Sơn, TP. Quảng Châu, nơi đặt trụ sở “Việt Nam Thanh niên Cách mạng đồng chí Hội” thì vẫn vậy. Những dòng lịch sử còn ghi, tháng 12/1924, từ Moskva, Bác Hồ trở về TP. Quảng Châu (Trung

Quốc). Tại đây, hằng ngày, Bác làm việc tại trụ sở quốc tế cộng sản đặt tại TP. Quảng Châu. Năm 1925, Bác thành lập tổ chức “Tâm Tâm xã” nhằm thu hút các thanh niên yêu nước Việt Nam. Đây là tổ chức tiên thân của “Việt Nam Thanh niên Cách mạng đồng chí Hội”. Để có nơi mở lớp học, vừa là nơi nghỉ cho các học viên, Bác đã mượn các căn phòng tầng 3 ngôi nhà này để mở nhiều lớp huấn luyện cho các thanh niên yêu nước Việt Nam, vậy mà cả gia đình chủ nhà không một ai biết Bác Hồ và các học viên ngày ấy là những người như thế nào?

Khóa bồi dưỡng những kiến thức về Cách mạng đầu tiên chỉ có 5 học viên và được mở vào năm 1925. Họ đều là những chiến sĩ Cách mạng đến từ Việt Nam bằng con đường bí mật. Trong số đó có đồng chí Phạm Văn Đồng, người mà sau đó trở thành vị Thủ tướng đầu tiên của nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa. Sau đó lớp thứ 2 tăng lên 15 người; lớp thứ 3 gồm 30 người và cứ tăng dần lên vào các khóa tiếp theo. Những học viên sau khi tốt nghiệp các khóa huấn luyện này đều được tung về Việt Nam để tham gia các phong trào cách mạng ở 3 miền đất nước.

Tại các lớp huấn luyện, Bác Hồ vừa là người soạn bài giảng, vừa trực tiếp đứng trên bục để truyền đạt kiến thức. Thi thoảng Bác còn mời đồng chí Lưu Thiếu Kỳ, đồng chí Hồ Tùng Mậu tham gia giảng bài cho các học viên. Trong điều kiện còn nhiều khó khăn, ăn ở, học tập và đi lại phải giữ bí mật tuyệt đối, nhưng nội dung các

bài giảng đều rất phong phú đề cập đến chủ nghĩa Mác - Lênin; phong trào Công sản quốc tế; phong trào giải phóng dân tộc ở các châu lục và Việt Nam - Để có lực lượng nòng cốt cho cách mạng Việt Nam, sau mỗi khóa học, Bác Hồ còn lựa chọn một số học viên gửi đến học tiếp tại Trường Hoàng Phố - Trường do Tôn Trung Sơn sáng lập.

Năm tháng qua đi, đến năm 1971 trong chuyến thăm TP. Quảng Châu, Thủ tướng Phạm Văn Đồng và Thủ tướng Trung Quốc - Chu Ân Lai khi trở lại căn nhà này đã chính thức xác nhận: Đây là một khu di tích lịch sử cần phải được giữ gìn và tôn tạo. Đến năm 1998, nhân kỷ niệm 108 năm ngày sinh Chủ tịch Hồ Chí Minh, Đảng bộ và Chính quyền TP. Quảng Châu đã đầu tư kinh phí để tu bổ khu di tích.

Mấy ngày nhanh chóng trôi qua, từ Trung Quốc về Việt Nam, Đoàn chúng tôi mang theo nỗi lòng bâng khuâng về một thời hào hùng chói lọi trong quá khứ khi đất nước khổ đau rên siết dưới ách nô lệ của thực dân, đế quốc. Nhìn những tấm gương hy sinh, những khó khăn chồng chất của ngày đầu cách mạng để xây dựng nên đất nước hôm nay, toàn thể cán bộ, đảng viên Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam nguyện học tập tinh thần cách mạng, quyết tâm phấn đấu hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ chính trị, góp phần vào công cuộc xây dựng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, đưa đất nước sang trang, tiến vào kỷ nguyên mới giàu mạnh “sánh vai cùng các cường quốc năm châu đất nước” ■

PHONG - QUÂN

TÁI CƠ CẤU DOANH NGHIỆP NHÀ NƯỚC: Tăng sức mạnh cho “Quả đấm thép”

Được thành lập với mục đích là công cụ giúp Nhà nước điều tiết và hướng dẫn nền kinh tế thị trường theo định hướng XHCN, nhiều năm qua, khu vực doanh nghiệp nhà nước (DNNN) đã có những đóng góp quan trọng cho nền kinh tế. Song, bên cạnh những DNNN làm ăn hiệu quả, đóng góp tích cực cho ngân sách nhà nước (NSNN), khối DN này đang bộc lộ nhiều bất cập. Mặc dù chiếm tới 50% tổng vốn đầu tư nhà nước, 70% nguồn vốn ODA nhưng, tỷ lệ đóng góp vào GDP hàng năm của khối DNNN chỉ ở mức khiêm tốn. Nhiều DN đã đầu tư dàn trải ra ngoài lĩnh vực kinh doanh chính, quản lý tài chính lỏng lẻo, làm thất thoát một lượng lớn NSNN. Tái cấu trúc khối DNNN nhằm nâng cao sức mạnh cho những DN vốn được coi là “Quả đấm thép” của nền kinh tế là một trong những yêu cầu quan trọng hiện nay nhằm tạo nền tảng để phát triển kinh tế theo hướng bền vững. Đây là những nội dung chính được thảo luận tại hội thảo “Tái cấu trúc DNNN” do Bộ Tài chính tổ chức vừa qua tại Hà Nội.

BỨC TRANH ẢM ĐẠM

Với vai trò trọng tâm của nền kinh tế, là công cụ thể hiện sức mạnh vật chất của Nhà nước và điều tiết thị trường, các DNNN đã được thành lập từ rất sớm và cơ bản đã hoàn thành vai trò “anh cả” của nền kinh tế. Một số tập đoàn, Tổng công ty (TĐ, TCT) nhà nước đã đóng vai trò quan trọng trong việc bình ổn giá, kiềm chế lạm phát, bảo đảm an sinh xã hội và ngăn ngừa suy giảm kinh tế. Nhiều đơn vị đã thực hiện những nhiệm vụ công ích tại các vùng có điều kiện kinh tế khó khăn như: Tây Nguyên, Tây Bắc, Miền Trung và hỗ trợ các địa phương nghèo phát triển kinh tế. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đã đạt được, khối DNNN cũng đang vấp phải nhiều vấn đề từ khâu

quản lý, bảo toàn và phát triển nguồn vốn nhà nước đến khâu tổ chức hoạt động

Thống kê cho thấy, tính đến cuối năm 2010, có 1.207 DNNN là công ty TNHH một thành viên, 1.900 DN do Nhà nước nắm cổ phần chi phối. Theo Ban Cải cách và phát triển DN (Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế trung ương), DNNN hiện chiếm 70% tổng vốn đầu tư của toàn xã hội, 50% vốn đầu tư của Nhà nước, 60% tín dụng của các ngân hàng thương mại, 70% nguồn vốn ODA. Mặc dù được nhận nhiều ưu ái của Nhà nước về vốn, đất đai và cơ chế ưu đãi song hiệu quả hoạt động của khối DN này lại chưa tương xứng với những đặc quyền được hưởng. Thống kê cho thấy, chỉ tiêu hệ số thu nhập/tài sản (ROA) và hệ số

thu nhập vốn cổ phần (ROE) của các TĐ, TCT lớn tại 3 khu vực: Nhà nước, DN có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) và DN tư nhân lần lượt là: 20,8%, 21,7% và 15%. Như vậy, chỉ tiêu về hiệu quả kinh doanh của khối DNNN không chênh lệch lớn với khối DN tư nhân và thua xa các DN thuộc khối FDI.

Số liệu thống kê mới nhất của Tổng cục Thống kê công bố năm 2011 cho thấy, từ năm 2000, khu vực quốc doanh chỉ tạo ra 4 triệu việc làm (chiếm 9-10% tổng số việc làm toàn xã hội) và chỉ đóng góp vào GDP hàng năm ở mức khoảng 37-38%. Hàng năm có khoảng 12% DNNN thua lỗ trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Mức lỗ bình quân của một DNNN cao gấp 12 lần so với DN ngoài nhà nước. Năm 2008,

» TÁI CƠ CẤU DOANH NGHIỆP NHÀ NUỚC

các tập đoàn nhà nước đã đầu tư 117.000 tỷ đồng (tương đương 10% GDP) ra ngoài lĩnh vực kinh doanh chính. Tính riêng quý 3, 4 năm 2007 và quý 1 năm 2008, các tập đoàn đã đầu tư 23.000 tỷ đồng vào thị trường chứng khoán, bất động sản và mở ngân hàng thương mại... Hệ quả là, số nợ của các đơn vị đã tăng cao gấp 10 lần so với trước đó.

Theo nhận xét của các chuyên gia kinh tế, hiện khối DN NN đang ngày càng giảm sút hiệu quả kinh doanh và tình hình tài chính của nhiều đơn vị không bảo đảm yêu cầu an toàn. Khả năng sinh lời từ nguồn vốn Nhà nước của khối DN này cũng rất hạn chế và nhiều DN NN tiềm ẩn nguy cơ rủi ro và đổ vỡ.

TÁI CẤU TRÚC DOANH NGHIỆP NHÀ NƯỚC, CÁCH NÀO HIỆU QUẢ

Theo các chuyên gia kinh tế, vai trò của nhà nước nói chung và DN NN nói riêng luôn chiếm một vị trí nhất định trong nền kinh tế và không bao giờ mất đi hoàn toàn. Tuy nhiên, Nhà nước chỉ nên tập trung nắm giữ và thực hiện những khía cạnh việc trọng yếu của nền kinh tế và chỉ làm những phần việc mà khối DN khác không thể làm được, qua đó tạo điều kiện cho các thành phần kinh tế phát triển. Bên cạnh việc lựa chọn những lĩnh vực trọng điểm để nắm cổ phần chi phối, tỷ lệ vốn Nhà nước tại DN cũng chỉ nên ở một mức độ nhất định. TS Võ Trí Thành, Phó

viện trưởng, Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương cho rằng, tỷ lệ vốn sở hữu của Nhà nước tại DN chỉ nên ở mức 5 đến 20% là vừa đủ. Ngoài ra, nên tách bạch nhiệm vụ chính trị và nhiệm vụ kinh doanh của DN NN, bởi mỗi DN không thể làm tròn cả 2 "vai": vừa kinh doanh hiệu quả, bảo toàn và phát huy tốt nguồn vốn Nhà nước vừa thực hiện tốt nhiệm vụ chính trị.

PGS.TS Ngô Trí Long, Nguyên Phó viện trưởng, Viện Nghiên cứu thị trường giá cả (Bộ Tài chính) lại cho rằng cần thay đổi ngay tư duy khi thực hiện tái cấu trúc DN NN. Quan trọng nhất là phải xóa bỏ tư duy độc quyền trong kinh doanh và tư tưởng y lại, dựa dẫm vào những ưu đãi của Nhà nước. Bởi chính những đặc quyền dành cho DN NN sẽ trở thành rào cản, làm giảm sức cạnh tranh của những DN này khi Việt Nam ngày càng hội nhập sâu, rộng với kinh tế thế giới. Khi các tập đoàn đa quốc gia vào Việt Nam, nếu các DN NN không đủ sức đương đầu thì việc bị loại khỏi thị trường là điều tất yếu sẽ xảy ra. Việc thoái vốn khỏi các lĩnh vực nhạy cảm như: bất động sản, tài chính của khối DN NN cũng phải tính đến dù sẽ phải đổi mới với không ít khó khăn.

TS Nguyễn Minh Phong, Viện Nghiên cứu kinh tế xã hội Hà Nội cũng lưu ý 4 nguyên tắc khi thực hiện tái cơ cấu DN NN: thứ nhất, là tôn trọng và vận dụng đầy đủ nguyên tắc của kinh tế thị trường. Hai là, không

thực hiện tái cơ cấu DN NN vì thành tích hay phục vụ lợi ích nhóm. Trong quá trình tái cơ cấu DN NN, phải kiên quyết chấm dứt tình trạng đầu tư dàn trải ra ngoài lĩnh vực kinh doanh chính. Cuối cùng là phải thực hiện nghiêm quyền và trách nhiệm của đại diện vốn chủ sở hữu nhà nước tại DN nhằm bảo đảm tính công khai, minh bạch về tài chính...

Tại Nghị quyết phiên họp Chính phủ tháng 9-2011, Chính phủ đã yêu cầu các TĐ, TCT nhà nước tập trung vào ngành nghề kinh doanh chính; không đầu tư ngoài ngành, đặc biệt là đầu tư vào lĩnh vực: tài chính, bảo hiểm, bất động sản, chứng khoán. Chính phủ cũng yêu cầu các đơn vị đã đầu tư vào những lĩnh vực này phải sớm thoái vốn và tiến tới chấm dứt kinh doanh tại những lĩnh vực này. Đối với các TĐ, TCT làm ăn thua lỗ kéo dài, các Bộ quản lý ngành phải kiên quyết xử lý và nghiên cứu mô hình quản lý TĐ, TCT theo hướng tinh gọn, hiệu quả. Thủ tướng Chính phủ giao Bộ Tài chính chủ trì, tiếp thu ý kiến các thành viên Chính phủ xây dựng Đề án sắp xếp, tái cơ cấu với từng TĐ, TCT Nhà nước. Với những chỉ đạo sát sao của Chính phủ, hoạt động của khối DN NN tối đây sẽ được sắp xếp, đổi mới phù hợp, qua đó nâng cao sức mạnh của những DN vốn được mệnh danh là "quả đấm thép" của nền kinh tế ■

MAI LÝ

TỔNG CÔNG TY THUỐC LÁ VIỆT NAM TÁI CƠ CẤU ĐỂ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG VÀ TỐI ĐA HÓA VIỆC KINH DOANH SẢN PHẨM CHÍNH

- Về sản xuất thuốc lá điếu:

Đến năm 2015 đạt 3,342 tỷ bao và sẽ không còn thuốc lá không đầu lọc với tốc độ tăng trưởng bình quân 1,05%/năm.

Cơ cấu sản phẩm tầm trung cao cấp năm 2015 là 36,5 % trong tổng sản lượng thuốc lá tiêu thụ nội địa của Tổng công ty.

Hạn chế nguyên liệu nhập khẩu, tăng cường sử dụng nguyên liệu trong nước, đến năm 2015 sử dụng 70% nguyên liệu nội địa.

- Về sản xuất phụ liệu:

Sản xuất các loại phụ liệu thuốc lá đủ cho yêu cầu sản xuất trong nước và cho xuất khẩu, cải tiến mẫu mã, quy cách, hình thức của các loại phụ liệu.

- Về sản xuất bánh kẹo:

+ Năm 2015 dự kiến đạt 45.937 tấn với tốc độ tăng trưởng bình quân 4,2%/năm.

- Về Xuất khẩu:

+ Năm 2015 dự kiến đạt mức kim ngạch xấp xỉ 190 triệu USD, thuốc lá điếu xuất khẩu dự kiến trên 1.100 triệu bao.

Tái cơ cấu đầu tư:

- Tổng công ty đã có định hướng đầu tư chủ yếu vào lĩnh vực đổi mới máy móc, thiết bị công nghệ có trình độ công nghệ cao tương đương công nghệ Châu Âu;

- Di dời ra khu công nghiệp và đầu tư trọng điểm một số cơ sở có tiềm lực tài chính và năng lực quản lý, uy tín, sản xuất phát triển để hiện đại hóa thiết bị, từng bước theo kịp với các nước trong khu vực (Công ty Thuốc lá Sài Gòn, Thăng Long, các công ty sản xuất bánh kẹo).

- Đầu tư trong lĩnh vực nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ của nước ngoài trong một số lĩnh vực: nguyên liệu, thuốc điếu, quản lý chất lượng sản phẩm, phụ liệu...

- Từng bước đầu tư sản xuất thuốc lá sợi, thuốc lá điếu ở nước ngoài cho những thị trường xuất khẩu các sản phẩm của Tổng

công ty để đem lại lợi nhuận cao hơn.

Sắp xếp, Điều chỉnh cơ cấu Tổng công ty

- Thành lập Chi nhánh Tổng công ty - Trung tâm đào tạo Vinataba tại phía Bắc và định hướng, xây dựng Trung tâm Đào tạo thành trường đào tạo nghiệp vụ; Tổ chức sắp xếp lại Viện Kinh tế Kỹ thuật thuốc lá thành doanh nghiệp khoa học công nghệ mạnh theo mô hình Công ty TNHH 2 thành viên trở lên; Tổ chức sắp xếp lại một số công ty liên kết...;

- Xây dựng và phát triển Tổng công ty theo định hướng thành Tập đoàn. Dự kiến, Tập đoàn được xây dựng trên cơ sở tái cơ cấu Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam và tiếp nhận các công ty nhà nước làm thành viên thành một tập đoàn kinh tế mạnh, kinh doanh đa ngành nghề, hoạt động kinh doanh trên nhiều lĩnh vực, trong đó lĩnh vực sản xuất thuốc lá giữ chủ đạo, có quy mô tài chính lớn, đội ngũ cán bộ, công nhân lành nghề, trình độ khoa học, kỹ thuật công nghệ sản xuất và quản lý hiện đại... làm nền tảng cho việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, có đủ sức mạnh cạnh tranh trên thị trường quốc tế và phát triển bền vững.

Để thực hiện, Tổng công ty cần tăng cường phát huy vai trò của Công ty mẹ - Tổng công ty trong việc phối hợp, phân công giữa các đơn vị trong Tổ hợp trong từng khu vực thị trường về xây dựng thương hiệu, sản xuất, phân phối để hạn chế cạnh tranh nội bộ và hỗ trợ gia công sản phẩm để khai thác có hiệu quả năng lực máy móc thiết bị, khắc phục khó khăn; Củng cố và tổ chức lại hệ thống phân phối hợp lý, thông qua các đầu mối lớn ở từng vùng, nắm vững thị trường bán buôn, tiến tới kiểm soát được hệ thống bán lẻ phù hợp với quy hoạch hệ thống phân phối thuốc lá của Nhà nước, góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất và tăng thu cho ngân sách quốc gia.

NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM CỐT LÕI PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CỦA DOANH NGHIỆP



**Ông Nguyễn Triết -
Ủy viên Ban Thường vụ
Đảng ủy, Ủy viên HĐTV
TCTTLVN**

Ông công ty Thuốc lá Việt Nam là Tổng công ty Nhà nước hạng đặc biệt, trải qua hơn 25 năm xây dựng và không ngừng phát triển đã trở thành một tổ chức kinh tế có quy mô lớn và vững mạnh với các lĩnh vực hoạt động đa ngành nghề, có uy tín trên thương trường, đóng góp cho sự phát triển của nền kinh tế quốc dân.

Tổng công ty hiện có gần 2.000 cán bộ khoa học kỹ thuật trong tổng số gần 15.000 cán

bộ công nhân viên. Những năm qua, đội ngũ cán bộ khoa học kỹ thuật đã có sự tăng trưởng về chất lượng, tiếp thu được kỹ thuật hiện đại. Đã hoàn thành tốt nhiều đề tài, dự án cấp Nhà nước, cấp bộ, cấp Tổng công ty và cấp cơ sở, trên cơ sở đó đã hình thành nhiều sản phẩm có giá trị như: các giống thuốc lá mới có tiềm năng năng suất chất lượng (C7-1, C9-1, A7, VTL1H, VTL5H); các mác thuốc lá trung, cao cấp: Vinataba, Thăng Long, Sài Gòn, Cotab, Era, Du Lịch, Sapa, Bông Sen, Aroma, Bastion, trong đó thương hiệu Vinataba trở thành thương hiệu quốc gia; nghiên cứu và tự chế tạo máy đóng bao, máy dán tem thuốc lá và đã xuất khẩu sang một số nước ở Châu Âu; sản phẩm Trà túi lọc Ngọc Trà; Rượu vang ROMANTIC; nước uống đóng chai VINAWA; các sản phẩm bánh, kẹo như: bánh tươi, bánh mỳ ruốc Staff, kẹo Jelly chip... Nhiều sản phẩm đã đăng ký quốc tế nhãn hiệu hàng hóa tại các quốc gia khu vực và thế giới.

Tuy nhiên, trong quá trình thực hiện đã bộc lộ một số hạn chế: Khả năng cạnh tranh sản phẩm chưa cao; chất lượng sản phẩm một số ít sản phẩm chưa

ổn định; chuyển đổi cơ cấu sản phẩm còn chậm, chưa có nhiều sản phẩm chủ lực; việc ứng dụng tiến bộ khoa học, công nghệ, nhất là về thiết kế, phối chế sản phẩm, kiểm soát thị trường còn hạn chế và chưa tương xứng với tiềm năng của Tổng công ty.

Đảng bộ Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam là Đảng bộ trên cơ sở trực thuộc Đảng ủy Khối Doanh nghiệp Trung ương từ tháng 8 năm 2007. Đến nay, Đảng bộ Tổng công ty có 21 cơ sở đảng trực thuộc với 1.330 đảng viên. Từ khi thành lập tới nay, Đảng ủy Tổng công ty luôn coi trọng và quan tâm đến công tác khoa học kỹ thuật, xác định công tác nghiên cứu, phát triển sản phẩm là khâu then chốt thúc đẩy sản xuất - kinh doanh phát triển. Đồng thời, xác định hoạt động nghiên cứu, phát triển sản phẩm không phải là một công việc độc lập, nó liên quan tới chiến lược, chính sách, cơ sở hạ tầng, nguồn lực và cần thống nhất với toàn bộ hoạt động của Tổng công ty. Do vậy, cần lãnh đạo của Đảng về chủ trương phát triển sản phẩm gắn với thực hiện nhiệm vụ chính trị của toàn Đảng bộ. Trên cơ sở đó, Đảng ủy Tổng công ty đã quán triệt các cấp ủy cơ sở Đảng trực

thuộc tạo điều kiện thuận lợi về cơ sở vật chất, nguồn nhân lực để tạo động lực thúc đẩy sự sáng tạo, cống hiến của đội ngũ trí thức và người lao động.

Quán triệt nhiệm vụ “**Phát triển khoa học, công nghệ và kinh tế trí thức**” của Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI Đảng cộng sản Việt Nam. Để đảm bảo cho sự phát triển bền vững, Đảng bộ Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam ban hành Nghị quyết chuyên đề số 200-NQ/ĐUTCT ngày 11/10/2011 về công tác nghiên cứu và phát triển sản phẩm của Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam giai đoạn 2011 - 2020 với mục tiêu tổng quát là: “**Đến năm 2020, nghiên cứu, làm chủ công nghệ, chủ động sản xuất phát triển được hệ thống các sản phẩm thuốc lá và các sản phẩm khác trong lĩnh vực kinh doanh đa ngành có chất lượng ổn định, sức cạnh tranh cao, nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu tiêu dùng trong nước, xuất khẩu, làm tăng hiệu quả kinh doanh và tạo vị trí vững chắc trên thị trường, góp phần để Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam trở thành một tập đoàn kinh tế hoạt động kinh doanh đa ngành ngang tầm với các tập đoàn kinh tế của các nước tiên tiến trong khu vực**”.

Trên cơ sở mục tiêu tổng quát, định hướng công tác nghiên cứu, phát triển cho các sản phẩm thuốc lá và bánh kẹo là trọng tâm, theo hướng:

- Nâng cao sức cạnh tranh và hiệu quả sản xuất, kinh

doanh của sản phẩm. Phát triển mạnh các sản phẩm có lợi thế và doanh số cao, loại bỏ những sản phẩm có hiệu quả thấp.

- Sản phẩm phải ổn định chất lượng, phù hợp với xu hướng phát triển của thị trường, nhu cầu của người tiêu dùng và các quy định (hình thức, chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm,...) của thế giới và Việt Nam.

- Đầu tư nghiên cứu, phát triển các sản phẩm thay thế được hàng nhập lậu; có khả năng xuất khẩu.

- Tăng cường hợp tác các công ty trong và ngoài nước, các trường đại học và viện nghiên cứu để phát triển sản phẩm mới có công nghệ cao, bán vào thị trường trung, cao cấp.

- Làm chủ công nghệ sản xuất và sử dụng phần lớn nguyên, phụ liệu trong nước để chủ động sản xuất - kinh doanh.

- Nghiên cứu các sản phẩm mới theo hướng thực phẩm chức năng, không độc hại và có tác dụng chữa bệnh.

Đồng thời, Nghị quyết đã định hướng một số giải pháp thực hiện chính về khoa học kỹ thuật; tổ chức, quản lý; đào tạo; đầu tư; thị trường; tài chính nhằm tạo mô hình nghiên cứu, chuyển giao, sản xuất - kinh doanh thông thoáng, phù hợp để phát triển sản phẩm bền vững. Phấn đấu đến năm 2015 và 2020 đạt được các chỉ tiêu chủ yếu như sau:

- Đối với các sản phẩm thuốc lá điếu: Đến năm 2015, cơ cấu sản phẩm nhän phổ thông: 50%, nhän trung cấp: 15%, nhän cao cấp: 35%. Đến năm

2020, cơ cấu sản phẩm: nhän phổ thông: 35%, nhän trung cấp: 25%, nhän cao cấp: 40%. Phát triển thị trường xuất khẩu đến năm 2020, xuất khẩu trên 50% các nhän thuốc lá thương hiệu của Tổng công ty.

- Đối với sản phẩm bánh kẹo: Phấn đấu tốc độ tăng trưởng về doanh số bánh kẹo trên 10%/năm. Tập trung phát triển dòng sản phẩm bánh kẹo cao cấp và thực phẩm dinh dưỡng. Xây dựng được chuỗi cửa hàng bánh tươi. Phát triển các sản phẩm để xuất khẩu.

- Đối với sản phẩm đồ uống: Đến năm 2020, phát triển sản phẩm Ngọc Trà trở thành sản phẩm phổ biến trên thị trường và đa dạng hóa sản phẩm. Cải tiến về thiết kế bao bì sản phẩm, xây dựng hình ảnh thương hiệu sản phẩm nước uống Vinawa trở thành thương hiệu được người tiêu dùng ưa thích và đa dạng hóa sản phẩm theo yêu cầu của thị trường.

Về tổ chức thực hiện, Đảng ủy Tổng công ty thường xuyên theo dõi, đôn đốc Chính quyền và các cấp ủy cơ sở đảng trực thuộc quán triệt tinh thần Nghị quyết xây dựng, tổ chức thực hiện Đề án “**Nghiên cứu và phát triển sản phẩm của Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam giai đoạn 2011- 2020**” và mô hình tổ chức phù hợp để thực hiện Đề án. Đồng thời tổ chức phát động toàn thể đảng viên, cán bộ công nhân viên trong Tổng công ty tích cực tham gia nhằm thực hiện thắng lợi Nghị quyết ■



CÔNG ĐOÀN TCT THUỐC LÁ VIỆT NAM:

Chăm lo đời sống người lao động trong thời kỳ khủng hoảng kinh tế

Năm 2011, là một năm thực sự khó khăn đối với nền kinh tế nước ta, tỷ giá, lãi suất ngân hàng, lạm phát tăng cao, ảnh hưởng trực tiếp đến đời sống, việc làm thu nhập của người lao động. Thu nhập bình quân của các đơn vị trong Tổng công ty nhìn chung đều tăng hơn so với năm 2010 từ 5% trở lên, nhưng không theo kịp với Th้าu hiểu những khó khăn của người lao động, Công đoàn các cấp tích cực tham gia với lãnh đạo đơn vị chăm lo đời sống cho người lao động.

Thực hiện Nghị quyết 11/NQ-CP, ngày 24/02/2011 của Chính Phủ về những giải pháp chủ yếu tập trung kiềm chế lạm phát ổn định kinh tế vĩ mô, bảo đảm an sinh xã hội. Công đoàn Tổng công ty phát động thi đua thực

hành “tiết kiệm”, thực hiện cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; Phát động cuộc thi tìm hiểu về “Tiết kiệm năng lượng” nhằm nâng cao ý thức tiết kiệm trong sản xuất và tiêu dùng của người lao động.

Các Công đoàn cơ sở đã chủ động phối hợp với chuyên môn tổ chức Đại hội công nhân viên chức, Hội nghị người lao động, Hội nghị Liên tịch giữa Ban Chấp hành công đoàn và lãnh đạo đơn vị, sửa đổi bổ sung Thỏa ước lao động tập thể, kiến nghị lãnh đạo đơn vị tăng các chế độ cho người lao động do giá cả tăng, 100% đơn vị đóng đủ Bảo hiểm xã hội, Bảo hiểm y tế; tham gia Hội đồng thi nâng bậc, nâng lương, xây dựng đơn giá tiền lương, 19/25 đơn vị tổ chức khám sức khỏe định kỳ cho người lao động.

Triển khai Chương trình hoạt động Công đoàn hướng về cơ sở như: Chương trình “Mái ấm công đoàn”, Công đoàn Tổng công ty đã hỗ trợ vốn cho đoàn viên Công đoàn Công ty Cổ phần Ngân Sơn phát triển kinh tế phụ gia đình. Trong tháng công nhân năm 2011, hỗ trợ 500 CNVC-LĐ, đoàn viên Công đoàn có thu nhập thấp, bị bệnh hiểm nghèo, tai nạn lao động (250 triệu đồng); Chuẩn bị đón Tết Nguyên đán Nhâm Thìn, các công đoàn cơ sở tham gia với chuyên môn trong việc trả lương, trả thưởng, đảm bảo cho CNVC-LĐ ăn Tết vui vẻ. Công đoàn Tổng công ty hỗ trợ 500 xuất quà Tết cho công nhân gặp khó khăn của các đơn vị. Chỉ đạo Công đoàn cơ sở Công ty Imperial Vina Đà Nẵng tham

gia giải quyết giảm 143 người, đảm bảo thực hiện đầy đủ các chế độ và có hỗ trợ thêm cho người lao động.

Bên cạnh đó, các cấp công đoàn đã quan tâm chăm lo cho con CNVC-LĐ. Các Công đoàn cơ sở tổ chức gặp mặt, tặng quà, tổ chức các hoạt động vui chơi cho các cháu nhân ngày Tết Thiếu nhi, Tết Trung thu; Tổ chức khen thưởng học sinh giỏi. Công đoàn Tổng công ty tổ chức tuyên dương, khen thưởng 126 cháu con CNVC-LĐ "Học giỏi - sống tốt" lần thứ X năm học 2010 - 2011, khu vực phía Bắc tại Tam Đảo - Vĩnh Phúc; khu vực phía Nam tại Bình Châu - Vũng Tàu; Hỗ trợ 220 con CNVC-LĐ nghèo, 125 cháu bị bệnh hiểm nghèo, khuyết tật với tổng số tiền 143,15 triệu đồng.

Mặc dù công việc sản xuất - kinh doanh bận rộn, gấp nhiều khó khăn, các đơn vị vẫn duy trì hoạt động văn hóa tinh thần tạo sự thoải mái, thư giãn cho người lao động. Công đoàn cơ sở tổ chức luyện tập thể thao, khiêu vũ sau giờ làm việc; Tổ chức các giải bóng chuyền (Công đoàn Công ty Thuốc lá Bến Tre), giải cờ tướng, giải bóng đá mini (Công đoàn Công ty Thuốc lá Sài Gòn, Công ty Cổ phần Hòa Việt) chào mừng



kỷ niệm 30/4, 01/5... Tổ chức cho công nhân viên chức, đoàn viên công đoàn tiêu biểu tham quan về nguồn, giáo dục truyền thống ở Phú Quốc, Côn Đảo (Công đoàn Công ty Thuốc lá Sài Gòn, Thăng Long, Cơ quan Văn phòng Đại diện Tổng công ty).

Theo kế hoạch từ đầu năm, Hội thao truyền thống CNVC-LĐ lần thứ VII sẽ tổ chức tại Đà Nẵng. Nhưng để giảm chi phí đi lại, ăn, nghỉ cho anh, chị em vận động viên, nên Công đoàn Tổng công ty tổ chức Hội thao theo khu vực. Khu vực Phía Nam tại Cần Thơ với 7 môn thi đấu có trên 500 vận động viên của 16 đơn vị đã tham gia; Khu vực Phía Bắc tại Hải Phòng với 6 môn thi đấu có gần 400 vận động viên của 11 đơn vị tham gia.

Cuộc sống còn nhiều vất vả, nhưng CNVC-LĐ Tổng công ty không quên trách nhiệm đối với xã hội, cộng đồng. Trong năm qua toàn Tổng công ty đã phụng dưỡng 69 Mẹ Việt Nam anh hùng, 3 thương binh nặng; Xây tặng 25 nhà tình thương, 92 nhà tình

nghĩa, ủng hộ Hội cứu trợ trẻ em tàn tật Việt Nam, nạn nhân sóng thần Nhật Bản, phối hợp với Báo Công an thành phố Hồ Chí Minh, Tạp chí Nghề Báo tổ chức "Đêm tri ân - một thời hoa lửa", ủng hộ quỹ "Vì nạn nhân chất độc da cam"... Tổng số tiền hoạt động từ thiện gần 10 tỷ đồng.

Ngoài ra, Tổng công ty còn giúp đỡ 02 huyện Hà Quảng (Cao Bằng) và Bác Ái (Ninh Thuận) theo Nghị quyết 30a của Chính phủ với tổng kinh phí là 9,023 tỷ đồng (Trong 3 năm 2009-2011, hỗ trợ 16,212 tỷ đồng).

Bước sang năm 2012, dự kiến kinh tế toàn cầu, cũng như trong nước vẫn còn đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức, tổ chức Công đoàn sẽ tiếp tục sát cánh cùng chuyên môn vận động CNVC-LĐ ra sức thi đua thực hiện thắng lợi nhiệm vụ sản xuất - kinh doanh năm 2012, tạo việc làm, thu nhập và chăm lo tốt hơn nữa đời sống vật chất và tinh thần cho cho người lao động ■



Thi kéo co tại Hội thao truyền thống TCT Thuốc lá VN lần thứ 7

VĂN PHÒNG CÔNG ĐOÀN
TỔNG CÔNG TY

Ôn định chất lượng, tổ chức lại hệ thống phân phối, tạo mức hoa hồng hợp lý để phục hồi và phát triển sản phẩm

vinataba

Sản phẩm thuốc lá Vinataba đã có quá trình phát triển hơn 20 năm và đạt được những thành công nhất định, đã thuyết phục được người tiêu dùng cả nước bằng sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam uy tín, với chất lượng và giá cả phù hợp, được thị trường đánh giá là sản phẩm thay thế thuốc lá ngoại, thuốc lá nhập lậu và giành được thị phần ngày càng lớn trên thị trường, trở thành thương hiệu thuốc lá hàng đầu của Tổng công ty và đứng đầu trên thị trường thuốc lá Việt Nam. Trong nhiều năm, thương hiệu Vinataba đã nhận được sự tôn vinh của người tiêu dùng và các tổ chức xã hội, hội nghề nghiệp, các doanh nghiệp trong và ngoài nước. Đặc biệt, năm 2010, thương hiệu Thuốc lá Vinataba đã vinh dự được lựa chọn là 1 trong 43 thương hiệu tham gia chương trình Thương hiệu Quốc gia, đây là thương hiệu thuốc lá duy nhất và đầu tiên được tham gia chương trình này.

HIỆN TRẠNG PHÁT TRIỂN: THÁCH THỨC VÀ CƠ HỘI

Trong bối cảnh sức ép cạnh tranh ngày càng gay gắt trên thị trường thuốc lá, kinh tế suy thoái, thu nhập dân cư suy giảm,... sản lượng tiêu thụ sản phẩm Vinataba đã giảm mạnh trong 2 năm gần đây. Thời gian qua, người tiêu dùng mất niềm tin vào sản phẩm do tồn kho lớn trên thị trường, đã ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm.

Biến động thị trường, nhất là biến động giá và khan hiếm giả tạo, cơ chế “xin cho” kéo

dài và văn hóa ứng xử đã làm suy giảm lòng tin của nhà phân phối vào thương hiệu và uy tín của Tổng công ty trên thị trường.Thêm vào đó, do mức lợi nhuận hiện tại còn thấp, chính sách giá chưa hợp lý, chính sách hỗ trợ chưa tốt, chưa tạo được niềm tin cho nhà phân phối về lâu dài, nên nhà phân phối chưa thực sự nhiệt tình hợp tác phát triển sản phẩm và phát triển thị trường. Hầu hết nhà phân phối thiếu nhân lực chuyên nghiệp nên thị trường phát triển yếu, chưa tập trung phát triển chiều

sâu dẫn đến hiệu quả chưa cao; Kinh phí đầu tư cho công tác marketing còn hạn chế, dàn trải...

Ngoài sức ép cạnh tranh từ các nhãn quốc tế cao cấp của các tập đoàn thuốc lá hàng đầu thế giới được sản xuất tại Việt Nam theo hình thức nhượng quyền, sản phẩm Vinataba còn chịu sự ép của các sản phẩm thuốc lá trung, cao cấp trong nước được sản xuất bởi các đơn vị ngoài Tổng công ty.

Tuy nhiên, tiềm năng phát triển của thương hiệu này còn

rất lớn: Về lâu dài, cạnh tranh về giá sẽ chuyển dần sang cạnh tranh về thương hiệu. Phân khúc trung, cao cấp sẽ còn tiếp tục tăng trưởng theo đà tăng trưởng kinh tế và đời sống dân cư. Việc chấn chỉnh được khâu phân phối, giảm sự chi phối của các cấp trung gian, ổn định thị trường sẽ cải thiện tình hình tiêu thụ sản phẩm.

MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHO VIỆC SẢN XUẤT VÀ PHÂN PHỐI SẢN PHẨM VINATABA - KHI HOA HỒNG ĐẠI LÝ LÀ YẾU TỐ QUAN TRỌNG TRONG CẠNH TRANH

Ổn định chất lượng:

Chất lượng là yếu tố sống còn quyết định đến thành

công của sản phẩm. Tại các đơn vị sản xuất sản phẩm, quy trình sản xuất phải được tuân thủ nghiêm ngặt, kiểm soát chặt chẽ từ các khâu chế biến sợi, vật tư bao bì đồng bộ, ổn định chất lượng cao đến việc tổ chức sản xuất tại từng đơn vị này. Sản phẩm Vinataba được ứng dụng các công nghệ sản xuất trên dây chuyền hiện đại với các tiêu chuẩn ngày càng nghiêm ngặt về chất lượng nguyên liệu đầu vào, nguyên phụ liệu phối chế... .

Trong bối cảnh hiện nay, để khắc phục tồn kho lớn ánh hưởng đến chất lượng, cần đánh giá đúng thực trạng của thị trường để có kế hoạch sản xuất và giao nhận; Cân đối tỷ

trọng sản lượng giữa các thị trường một cách hợp lý nhằm ổn định chất lượng sản phẩm đến tay người tiêu dùng.

Tổ chức lại hệ thống phân phối; tạo hoa hồng cho các đại lý một cách hợp lý để tạo sức cạnh tranh cho sản phẩm:

Thực trạng hệ thống phân phối hiện nay cồng kềnh và kém hiệu quả. Theo Quy hoạch của Bộ Công thương về mạng lưới kinh doanh bán buôn sản phẩm thuốc lá trên phạm vi toàn quốc giai đoạn 2010 - 2020 có xét đến năm 2025, đang dự thảo và dự kiến sẽ thực thi từ năm 2013, có những quy định

(xem tiếp trang 20)

► TIN TRONG NUỐC

KÝ KẾT BIÊN BẢN GHI NHỚ HỢP TÁC GIỮA VINATABA VÀ CÔNG TY ALPINE HOLDINGS LIMITED

Ngày 05/12/2011, tại Văn phòng Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam - số 126 Nguyễn Thị Minh Khai, TP.Hồ Chí Minh, đã diễn ra Lễ ký kết Biên bản ghi nhớ hợp tác giữa Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam và Công ty Alpine Holdings Limited.

Biên bản ghi nhớ này thể hiện mong muốn cũng như quyết tâm của Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam và Alpine trong việc hợp tác nhằm đưa các sản phẩm của Vinataba tiêu thụ tại thị trường Châu Phi và Trung Đông. Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam sẽ chỉ định Công ty Xuất nhập khẩu Thuốc lá (Vinataba Imex) - đơn vị trực thuộc Tổng công ty, chịu trách nhiệm ký kết, thực hiện các Hợp đồng thương mại với Alpine ■



Ông Trần Sơn Châu - TGĐ Vinataba và Ông Anthony Zahra - Giám đốc Điều hành Alpine Holdings Limited ký Biên bản ghi nhớ

Alpine là Công ty được thành lập và hoạt động hợp lệ tại Cộng hòa Malta, các lĩnh vực kinh doanh chính của Công ty bao gồm: Thương mại, tài chính, du lịch... Alpine đã có hơn 40 năm kinh nghiệm kinh doanh tại khu vực Châu Phi và Trung Đông.



NGUỒN HÌNH THÀNH QUÝ PHÒNG CHỐNG

TÁC HẠI THUỐC LÁ

Dự án Luật Phòng, chống tác hại phù hợp với tinh thần của Nghị quyết số 46-NQ/TW ngày 25/02/2005 của Bộ Chính trị về tăng cường, công tác bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe nhân dân trong tình hình mới; thể hiện những cam kết chính trị của Nhà nước ta với thế giới về sức khỏe cộng đồng với tư cách là thành viên của Công ước khung về kiểm soát thuốc lá (FCTC); phù hợp với nghị quyết số 12/2000/NQ-CP ngày 14/8/2000 của Chính phủ về chính sách

Quốc gia về phòng, chống tác hại thuốc lá và Nghị định số 119/2007/NQ-CP ngày 18/7/2007 của Chính phủ về sản xuất và kinh doanh thuốc lá. Tuy nhiên, về nguồn hình thành Quý phòng, chống tác hại thuốc lá (Quý) còn nhiều ý kiến chưa thống nhất.

Có ý kiến đồng ý hình thành Quý từ khoản đóng góp thêm ngoài thuế Tiêu thụ đặc biệt (TTĐB) mà người sử dụng thuốc lá phải đóng góp do cơ sở sản xuất, nhập khẩu thuốc lá nộp thay vào Quý. Nếu hình thành Quý từ khoản đóng góp thêm ngoài

thuế TTĐB, thì ngoài việc đóng góp thuế TTĐB người sử dụng thuốc lá phải đóng góp thêm một khoản cho cơ sở sản xuất, nhập khẩu thuốc lá nộp thay vào Quý. Theo ý kiến này, cần làm rõ vấn đề “khoản đóng góp thêm này” có phải là “khoản thu bắt buộc” đối với người sử dụng thuốc lá không? Khoản thu để hình thành Quý là khoản thu gì? Không phải là thuế, phải chăng đây là khoản phí, lệ phí? Thu, chi, quản lý Quý như thế nào?

Nhiều ý kiến đề nghị hình thành Quý được trích từ thuế

TTĐB. Theo ý kiến này, cần xem lại quy định sử dụng nguồn thu từ thuế TTĐB ?

Như vậy, điểm chung của các ý kiến là cần thiết, phải có nguồn kinh phí thực hiện để bảo vệ, nâng cao sức khỏe cộng đồng trước tác hại của thuốc lá và bảo vệ môi trường. Song phương pháp và quy định huy động tạo nguồn kinh phí này cần được xem xét, cân nhắc cho phù hợp.

Kinh phí thực hiện công tác bảo vệ, nâng cao sức khỏe cộng đồng trước tác hại của thuốc lá và bảo vệ môi trường được trích từ thuế TTĐB là phù hợp, bởi những lý do sau:

1 . Khi xây dựng và ban hành Luật, quy định mức thuế suất thuế TTĐB hiện đang áp dụng là trên cơ sở ảnh hưởng của thuốc lá tới sức khỏe người tiêu dùng và ảnh hưởng tới môi trường (cả sản xuất và tiêu dùng). Nếu tiếp tục đóng góp thêm ngoài thuế TTĐB tạo Quỹ để bảo vệ, nâng cao

sức khỏe cộng đồng trước tác hại của thuốc lá và bảo vệ môi trường sẽ bị trùng.

2 . Ảnh hưởng tới sức khỏe người tiêu dùng và môi trường, gồm nhiều sản phẩm như: xăng dầu, rượu bia, thuốc bảo vệ thực vật,... song nếu xây dựng Quỹ phòng, chống tác hại thuốc lá riêng và nguồn kinh phí huy động từ sự đóng góp thêm ngoài thuế TTĐB của người tiêu dùng, cơ sở sản xuất, nhập khẩu thuốc lá, sẽ khó tách được ảnh hưởng của sản phẩm thuốc lá để sử dụng Quỹ. Kinh nghiệm Thái Lan đã nghiên cứu và hiện đang thực hiện trích từ ngân sách quốc gia tạo Quỹ Thai Health phục vụ cho kiểm soát thuốc lá, kiểm soát rượu, dinh dưỡng, môi trường.

3 . Với mục tiêu, phạm vi điều chỉnh của Luật phòng, chống tác hại thuốc lá chỉ phối thì nguồn kinh phí để thực hiện trích từ nguồn thu thuế TTĐB là hoàn toàn phù hợp. Một số nước trên thế giới đã thực hiện nhu: Thái Lan, Brunei, Trung quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc... cũng đều trích từ ngân sách quốc gia cho việc kiểm soát tác hại thuốc lá.

4 . Thực hiện trách nhiệm Nhà nước trong việc cung cấp chế độ phúc lợi cho cộng đồng xã hội.

5 . Phù hợp với quy định tại Điều 26 của Công ước Khung Kiểm soát Thuốc lá (FCTC) về các nguồn lực tài chính để đạt mục tiêu của Công ước đặc biệt nhấn mạnh việc sử dụng các nguồn tài trợ quốc tế của các tổ chức liên chính phủ, các tổ chức tài chính và phát triển, các nguồn lực sẵn có của Nhà nước và tư nhân để tài trợ cho các chương trình kiểm soát thuốc lá đối với các nước đang phát triển và các nước đang trong thời kỳ quá độ.

6 . Trích từ thuế TTĐB, thực hiện theo Luật Ngân sách sẽ quản lý và sử dụng nguồn kinh phí hiệu quả nhất.

7 . Các cơ sở sản xuất, nhập khẩu thuốc lá dễ thực hiện, áp dụng, giảm bớt thủ tục kê khai, nộp và quyết toán Quỹ.

Trên đây là một số suy nghĩ về nguồn hình thành Quỹ phòng, chống tác hại thuốc lá. Mong muốn Luật, chính sách, quy định ban hành có tính khả thi cao, phù hợp, đảm bảo hài hòa các lợi ích, đáp ứng yêu cầu quản lý, phát triển của Nhà nước, doanh nghiệp và cộng đồng xã hội ■

THÚY HỒNG

- Phó phòng TCKT Tổng công ty



ỔN ĐỊNH CHẤT LƯỢNG, TỔ CHỨC LẠI HỆ THỐNG PHÂN PHỐI ...

(tiếp theo trang 17)

mới về việc phân phối bán buôn sản phẩm thuốc lá. Trong thời gian tới, hệ thống phân phối của Vinataba hiện nay cần được đổi mới theo hướng chuyên nghiệp và hiện đại hóa để đáp ứng theo tình hình mới. Theo đó, hệ thống phân phối cần phải được rà soát lại, tránh sự thao túng thị trường, đưa ra các yêu cầu về tổ chức đại lý để đảm bảo quản lý tốt về giá và phân phối trên thị trường. Tổng công ty cần xây dựng các tiêu chí đánh giá năng lực của nhà phân phối; Xây dựng nhà phân phối chiến lược trên các thị trường đảm bảo độ bao phủ của sản phẩm trên thị trường, nhằm ngăn chặn sự phát triển của sản phẩm cạnh tranh và hàng giả. Tăng sản lượng tiêu thụ trực tiếp đến các tỉnh thông qua các nhà phân phối chiến lược;

Tổng công ty sẽ quyết tâm đầu tư mạnh mẽ và lâu dài cho sản phẩm, xem xét lại chính sách giá, đổi mới chính khuyến thị chính sách hỗ trợ các kênh phân phối; Xây dựng văn hóa ứng xử, chuyển từ mối quan hệ theo cơ chế xin cho qua mối quan hệ hợp tác hai bên cùng có lợi (mối quan hệ hữu cơ); Ngoài ra, Tổng công ty cũng sẽ áp dụng nhiều biện pháp (chính sách vận chuyển, giá cả, hoa

hồng....) để hỗ trợ hệ thống phân phối hoạt động sao cho hiệu quả nhất, tránh cạnh tranh nội bộ và đảm bảo sự thuận tiện nhất cho người tiêu dùng; Đảm bảo tại mỗi khu vực, tỉnh thành phố quan trọng đều có những đại lý lớn, có tiềm lực về vốn, nhân lực có kinh nghiệm, được đào tạo để kiểm soát thị trường; Xây dựng hệ thống cấp 2 tại các quận, huyện và các khu vực đông dân cư (khu công nghiệp, khu đô thị mới); Đảm bảo được lợi nhuận tối thiểu cho Đại lý cấp 1 được ổn định có tính cạnh tranh với việc phân phối các sản phẩm khác. Hoa hồng cho đại lý cấp 2 và người bán lẻ có sức hấp dẫn cao là yếu tố quan trọng để duy trì và phát triển thị trường.

ĐỔI MỚI CÔNG TÁC MARKETING VÀ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU:

Việc hạn chế khuyến mại, quảng cáo và những quy định thể chế Nhà nước đặt ra ngày càng chặt chẽ hơn đối với sản phẩm thuốc lá là rào cản lớn nhất để sản phẩm thuốc lá đến tay người tiêu dùng. Thế mạnh của Vinataba là sự tin yêu của người tiêu dùng. Tuy nhiên, để giữ vững được niềm tin đó, thì ngoài việc đổi mới hệ thống phân phối, Vinataba

cần phải thống nhất mô hình tổ chức quản lý về truyền thông, nhận diện thương hiệu, ngoài ra cần nâng cao chất lượng dịch vụ trước và sau bán hàng. Xây dựng văn hóa của Vinataba mang đặc tính nổi bật, dễ nhận diện nhưng vẫn gần gũi thân thiện với khách hàng. Mỗi cán bộ CNV của Vinataba đang và sẽ là những nhân tố marketing tích cực cho sản phẩm, đưa sản phẩm Vinataba đến gần hơn với người tiêu dùng. Ngoài ra, Vinataba cần tích cực phối hợp với các cơ quan ban, ngành trong và ngoài nước để đấu tranh với thuốc lá lậu, thuốc lá giả, nhái thương hiệu để đảm bảo sản phẩm Vinataba đến tay người tiêu dùng là những sản phẩm có chất lượng tốt nhất.

Với mục tiêu đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm Vinataba ở thị trường trong nước - năm 2012 phải duy trì được lượng tiêu thụ trên 300 triệu bao - và hướng tới việc mở rộng nhiều hơn nữa thị trường xuất khẩu, cần có chiến lược dài hơi đầu tư tập trung vào thị trường trọng điểm, tận dụng tối đa nhân lực sẵn có để quản lý thị trường, quản lý sản phẩm, góp phần đảm bảo sự tăng trưởng ổn định và bền vững của toàn Tổng công ty ■

SỰ KIỆN NỔI BẬT NĂM 2011



THÁNG 3

- ✿ Tổng công ty triển khai xây dựng Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết 11/NQ-CP của Chính phủ ngày 24/2/2011
- ✿ Ra mắt sản phẩm mới Select Vinataba

THÁNG 4

- ✿ Kỷ niệm 26 năm thành lập Tổng công ty (5/4/1985 - 5/4/2011)



THÁNG 6

- ✿ Công ty Thuốc lá Thanh Hóa kỷ niệm 45 năm ngày thành lập và đón nhận Huân chương Độc lập Hạng Ba (12/6/1966 - 12/6/2011)



THÁNG 7 - 8

- ✿ Hội thao truyền thống CNVC-LĐ toàn Tổng công ty



THÁNG 11

- ✿ Khánh thành Nhà máy bia Sapporo Việt Nam - Nhà máy Bia Nhật Bản đầu tiên có mặt tại Việt Nam



CÁC CON SỐ CỦA NĂM 2011

TỔNG SẢN LƯỢNG: 3.215 TRIỆU BAO

TỔNG DOANH THU: 30.675 TỶ ĐỒNG

NỘP NGÂN SÁCH: 6.349 TỶ ĐỒNG, TĂNG 24%
SỐ VỚI KẾ HOẠCH

XUẤT KHẨU THUỐC LÁ ĐIẾU: TRÊN 1,1 TỶ BAO

KIM NGẠCH XUẤT KHẨU: 187 TRIỆU USD

CÁC ĐƠN VỊ NỔI BẬT TRONG PHONG TRÀO THI ĐUA NĂM 2011

CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN THUỐC LÁ SÀI GÒN

- ★ Doanh thu: 7.387 tỷ đồng, tăng gần 10% so với cùng kỳ năm trước
- ★ Nộp ngân sách: 2.450 tỷ đồng, tăng gần 2% so với cùng kỳ năm trước
- ★ Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu vẫn giữ ở mức cao trên 9%
- ★ Công ty không có nợ phải trả quá hạn và có hệ số thanh toán nợ đến hạn đạt 1,1
- ★ 100% người lao động được bảo đảm hưởng các phúc lợi và chế độ theo quy định Nhà nước về bảo hiểm y tế, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm thất nghiệp - thu nhập bình quân tăng 17% so với cùng kỳ năm trước.
- ★ Đẩy mạnh thực hiện việc chống lãng phí, thực hành tiết kiệm, kiềm chế lạm phát, giảm được 2% chi phí sản xuất và 10% chi phí hành chính tiết kiệm 94,6 tỷ đồng.
- ★ Năm 2011 có trên 21 sáng kiến cải tiến và 1 công trình hợp lý hóa sản xuất được thực hiện

tại các phân xưởng sản xuất với giá trị làm lợi hàng tỉ đồng.

- ★ Tích cực tham gia công tác xã hội từ thiện, năm 2011, Công ty đã đóng góp gần 5 tỷ đồng

CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN THUỐC LÁ THẮNG LONG

Sản xuất kinh doanh đạt mức tăng bình quân trên 20% so với năm 2010:

- ★ Doanh thu đạt 3.650 tỷ đồng, tăng trên 16% so với kế hoạch
- ★ Nộp ngân sách đạt trên 1.399 tỷ đồng, đạt trên 13% so với kế hoạch

CÔNG TY TNHH HAI THÀNH VIÊN THUỐC LÁ HẢI PHÒNG

- ★ Sản lượng sản xuất đạt 65 triệu bao, tăng trưởng 42% so với cùng kỳ

☆ Sản lượng tiêu thụ đạt 58 triệu bao, tăng trưởng 60% so cùng kỳ

☆ Giá trị sản xuất công nghiệp đạt trên 224 tỷ đồng, tăng trưởng 62%

☆ Doanh số đạt trên 410 tỷ đồng, tăng trưởng 65%

☆ Lợi nhuận đạt 11 tỷ đồng, tăng trưởng 24% so cùng kỳ

☆ Nộp ngân sách 181,9 tỷ đồng, tăng trưởng 67% so cùng kỳ

CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN THUỐC LÁ LONG AN

☆ Sản lượng tiêu thụ ước đến cuối 31/12/2011 là 123,16 triệu bao thuốc lá, đạt 100,13% so với năm 2010, doanh thu đạt 534,28 tỷ đồng, đạt 104,35%

CÔNG TY TNHH HẢI HÀ - KOTOBUKI

Thực hiện chỉ tiêu kế hoạch năm 2011 so với năm 2010:

☆ Doanh thu: 122,82%

☆ Lợi nhuận: 129,8%

☆ Nộp ngân sách 134,1%

☆ Thu nhập bình quân của người lao động: 111%

CÔNG TY TNHH VINATABA - PHILIP MORRIS

Mức tăng trưởng năm 2011 so với năm 2010:

☆ Sản lượng tiêu thụ tăng 35,82%

☆ Doanh thu 1.191 tỷ đồng, tăng 42,02%

☆ Nộp ngân sách đạt 680 tỷ đồng, gấp 2,21 lần và lợi nhuận trong sản xuất -kinh doanh gấp 2,24 lần.

CÔNG TY CỔ PHẦN NGÂN SƠN

Tăng trưởng so với năm 2010:

☆ Doanh số đạt 620 tỷ đồng, tăng trưởng 17,8%

☆ Lợi nhuận 24,5 tỷ đồng, tăng trưởng 19,5%

☆ Nộp ngân sách 30,2 tỷ đồng, tăng trưởng 46% so cùng kỳ

☆ Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu: 36,02%

CÔNG TY CỔ PHẦN CÁT LỢI

Các chỉ tiêu thực hiện so với năm 2010:

☆ Doanh số đạt 1.500 tỷ đồng, tăng trưởng 23%

☆ Lợi nhuận trước thuế đạt 65 tỷ đồng, tăng trưởng 39,63%

☆ Nộp ngân sách 78 tỷ đồng, tăng trưởng 10% so cùng kỳ

☆ Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu: 36,02%

KỶ NIỆM 55 NĂM THÀNH LẬP: CÔNG TY THUỐC LÁ THĂNG LONG VINH DỰ ĐÓN NHẬN HUÂN CHƯƠNG ĐỘC LẬP HẠNG NHẤT



Thứ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Nam Hải và lãnh đạo Công ty tại Lễ Kỷ niệm 55 năm

Ra đời giữa khốn khổ khăn khi dân tộc ta vừa trải qua cuộc trường kỳ kháng chiến chống thực dân Pháp bằng chiến thắng Điện biên phủ chấn động địa cầu, lại bước vào cuộc chiến mới đầy cam go và khốc liệt hơn - chiến tranh chống Đế quốc Mỹ. Vậy mà 55 năm trước, với tinh thần cách mạng, lòng nhiệt huyết, 30 con người phần lớn là cán bộ, bộ đội chuyển ngành lần đầu tiên làm quen với công việc hoàn toàn mới mẻ - sản xuất thuốc lá. Hàng trang chỉ là số "Vốn liếng - ít ỏi, trình độ công nghệ - thủ công, kinh nghiệm - số không",... tất cả bắt đầu từ hai bàn tay trắng, những "anh bộ đội cụ Hồ" ấy đã học hỏi, dám nghĩ, dám làm, đặt nền móng cho ngành Thuốc lá Việt Nam sau này bằng cở sở thuốc lá quốc doanh đầu tiên của miền Bắc xã hội chủ nghĩa mang tên Thăng Long.

heo dòng trôi chảy của thời gian, trở lại hơn 55 năm trước, năm 1956, chỉ với 4 máy sản xuất thuốc lá gồm: 01 máy thái công suất 500kg/giờ, 01 máy cuốn thuốc lá công suất 1.200 điếu/phút, 01 máy đóng bao liên hợp công suất 60 bao/ phút, 01 máy tước cuộng và một số phụ tùng khác đã được lắp đặt cùng các cán bộ kỹ thuật vừa làm, vừa học và tìm tòi, rút kinh nghiệm, thế mà bằng số vốn nghèo nàn ấy, một dây

chuyền sản xuất thuốc lá được hình thành. Sau bao trăn trở suy nghĩ, vượt lên những khó khăn, ngày 06/1/1957, bao thuốc lá đầu tiên mang nhãn hiệu Thăng Long xuất xưởng trong niềm vui sướng tự hào khôn tả. Từ đây, điểm mốc đó được coi là ngày thành lập Công ty Thuốc lá Thăng Long, đồng thời cũng là ngày khởi đầu của ngành Công nghiệp thuốc lá Xã hội chủ nghĩa Việt Nam và là Ngày Truyền thống của Công ty Thuốc lá Thăng Long.

Trải qua hơn nửa thế kỷ với biết bao thăng trầm của lịch sử, đơn vị quốc doanh nhỏ bé ngày xưa ấy, nay đã trở thành một doanh nghiệp lớn mạnh, cánh chim đầu đàn của ngành Thuốc lá Việt Nam.

Với tầm nhìn chiến lược, trong giai đoạn 2006 - 2010, Đảng ủy, lãnh đạo Công ty đã xây dựng một loạt các kế hoạch, biện pháp đồng bộ nhằm thực hiện 6 chương trình lớn của Tổng công

ty trong giai đoạn mới. Cụ thể là, thực hiện Quyết định của Chính phủ, sau khi chuyển đổi mô hình hoạt động từ Nhà máy thành Công ty TNHH Một thành viên Thuốc lá Thăng Long (Tên giao dịch: Công ty Thuốc lá Thăng Long), Công ty đã chủ động sắp xếp lại bộ máy sản xuất công tác, giảm đầu mối từ 20 đơn vị xuống còn 15 đơn vị, hoàn chỉnh toàn bộ hệ thống văn bản cho phù hợp với mô hình hoạt động mới. Nhờ làm tốt công tác tổ chức sản xuất nên hiệu quả hoạt động của Công ty tăng rõ rệt. Công ty tiếp tục đẩy mạnh công tác chuyển đổi cơ cấu sản phẩm, coi trọng việc nâng cao tỷ trọng các sản phẩm trung, cao cấp. Tập trung công tác nghiên cứu, phối chế nhằm ổn định chất lượng sản phẩm, đưa ra thị trường những sản phẩm có giá bán phù hợp, được người tiêu dùng chấp nhận. Tăng cường giám sát việc thực hiện Hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001:2000 trên cơ sở tôn trọng và thực hiện tốt qui trình công nghệ, kịp thời đề ra các biện pháp khắc phục, phòng ngừa nhằm ổn định chất lượng sản phẩm. Năm 2006, việc thực hiện Chính sách chất lượng và mục tiêu chất lượng đã đạt kết quả tốt, kịp thời đề ra các biện pháp khắc phục, phòng ngừa, nhằm ổn định chất lượng sản phẩm. Do đó, chất lượng sản phẩm của Công ty không ngừng được nâng cao, uy tín ngày càng được khẳng định trên thị trường trong nước và quốc tế, điển hình như các nhãn hiệu: Thăng Long, Thủ đô, Gem, Gold Seal, Fisher Gold...

Bên cạnh đó, thực hiện phương châm "Sản xuất - Chất lượng - Hiệu quả", Công ty đã tiến hành một cách đồng bộ công tác đầu tư phục vụ sản xuất và xuất khẩu như: Hoàn chỉnh dự án đầu tư Hệ thống nén

khí, lắp đặt mới 03 dây chuyền đóng bao 10 điếu đồng bộ để phục vụ xuất khẩu; Đầu tư máy biến áp công suất lớn để cung ứng đủ nhu cầu cho sản xuất; Đầu tư 02 dây chuyền cuốn điếu PROTOS 80C công suất 7.000 điếu/phút, 350 bao/phút; 01 dây chuyền cuốn điếu, đóng bao công suất 400 bao/phút theo thỏa thuận hợp tác sản xuất giữa Công ty với Tập đoàn Thuốc lá Hong-Ta (Trung Quốc), tiếp tục thực hiện các công trình nghiên cứu, nhằm từng bước giảm hàm lượng Tar và Nicotin đối với các sản phẩm. Năm 2009, Công ty đã tiếp nhận, lắp đặt hoàn chỉnh và đưa vào sử dụng dây chuyền máy đóng bao Focker F3 công suất 350 bao/phút tại Phân xưởng Bao cứng; Cải tạo, nâng cao hiệu suất dây chuyền máy đóng bao HLP của Phân xưởng Bao mềm; Cải tạo, chuyển đổi dây chuyền máy đóng bao HLP chạy bao góc tròn và dây chuyền MK8 chạy điếu Slim; Thiết kế chế tạo và mua mới một số thiết bị phụ trợ hiện đại phục vụ công tác kiểm tra, giám sát chất lượng sản phẩm trên dây chuyền. Nhờ thực hiện có hiệu quả công tác đầu tư, công tác sửa chữa, bảo dưỡng thiết bị theo đúng kế hoạch, từng bước phấn đấu giảm số giờ ngừng máy để sửa chữa, nên năng suất và hiệu suất sử dụng thiết bị không ngừng được nâng cao. Bằng việc thực hiện tốt Hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001:2008, chất lượng sản phẩm luôn ổn định, uy tín và thương hiệu của Công ty không ngừng nâng cao trên thị trường trong và ngoài nước. Năm 2006, Công ty đã hoàn thành xuất sắc chỉ tiêu sản xuất và tiêu thụ thuốc bao xuất khẩu được giao với mức tăng trưởng đạt 127,18% so kế hoạch và vượt 128,37% so với năm 2005. Năm 2007 đạt 141% so kế hoạch và

tăng trưởng trên 34% so với năm 2006. Năm 2008, các thị trường nội địa vẫn giữ tốc độ tiêu thụ ổn định, sản lượng tiêu thụ thuốc bao xuất khẩu ước đạt 127,03% so kế hoạch và tăng 25,28% so với năm 2007. Năm 2009, sản lượng tiêu thụ thuốc bao xuất khẩu trong năm đạt 127,03% so kế hoạch và tăng 25,28% so với năm 2008, năm 2011 đạt con số kỷ lục 1 triệu bao, cao hơn gần 19% so kế hoạch.

Không chỉ chú trọng vào hoạt động đầu trang thiết bị, công nghệ mới, nhằm nâng cao hiệu quả hiệu quả các hoạt động sản xuất, Công ty còn chú trọng duy trì và làm tốt công tác thực hành tiết kiệm, chống lãng phí và phát huy sáng kiến cải tiến kỹ thuật đã được. Với mục tiêu cụ thể: Tiết kiệm 5% chi phí quản lý và sản xuất, chi tiêu hành chính; Tiết kiệm vật tư, nguyên liệu, điện theo mục tiêu chất lượng đã đề ra. Sử dụng có hiệu quả thiết bị sản xuất trên cơ sở đẩy mạnh phát huy sáng kiến cải tiến kỹ thuật, từng bước tăng năng suất lao động, giảm tiêu hao vật tư, giám tỷ lệ phế phẩm, tận dụng phế liệu, hạ giá thành sản phẩm, Hội đồng Sáng kiến Công ty đã duyệt công nhận hàng trăm sáng kiến, áp dụng sáng kiến cải tiến kỹ thuật vào sản xuất; tiết kiệm làm lợi cho Công ty nhiều tỷ đồng, trong đó, tính riêng năm 2011, đã có trên 25 sáng kiến được áp dụng làm lợi cho Công ty hàng trăm triệu đồng.

Ngoài ra, song song với các hoạt động sản xuất kinh doanh, Công ty luôn thực hiện tốt công tác giữ gìn an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội; thực hiện tốt công tác an toàn vệ sinh lao động, phòng chống cháy nổ, công tác quốc phòng quân sự địa phương, phong trào toàn

dân bảo vệ an ninh tổ quốc; tích cực tham gia các phong trào thi đua yêu nước và các hoạt động từ thiện, xã hội...

Với những kết quả đạt được trong quá trình xây dựng và trưởng thành, Công ty Thuốc lá Thăng Long đã được Đảng, Nhà nước, các cơ quan, ban ngành của Trung ương và địa phương tặng nhiều phần thưởng cao quý như: Huân chương Độc lập hạng Nhì, hạng Ba về thành tích trong sản xuất - kinh doanh và thực hiện các phong trào thi đua yêu nước; Huân chương Lao động hạng Nhất, Nhì, Ba về thành tích trong sản xuất - kinh doanh, thực hiện phong trào đền ơn đáp nghĩa, thành tích trong thực hiện công tác dân số, phong trào công nhân viên chức và hoạt động Công đoàn; Huân chương Chiến công, Huân chương Bảo vệ Tổ quốc hạng Nhì, hạng Ba về thành tích trong công tác Tự vệ và Bảo vệ; cùng nhiều cờ thưởng, bằng khen của Chính phủ, các bộ, ngành, địa phương,... Đặc biệt, nhân kỷ niệm 55 năm ngày thành lập, Công ty Thuốc lá Thăng Long đã vinh dự được tặng thưởng Huân chương Độc lập hạng Nhất.

THAY CHO LỜI KẾT

Như sự sắp xếp của định mệnh, hòa cùng không khí cả nước chung vui đón mừng 1000 năm lịch sử Thăng Long - Đông Đô - Hà Nội, con đường tương lai đã, đang và đưa con thuyền Công ty đến bến bờ mới xán lạn hơn. Điều đó dường như đã được dự báo trước: Địa điểm mới Công ty đang được xây dựng tại Khu Công nghiệp Quốc Oai - Hà Nội, nơi trước kia nằm trên đường Láng, Hòa Lạc, nay là Đại lộ mang tên Thăng Long - con đường hiện đại nhất Việt Nam nối liền vùng đất địa linh nhân kiệt “rồng cuộn, hổ ngồi”, khi xưa Thái Tổ Lý Công Uẩn định đô đất Việt muôn đời với truyền thuyết thủa lập địa khai thiên mở cõi của Sơn Thánh Tản Viên - bậc thần tiên đứng đầu Tứ bất tử trong tâm linh dân tộc.

Rồng vàng bay về ngự tại Thăng Long. Điểm lành cho sự khởi đầu mới của Công ty Thuốc lá Thăng Long. Trong “linh khí” đất trời hun đúc, hòa khí muôn trượng THĂNG LONG, cùng sự nỗ lực không mệt mỏi của lãnh đạo, CBCNV Công ty, tin rằng trong thời gian tới, Công ty Thuốc lá Thăng Long liên tục gặt hái được những thành công trong tất cả các lĩnh vực sản xuất, kinh doanh, góp phần cùng cả nước tiến vào thời đại mới phát triển và thịnh vượng■

SONG HUYỀN

CÔNG TY TNHH HẢI HÀ - KOTOBUKI:



S ự kết hợp giữa dây chuyền thiết bị và công nghệ Nhật Bản với hương vị truyền thống của Việt Nam cùng với hệ thống quản lý an toàn thực phẩm theo tiêu chuẩn ISO 22000:2005 đã cho ra đời những sản phẩm chất lượng cao như: bim bim, kẹo lolipop, kẹo nhân hoa quả, bánh cookies, bánh trung thu... đặc biệt là bánh ngọt và bánh gatô danh tiếng.

Trải qua 20 năm xây dựng và phát triển, thương hiệu Hải Hà - Kotobuki ngày càng được khách hàng tín nhiệm, thị phần được mở rộng, tăng trưởng không ngừng, doanh thu năm sau cao hơn năm trước. Hệ thống cửa hàng của công ty được phát triển rộng khắp gần gũi với khách hàng. Bên cạnh đó, Hải Hà - Kotobuki không ngừng nỗ lực trong sản xuất, kinh doanh nhằm mang tới khách hàng những sản phẩm có chất lượng cao và



Origato

ngọt cuộc sống

20 năm trưởng thành

Hải Hà - Kotobuki là một trong những liên doanh được thành lập sớm nhất kể từ khi Luật Đầu tư ra đời. Trải qua 20 năm xây dựng và phát triển, các sản phẩm của Công ty luôn được sự tín nhiệm của người tiêu dùng. Đặc biệt tại Lễ tôn vinh các sản phẩm dịch vụ năm 2011 vừa qua, bánh gatô của Công ty đã lọt vào top 20 sản phẩm, dịch vụ đặc biệt xuất sắc được người tiêu dùng tín nhiệm.



Lễ tôn vinh “Sản phẩm, dịch vụ Việt Nam được tin dùng năm 2011”

các dịch vụ gia tăng đầy tiện ích. Với các thành tích đã đạt được, Hải Hà - Kotobuki đã nhận được nhiều bằng khen và giải thưởng của cơ quan chủ quản và các tổ chức hiệp hội trao tặng, tiêu biểu như: Giải thưởng “VietNam Golden FDI” của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, giải thưởng “Sao Vàng Đất Việt” của Hội doanh nghiệp trẻ Việt Nam năm 2009, bằng khen của Bộ Công Thương năm 2008, 2009, 2010...

Với tầm nhìn trở thành một trong những thương hiệu sản xuất bánh tươi lớn nhất cả nước, Hải Hà - Kotobuki chính thức cho ra mắt nhãn hiệu mới Origato dành riêng cho dòng sản phẩm bánh tươi. Tên gọi và kiểu chữ Origato thể hiện rõ nét đặc trưng sản phẩm đến từ Nhật Bản là Chất Lượng và sự Tinh Tế. Sắc màu “hồng cẩm” độc đáo và sang trọng không những thể hiện được tính cách và đẳng cấp thương hiệu mà còn đảm bảo tính liên hệ với màu hồng của thương hiệu Hải Hà - Kotobuki, tạo được sự gần gũi, thân thuộc với khách hàng. Với slogan “Vị ngọt cuộc sống” ngắn gọn, nhẹ nhàng nhưng đầy cảm xúc vừa là thông điệp, vừa là lời chúc mà Hải Hà - Kotobuki muốn gửi tới khách hàng một nhãn hiệu Origato thật tinh tế và thân thiện. Hãy tận hưởng những cảm xúc ngọt ngào khi thưởng thức bánh tươi Origato cùng bạn bè, đối tác và những người thân yêu ■



Tabexpo 2011

✓ Nhận lời mời của các đối tác, từ ngày 13 đến ngày 18 tháng 11 năm 2011, Đoàn cán bộ Tổng công ty, Công ty Thuốc lá Sài Gòn và Công ty XNK Thuốc lá do ông Trần Sơn Châu, Tổng Giám đốc Tổng công ty làm trưởng đoàn đã tham dự Triển lãm Tabexpo 2011 tại Praha, Cộng hòa Séc.

Tabexpo do Tạp chí Tobacco Reporter tổ chức bắt đầu từ năm 1994, diễn ra 4 năm một lần. Thành phố Praha cổ kính, nằm ở trung tâm Châu Âu đã được chọn làm địa điểm tổ chức Tabexpo 2011. Triển lãm năm nay với quy mô hơn 200 gian hàng, bao gồm các công ty thuốc lá, cigar, thuốc lá điện tử, các công ty cung cấp nguyên, phụ liệu thuốc lá, các nhà sản xuất

máy móc, thiết bị dùng trong ngành công nghiệp sản xuất thuốc lá. Với quy mô như vậy, Tabexpo đã trở thành nơi tìm hiểu

tìm hiểu các nhà cung cấp nguyên phụ liệu và là nơi giới thiệu các thiết bị sản xuất, thí nghiệm, công nghệ mới nhất của ngành Sản xuất thuốc lá.

Tham gia Triển lãm, Đoàn Vinataba đã có các cuộc gặp, làm việc với các đối tác: BMJ, Tabacum, Tàu thuyền Côn Minh, Universal Leaf, Mollins... Trong các cuộc gặp, các bên đã có những thỏa thuận sơ bộ về kế hoạch hợp tác trong năm 2012 và những năm tiếp theo. Tabexpo 2015 sẽ diễn ra tại London, UK.



các xu hướng mới trong sản xuất và kinh doanh thuốc lá, gặp gỡ, tìm kiếm các đối tác mới,

Nhận chuyến đi này, Đoàn công tác đã đàm phán với các đối tác Velta Plus và Astralis về chương trình xuất khẩu sản phẩm của Vinataba sang thị trường Châu Âu ■



More valuable, more attractive

Tương hiệu là một loại tài sản vô hình, nhưng những giá trị mà thương hiệu đem lại cho doanh nghiệp thì vô cùng to lớn và có thể quy đổi thành lợi nhuận. Một thương hiệu thành công là thương hiệu có khả năng duy trì khách hàng trung thành, thu hút khách hàng mới, mở rộng kênh phân phối, tạo rào cản với đối thủ cạnh tranh, và phát triển thị phần.

Vấn đề xây dựng thương hiệu ngày càng được các doanh nghiệp quan tâm và đầu tư, nhằm thiết lập và mở rộng hệ thống nhận diện về chất lượng sản phẩm và dịch vụ của mình. Thông qua thương hiệu, doanh nghiệp truyền tải những cam kết của mình với khách hàng và cộng đồng.

Năm vững xu thế phát triển đó, lãnh đạo Công ty TNHH Bao bì giấy nhôm

New Toyo đã có những định hướng quan trọng với những mục tiêu cụ thể, nhất quán trong chiến lược xây dựng thương hiệu Công ty và thương hiệu sản phẩm, với mong muốn “kích hoạt” và “gia tăng niềm tin” nơi khách hàng.

Nhóm sản phẩm bao bì giấy nhôm, giấy Mpet, giấy Holographic, giấy phủ parafin, giấy phủ PE... của New Toyo từ nay sẽ khoác trên mình “chiếc áo” mang tên INOPAK. INOPAK sẽ hiện diện xuyên Nam - Bắc trong thị trường nội địa, và tiến ra “biển lớn” - đến các châu lục trên thế giới.

INOPAK viết tắt từ chữ “Innovation Packaging”, có ý nghĩa là sự cách tân trong bao bì. Chữ P được thiết kế cách điệu từ cuộn nhôm lá mang tính đặc trưng của ngành hàng. Màu xanh lá mượt mà chứa đựng thông điệp “xanh” đầy tính nhân văn của một

doanh nghiệp FDI luôn ý thức và góp phần vào việc bảo vệ môi trường. Song song với việc đổi mới về hình thức, INOPAK còn bao gồm sự cải thiện về chất, từ việc chọn lọc nguồn cung ứng nguyên liệu đạt chuẩn, sự chăm chút đầu tư trong đổi mới công nghệ, cải tiến các định chuẩn trong sản xuất cùng với kế hoạch nâng cấp chất lượng nguồn nhân lực có chiều sâu và đi vào trọng tâm hầu mang lại hiệu quả cao nhất trong sản xuất cho khách hàng. Tất cả làm nên sự khác biệt của sản phẩm - thể hiện đẳng cấp tiêu dùng.

INOPAK sẽ luôn đem lại sự hài lòng cho quý khách hàng bằng chính giá trị và đặc tính ứng dụng của sản phẩm. Đó là những tín hiệu vui mà Công ty New Toyo muốn “báo hỷ” đến quý khách hàng nhân dịp mai đào nảy lộc vui đón Xuân Nhâm Thìn 2012 ■



CÔNG TY TNHH BAO BÌ GIẤY NHÔM NEW TOYO

Đường số 3, KCN thuộc Khu Chế Xuất Linh Trung II, Thủ Đức, TP-HCM

[T] : (84.8) 37291768 - 37292603 (Sales) [F] : (84.8) 37291767

[E] : info@newtoyovn.com

[W] : www.newtoyovn.com

KHÁNH THÀNH NHÀ MÁY BIA SAPPORO VIỆT NAM

Ngày 24/11/2011, tại Khu công nghiệp Việt Hóa - Đức Hòa 3, huyện Đức Hòa, tỉnh Long An, Công ty TNHH Sapporo Việt Nam đã long trọng tổ chức Lễ khánh thành Nhà máy bia Sapporo Việt Nam.

Công ty TNHH SAPPORO VIỆT NAM là liên doanh được hình thành giữa hai đối tác lớn là Tổng Công ty thuốc lá Việt Nam và Tập đoàn Sapporo Holdings, chính thức đi vào hoạt động từ ngày 24/11/2011. Nhà máy bia Sapporo Việt Nam được xây dựng trên diện tích 6,5 triệu ha với tổng vốn đầu tư 75 triệu USD. Đây là Nhà máy bia Nhật đầu tiên có mặt ở Việt Nam, sẽ là một trong những nhà máy bia hiện đại của Việt Nam mang công nghệ Nhật Bản. Nhà máy sẽ cung cấp sản phẩm bia Sapporo cao cấp cho thị trường Việt Nam và xuất khẩu sang khu vực Đông Nam Á với công suất ước tính trong giai đoạn đầu là 40 triệu lít/ năm và sẽ tăng lên trong giai đoạn kế tiếp.

Là tập đoàn sản xuất nước giải khát và chế biến thực phẩm hàng đầu Nhật Bản và nổi tiếng thế giới, SAPPORO



nổi tiếng với lịch sử 134 năm trong ngành công nghiệp sản xuất bia. Theo xu hướng phát triển toàn cầu, tập đoàn đã có những bước tiến thành công ra thị trường thế giới, đặc biệt là khu vực Bắc Mỹ, và thương hiệu hàng đầu "SAPPORO PREMIUM" đã nhanh chóng xác lập vị trí thương hiệu bia Châu Á bán chạy số 1 tại Mỹ. Đối với Tập đoàn Sapporo, Việt Nam là cơ sở sản xuất đứng thứ 3 sau Nhật Bản và Mỹ. Cơ sở

này sẽ trở thành trung tâm sản xuất bia cho thị trường Đông Nam Á. Với thương hiệu bia "SAPPORO" lâu đời nhất Nhật Bản từ 1876, sự có mặt của nhà máy SAPPORO VIỆT NAM tại Long An, bia "SAPPORO PREMIUM" được tinh chế với thiết bị tân tiến và tối đa cùng với bàn tay của những người thợ Việt lành nghề chắc chắn sẽ đáp ứng nhu cầu ngày càng tinh tế của người tiêu dùng Việt Nam■

Công ty Xuất Nhập Khẩu Thuốc lá kỷ niệm 25 năm thành lập và đón nhận Huân chương Lao động hạng Nhất

Ngày 11/11/2011, tại Khách sạn Majestic TP. Hồ Chí Minh, Công ty

Xuất nhập khẩu Thuốc lá đã long trọng tổ chức Lễ kỷ niệm 25 năm thành lập

Công ty (1986-2011) và vinh dự đón nhận Huân chương Lao động hạng Nhất do Chủ



tịch nước trao tặng. Đến dự Lễ kỷ niệm và chúc mừng những thành tựu mà Công ty đã đạt được có ông Nguyễn Nam Hải, Thứ trưởng Bộ Công Thương cùng đại diện các Bộ, ban ngành, lãnh đạo Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam, lãnh đạo các Công ty thành viên trong Tổ hợp, đại diện các công ty, bạn hàng trong nước và quốc tế và đặc biệt là sự hiện diện của lãnh đạo Công ty Xuất nhập khẩu Thuốc lá qua các thời kỳ.

Kể từ khi thành lập đến nay, Công ty Xuất nhập khẩu Thuốc lá luôn là đơn vị nhập khẩu chủ lực của Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam. Bên cạnh việc đáp ứng mọi nhu cầu nhập khẩu máy móc, thiết bị và nguyên phụ liệu thuốc lá cho các đơn vị thành viên trong Tổ hợp, Công ty cũng đã thiết lập được mối quan hệ hợp tác kinh doanh

tốt đẹp với các công ty thuốc lá hàng đầu thế giới như: British American Tobacco (BAT), Philip Morris (PM), Japan Tobacco International (JTI), Imperial Tobacco Group (ITG), China National Tobacco Corporation (CNTC), Alliance One, Universal, Celanese, Eastman Chemical, PDM, GD, Hauni, Focke... Công ty Xuất nhập khẩu Thuốc lá

còn là đơn vị hàng đầu trong việc xuất khẩu các mặt hàng, sản phẩm của Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam ra nước ngoài: Từ thuốc lá lá, thuốc lá sợi, vỏ cây thuốc lá, phụ liệu thuốc lá đến các sản phẩm thuốc lá bao với đủ quy cách, chủng loại. Sản phẩm xuất khẩu của Công ty ngày càng thâm nhập sâu rộng không phải chỉ tại thị trường các nước lân cận như khu vực Đông Nam Á, Đông Á mà còn vươn đến các thị trường xa xôi như Đông Âu, Trung Đông, Tây Phi, Nam Mỹ... Hiện nay, Công ty đang đẩy mạnh việc kinh doanh đa ngành, hướng đến việc xuất, nhập khẩu các sản phẩm đa ngành, nhằm thực hiện tốt chủ trương mở rộng kinh doanh đa ngành của Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam■



Công ty Cổ phần Ngân Sơn: Sáu nhiệm vụ trọng tâm trong công tác sản xuất nguyên liệu

Ngày 05/11/2011, tại thành phố Hải Phòng, Công ty Cổ phần Ngân Sơn tổ chức Hội nghị tổng kết công tác sản xuất nguyên liệu năm 2011 và triển khai kế hoạch năm 2012. Tại Hội nghị, ông Nguyễn Văn Thịnh, Giám đốc Công ty CP Ngân Sơn đã thông qua báo cáo tổng kết công tác nguyên liệu năm 2011 và phương hướng nhiệm vụ năm 2012. Theo báo cáo, trong năm qua, với sự nỗ lực của toàn thể CBCNV Công ty cùng sự phối hợp có hiệu quả của lãnh đạo Chính quyền địa phương các cấp tại các huyện, tỉnh có vùng trồng nguyên liệu thuốc lá, Công ty đã hoàn thành nhiệm vụ kế hoạch đề ra, góp phần nâng cao năng suất, chất lượng nguyên liệu thuốc lá vụ Xuân năm 2011. Trong đó, nhấn mạnh 06 nhiệm vụ trọng tâm, cụ thể: Diện tích đạt trên 5.500 ha, sản lượng thu hoạch đạt 9.000 tấn; Ký được 189 hợp đồng đầu tư và 72 hợp đồng cung ứng và chuyển giao công nghệ với đại diện nhóm hộ, đại diện cho 14.439 hộ nông dân. Ký được 13 hợp đồng hợp tác với Phòng Nông nghiệp và PTNT các huyện, 58 hợp đồng dịch vụ đầu tư với Ủy ban nhân dân xã và thị trấn; Cung ứng các loại vật tư nông nghiệp như: hạt giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật... cho sản xuất nguyên liệu với giá trị trên 20 tỷ đồng, hỗ trợ đầu

tư không thu hồi 296 triệu đồng; Tổ chức các lớp đào tạo chuyên sâu, dạy nghề cho nông dân với 20 lớp, đào tạo được 600 học viên nghề trồng thuốc lá; Tham gia các hoạt động phát triển nông nghiệp theo hướng bền vững tại các vùng trồng nguyên liệu. Đồng thời, phối hợp với Công ty LD BAT - Vinataba hỗ trợ cây giống trồng rừng, cải tạo môi trường là hoạt động thường niên trong chương trình Trách nhiệm xã hội của Công ty thực hiện tại các vùng nguyên liệu; Đóng góp cho ngân sách địa phương đạt 9,7 tỷ đồng, trong đó tại tỉnh Lạng Sơn trên 5,8 tỷ đồng, Bắc Kạn trên 2,6 tỷ đồng, Bắc Giang là 826 triệu đồng, Thái Nguyên là 376 triệu đồng.

Về phương hướng nhiệm vụ năm 2012, Công ty CP Ngân Sơn tập trung vào các mục tiêu:

Cải thiện chất lượng nguyên liệu, chú trọng các giải pháp kỹ thuật để tăng hàm lượng nicotin tại các vùng nguyên liệu (các tỉnh Lạng Sơn, Bắc Kạn). Khôi phục vùng nguyên liệu thuốc lá tại tỉnh Bắc Giang, phát triển vùng nguyên liệu thuốc lá mới tại tỉnh Lào Cai.

Phát triển vùng trồng nguyên liệu thuốc lá và đẩy mạnh sản xuất nguyên liệu thuốc lá chất lượng cao: Diện tích đạt 6.600 ha, trong đó 1.300 ha diện tích chất lượng cao; sản lượng thu hoạch trên 12.000 tấn; sản lượng nguyên liệu chất lượng cao đạt 2.000 tấn.

Cung ứng các loại vật tư nông nghiệp, bao tiêu sản phẩm, đảm bảo lợi nhuận cho nông dân ■



Thăm vùng nguyên liệu

NHẬT BẢN: TƯ NHÂN HÓA JT SẼ GIÚP CÔNG TY, NHƯNG GÂY HẠI CHO NGƯỜI TRỒNG

The Wall Street Journal báo cáo rằng, Chính phủ Nhật Bản đề nghị được bán 50% cổ phần của Nhà nước trong Japan Tobacco Inc (JT) theo 2 giai đoạn, được xem như là một phần của một kế hoạch gây quỹ lớn hơn để tài trợ cho những nỗ lực tái thiết sau thiên tai, sẽ giúp JT cạnh tranh tốt hơn với các đối thủ toàn cầu lớn hơn của mình và mở đường cho Công ty vươn ra nước ngoài khi thị trường trong nước của Công ty sụt giảm. Nhưng Đảng Tự do dân chủ, Đảng đối lập chính, chỉ đồng ý ủng hộ giai đoạn đầu tiên trong việc bán 17% trong JT và kêu gọi giữ lại 33% còn lại, nói rằng việc tư nhân hóa quy mô sẽ gây mối đe dọa nghiêm trọng cho người trồng thuốc lá trong nước do loại bỏ sự bảo hộ của Nhà nước và cam kết của JT trong việc thu mua lá thuốc sản xuất trong nước.

Wall Street Journal - WSJ

JT SẮP TUNG RA HAI NHÃN THUỐC LÁ ĐIỀU SUPER SLIM

Japan Tobacco Inc công bố ngày 29/11/2011 rằng, họ sẽ tung ra hai sản phẩm thuốc lá siêu nhỏ (super slim) Mild Seven Style Plus 6 và Mild Seven Style Plus One vào giữa tháng 1 năm 2012 để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Thuốc lá mới này sẽ được đánh giá “có tính linh động cao” với bao bì mỏng và nhỏ gọn và duy trì thương hiệu truyền thống của “thuốc lá gu êm dịu”. JT cho biết: Giấy vấn thuốc lá điếu được xử lý bằng một quy trình thiết kế độc quyền để giảm lượng khói thải ra từ điếu thuốc, và công nghệ “D-spec” của Công ty này sẽ làm giảm mùi khó chịu.

Thông cáo báo chí Japan Tobacco

JT HOÀN THÀNH VIỆC MUA LẠI HAGGAR VỚI GIÁ US\$450 TRIỆU

Tập đoàn JT đã hoàn thành việc mua lại Công ty Haggar Cigarette & Tobacco Factory (HCTF) hiện mở rộng kinh doanh tại các nước cộng hòa Sudan và Nam Sudan. Việc mua lại HCTF, có khối lượng bán hàng hơn 4,5 tỷ điếu thuốc lá vào năm ngoái, lần đầu tiên được công bố vào tháng 7 vừa qua. HCTF đã được mua lại với giá US\$450 triệu, gấp khoảng 9,9 lần các khoản thu nhập trước thuế, lãi suất và khấu hao của Công ty năm 2010. Trong thông báo hoàn thành thỏa thuận này, Japan Tobacco Inc cho biết, việc mua lại đã được dự kiến sẽ có ít tác động tới tài khoản hợp nhất của Tập đoàn trong năm tài chính kết thúc vào tháng 3 năm 2012.

Tobacco Reporter

PHILIPINES: THÀNH VIÊN QUỐC HỘ ỦNG HỘ HỆ THỐNG THUẾ 4 CẤP ĐỘ

Ông Magtanggol Gunigundo - Hạ nghị viện Philippines (Quận 2, TP.Valenzuela) cho biết, ông ủng hộ hệ thống thuế 4 cấp độ hiện hành cho sản phẩm thuốc lá trên hệ thống thuế thống nhất được đề xuất, qua đó, nếu được thực hiện, có thể làm tăng giá thuốc lá lên 83%. “Tiếp theo nguyên tắc về khả năng chi tiêu, những người thích các sản phẩm cao cấp phải trả thuế cao hơn, vì vậy cần phải có 4 cấp độ”, Gunigundo lưu ý. Bảy đề nghị nhằm cơ cấu lại các khoản thuế tiêu thụ đặc biệt đối với rượu và thuốc lá đang chờ Thượng viện bàn về cách thức và phương tiện, nhưng Gunigundo chỉ ra rằng, các đề nghị này không phù hợp với những lời hứa của Tổng thống Aquino khi vận động bầu cử nhằm giải quyết các sự cố thất thu thuế trước khi tăng thuế hoặc áp dụng chính sách thuế mới.

Manila Bulletin

HUNGARY: CHÍNH PHỦ XEM XÉT CÁC HỆ THỐNG MỚI CHO VIỆC BÁN SẢN PHẨM THUỐC LÁ

Janos Lazar, lãnh đạo nhóm Nghị viện của Đảng Fidesz tại Hungary cho biết, Chính phủ đang xem xét một hệ thống, theo đó việc bán sản phẩm thuốc lá sẽ được giới hạn trong một số kiosk được đăng ký như là một cách để hạn chế việc bán hàng cho người vị thành niên trong khi vẫn hỗ trợ cho các doanh nghiệp nhỏ.

Wall Street Journal - WSJ

NGA: THƯỢNG VIỆN THÔNG QUA VIỆC TĂNG THUẾ THUỐC LÁ

Một dự luật được thông qua bởi Thượng viện của Quốc hội Nga sẽ tăng thuế tiêu thụ đặc biệt đối với thuốc lá lên 460 Rúp (US\$14,68) cho 1.000 điếu, bắt đầu từ 1 tháng 1 năm 2012; 510 rúp (US\$16,27) tính từ ngày 01 tháng 7 năm 2012; 730 Rúp (US\$23,29) tính từ ngày 1 tháng 1 năm 2013; và 1.040 Rúp (US\$33,19) tính từ ngày 1 tháng 1 năm 2014.

Prime-Tass

JTI DẪN ĐẦU THỊ TRƯỜNG TRONG QUÝ 3/2011

Dữ liệu Nielsen và Rosstat cho thấy, JT International dẫn đầu thị trường ở Nga trong quý 3/2011, với thị phần 35,4% về doanh số bán hàng và 37% về khối lượng sản xuất, tăng tương ứng 0,9 và 0,1% như năm 2010. Tiếp theo là Philip Morris Nga, chiếm 29,1% trị giá thị trường và 25,6% về khối lượng, giảm tương ứng 1,3 và 0,1 %.

Kommersant Daily

MALAWI: DOANH THU THUỐC LÁ GIẢM 51 %

Một báo cáo của Tờ Guardian nói rằng, doanh thu từ việc trồng thuốc lá ở Cộng hòa Malawi đã giảm 51% từ khi bắt đầu vụ mùa bán hàng tháng 9 so với cùng kỳ niên vụ vừa qua. Trong tuyên bố về vấn đề này, Phát ngôn viên của Ủy ban Thuốc lá, bà Julianne Chidumu nói rằng cho đến nay, Malawi đã thu được US\$186 triệu từ việc bán 155 ngàn tấn thuốc lá, đó là một khoảng cách thu nhập rất lớn so với mức thu US\$376 triệu cùng thời kỳ qua việc bán 191 ngàn tấn niêm vụ năm qua. Không thể bán thuốc lá của họ trên thị trường trong nước, nông dân Malawi đã bị cáo buộc là bán số thuốc lá thặng dư của họ cho các nước láng giềng Mozambique và Tanzania với mức giá gần như là phá giá, khiến giá thuốc lá trong khu vực giảm xuống và đe dọa sinh kế của các gia đình nông dân ở những nước này. Hành động của họ, tuy nhiên, cũng dễ hiểu trong điều kiện thị trường hiện tại. Mùa bán hàng ở Malawi bắt đầu vào ngày 14 tháng 3 năm nay và sẽ chấm dứt vào cuối tháng 11.

Tobacco Asia

KOREA: KENT CLICK 1 MG RA MẮT TẠI HÀN QUỐC

Theo Tờ The Korea Times, British American Tobacco Hàn Quốc tuần này đã cho ra mắt Kent Click 1 mg. Công ty này, năm ngoái đã cho ra mắt Kent Click 6 mg, cho biết sản phẩm mới này là Kent 1 mg viên nang đầu tiên của thế giới cung cấp hai hương vị trong một sản phẩm duy nhất. Khái niệm Click là dựa trên một viên nang trong đầu lọc mà người hút thuốc có thể ấn để phát ra hương vị bất cứ lúc nào trong quá trình tiêu dùng thuốc lá. Kashif Khwaja, Giám đốc điều hành, tiếp thị, BAT Hàn Quốc nói rằng, Công ty dự kiến sản phẩm mới này sẽ lặp lại thành công của dòng sản phẩm trước đó.

Tobacco Reporter

SINGAPORE: CÁC NHÀ LẬP PHÁP PHÊ DUYỆT HÌNH PHẠT KHẮT KHE HƠN ĐỐI VỚI BUÔN LẬU THUỐC LÁ

Các nhà lập pháp Singapore đã thông qua các hình phạt nghiêm ngặt hơn đối với các sản phẩm thuốc lá buôn lậu, với người phạm tội lần đầu, họ phải đối mặt với hình phạt là S\$2.000 (US\$ 1,500), trong khi người phạm tội lặp lại phải đối mặt với tiền phạt tối thiểu là S\$ 4.000 (US\$3.100) và cũng có nguy cơ bị tù nếu họ bị bắt với hơn 2 kg sản phẩm thuốc lá chưa thuế.

Straits Times

THÁI LAN: TÌM KIẾM ĐỐI TÁC

Thailand Tobacco Monopoly (TTM) muốn theo đuổi các thị trường nước ngoài qua việc ký kết liên doanh với một công ty toàn cầu, theo một câu chuyện của Tờ Bangkok Post trích dẫn lời Giám đốc điều hành, Torsak Chotimongkol. Torsak cho biết liên doanh với một công ty đa quốc gia sẽ mang lại kiến thức về công nghệ và quản lý để giúp TTM cải thiện hoạt động của mình, đặc biệt là đối với thuốc lá có chất lượng cho thị trường cao cấp. "Chúng tôi có thị phần rất nhỏ trong thị trường này: chỉ 0,06%", ông nói. Nếu TTM không thể nâng cao tính hiệu quả của nó, Torsak nói thêm, sẽ không có khả năng vượt ra ngoài mà chỉ là một cơ sở sản xuất cho một thương hiệu nước ngoài, chẳng hạn như Philipines là cơ sở cho Philip Morris. Tuy nhiên, tiềm năng có sẵn cho TTM xuất khẩu sang Miền Điện, Lào và Cam-pu-chia. Nhưng Torsak cho biết các doanh nghiệp nhà nước cần thiết phải tái cơ cấu tổ chức của mình để mang lại tính linh hoạt nhiều hơn. Trong tương lai, TTM có thể đăng ký như là một công ty nhằm cho phép nó theo đuổi dự án mới và mở rộng mà không cần các thủ tục quan liêu phê duyệt phức tạp liên quan đến

nhiều cơ quan. Torsak nhấn mạnh rằng ý tưởng của ông không liên quan đến việc tư nhân hóa, việc mà nhân viên của nhiều doanh nghiệp nhà nước đã mạnh mẽ phản đối trong quá khứ. Ông cho biết mọi thực thể Công ty mới sẽ là một cánh tay của TTM. Hiện nay, TTM có khối lượng thị phần trong nước là 79%, nhưng sản phẩm thuốc lá nước ngoài lại hưởng 75% giá trị của thị trường. TTM đang nhanh chóng cải thiện hoạt động của mình trước khi thuế nhập khẩu thuốc lá được loại bỏ theo thỏa thuận Khu vực Thương mại ASEAN và Cộng đồng Kinh tế ASEAN được hình thành vào năm 2015, một bước tiến sẽ dẫn đến việc gia tăng sự cạnh tranh.

Tobacco Reporter

TRUNG QUỐC: CÁC NHÀ SẢN XUẤT THUỐC LÁ ĐƯỢC YÊU CẦU GIẢM HÀM LƯỢNG TAR

Tổng Công ty Thuốc lá Trung Quốc (CNTC) và Cục Độc quyền quản lý Thuốc lá Trung Quốc (STMA) gần đây đã ban hành thông báo yêu cầu các nhà sản xuất thuốc lá trong nước giảm hàm lượng tar trong các thương hiệu sản phẩm và nâng cao chất lượng sản phẩm của họ. CNTC và STMA yêu cầu các nhà sản xuất thuốc lá giảm tar xuống còn 8mg cho loại thuốc lá cao cấp có giá trên 70 Nhân dân tệ (11 USD) mỗi gói.

Tobacco China

LÀO: ĐỀ XUẤT TĂNG THUẾ TIÊU THỤ ĐẶC BIỆT THUỐC LÁ

Tiến sĩ Khatsanaphone Phandouangsy, Phó Giám đốc Sở Vệ sinh và Phòng ngừa tại Lào, cho biết vào cuối năm nay Bộ Tài chính và Y tế sẽ trình Chính phủ đề nghị cho tăng thuế tiêu thụ đặc biệt thuốc lá từ 500 Kíp (0,06 USD) lên 1.000 Kíp (0,13 USD) cho mỗi gói và tạo ra một quỹ cho

các chương trình phòng chống để ngăn chặn hút thuốc lá. Ông Khatsanaphonen cho biết, mức thuế suất thuế thuốc lá hiện nay là tương đối thấp so với các nước láng giềng.

Laos News Agency

ẤN ĐỘ: ĐÓNG CỬA LIÊN DOANH THUỐC LÁ JAPAN TOBACCO TẠI ẤN ĐỘ

Dự kiến 70 người sẽ bị mất việc làm của họ qua việc đóng cửa Công ty Japan Tobacco International (Ấn Độ) Pvt. Ltd vào cuối năm nay, theo thông tin của Surajeet Das Gupta gởi cho Tờ báo Business Standard. Liên doanh này, được sở hữu 50/50 bởi JTI và gia đình Thakkar có trụ sở tại Mumbai, được cho là sẽ đóng cửa Nhà máy Hyderabad của họ, đã bán hầu hết máy móc và trả lại giấy phép sản xuất thuốc lá điếu của họ cho Chính phủ. Việc đóng cửa được quyết định qua lệnh cấm của Ấn Độ về đầu tư trực tiếp nước ngoài trong lĩnh vực sản xuất thuốc lá, qua đó ngăn chặn JTI tăng cổ phần trong liên doanh Ấn Độ.

Tobacco Reporter

ÚC : THÔNG QUA LUẬT CẤM IN NHÃN LÊN BAO THUỐC LÁ

Thượng viện nước Úc thông qua luật cấm các công ty thuốc lá in nhãn hiệu của mình lên bao thuốc, bước cuối cùng để những qui định mới bắt đầu có hiệu lực. Thay vì nhãn hiệu quen thuộc và bắt mắt của các công ty thuốc lá, bao thuốc sẽ chỉ được phép có một màu xanh ôliu đơn điệu và in rõ hình ảnh cảnh báo nguy hại của thuốc lá. Tiếp theo đến lượt Hạ viện biểu quyết, mà dự kiến cũng sẽ thông qua, trước khi luật bắt đầu có hiệu lực vào tháng 12 năm 2012. Úc là nước đầu tiên ban hành luật này đối với các công ty thuốc lá. Một phát ngôn của

kỹ nghệ thuốc lá cảnh báo rằng, Chính phủ có lẽ sẽ phải tốn kém rất nhiều để bảo lưu luật này.

BBC

EU: THUỐC LÁ TỰ TẮT NHỎ VÀO GIẤY VĂN MỚI

Quy định mới của EU cho rằng, thuốc lá điếu hút trong nhà sẽ phải tự tắt nếu điếu thuốc không được hút liên tục. Quy định này yêu cầu tất cả các loại thuốc lá bán trên toàn EU được sửa đổi từ 17 tháng 11 để giảm nguy cơ xảy ra đám cháy từ hậu quả một điếu thuốc lá đang cháy bị bỏ dở. Khi hút thuốc bình thường, thuốc lá điếu loại mới “bắt lửa thấp” (LIP) sẽ không tắt, vì luồng gió sẽ giữ cho chúng cháy. Tuy nhiên, nếu điếu thuốc đang cháy bị để quên trong nhà, thì nó được thiết kế để tự tắt ngay khi nó cháy đến một trong hai “bom tốc độ”. Các nhà bán lẻ Ailen đã bán loại thuốc lá theo thiết kế mới. Một quy định tương tự đã có hiệu lực tại Mỹ, Canada và Phần Lan. Một phát ngôn viên cho biết, người hút thuốc không nhận thấy bất kỳ sự khác biệt về hình dáng, gu hoặc hương vị của thuốc lá. Cho dù có sự thay đổi này, người ta vẫn khuyên người hút thuốc nên đảm bảo rằng, họ không vô tình để lại thuốc lá đang cháy và dập tắt điếu thuốc lá một cách cẩn thận. Cơ quan Người tiêu dùng Quốc gia sẽ kêu gọi các nhà sản xuất thuốc lá tuân theo quy định mới này.

Irish Examiner.com

ZIMBABWE: XUẤT KHẨU LÁ ĐẠT US\$ 681 TRIỆU

Trong năm nay, Zimbabwe đã xuất khẩu khoảng 137,5 ngàn tấn lá thuốc lá, trị giá US\$ 681 triệu ở mức giá trung bình là US\$ 4,96/kg. Trung Quốc vẫn là nhà nhập khẩu lớn nhất khi mua 52 ngàn tấn lá Zimbabwe trị giá US\$ 376 triệu với giá trung bình US\$ 7,24/kg, theo số liệu thống kê từ ngành Công nghiệp thuốc lá và Hội đồng Tiếp thị.

Newsday



CÔNG TY CỔ PHẦN NGÂN SƠN

NGÂN SƠN JOINT STOCK COMPANY

GIẤY CHỨNG NHẬN ĐĂNG KÝ KINH DOANH:

Số 0100100199 của Sở Kế hoạch - Đầu tư thành phố Hà Nội cấp lần đầu ngày 31/8/2005, cấp lại lần 6 ngày 06/12/2010.

Văn phòng A:

Thôn Đông, xã Phù Lỗ, huyện Sóc Sơn, TP Hà Nội

Điện thoại: 048.843.455 * Fax: 048.841.038

Văn Phòng đại diện: KCN Tiên Sơn, tỉnh Bắc Ninh.

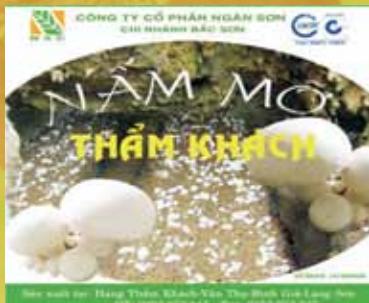
Điện thoại: 0241.6263678 * Fax: 0241.6263686

Email : nganson@nganson.vn / sales@nganson.vn

Website : www.nganson.com.vn / www.nganson.vn



CÁC SẢN PHẨM TIÊU BIỂU CỦA CÔNG TY:



DÂY CHUYỀN CHẾ BIẾN NGUYÊN LIỆU THUỐC LÁ

