

ĐIỂM BÁO

Nguồn: CTT Quảng Nam

Ngày đăng: 02/10/2021

Mục: Tin tức

Sàn TMĐT Postmart.vn cùng nông dân thực hiện chuyển đổi số

Thông qua sàn TMĐT Postmart.vn, gần 1.000 tấn trái cây, rau củ tươi đã hỗ trợ tiêu thụ trong hơn 2 tháng dịch covid-19 diễn biến phức tạp. Người nông dân vừa có thể chủ động tiêu thụ nông sản vừa từng bước chuyển đổi kinh doanh theo hình thức mới trên môi trường số.

Những ngày cuối tháng 9, dù chưa vào vụ thu hoạch, nhưng những người trồng cam tại Cao Phong đang rất sốt ruột về việc tiêu thụ cam những ngày tới khi dịch bệnh còn nhiều diễn biến phức tạp.

Năm 2021, huyện Cao Phong có gần 2.000 ha cam, trong đó, hơn 1.100 ha cam được cấp giấy chứng nhận đạt tiêu chuẩn VietGAP, sản lượng cam Cao Phong dự kiến đạt gần 20 nghìn tấn.

Để chủ động tiêu thụ cam Cao Phong theo hình thức mới, giúp nông dân đảm bảo giá trị nông sản, phát triển kinh tế ngay trong thời gian diễn ra dịch bệnh, từ tháng 8/2021 Bưu điện Việt Nam, Bưu điện tỉnh Hòa Bình đã phối hợp với các đơn vị chức năng cùng chính quyền địa phương để lên kế hoạch chi tiết đưa cam Cao Phong lên sàn thương mại điện tử Postmart.vn.

Ông Nguyễn Thanh Hải, Giám đốc Bưu điện tỉnh Hòa Bình cho biết, đơn vị luôn sẵn sàng đồng hành, chia sẻ cùng bà con nông dân Cao Phong để tiêu thụ nhanh nhất với mức giá tốt nhất cho cả người bán và người mua. Việc đưa những trái cam Cao Phong có chỉ dẫn địa lý, đảm bảo chất lượng cao lên sàn thương mại điện tử Postmart không đơn thuần chỉ là hỗ trợ người dân tiêu thụ được nhiều sản phẩm hơn, nhanh hơn mà còn nâng cao vị thế của loại trái cây quen thuộc này.

“ Chúng tôi mong muốn sàn TMĐT Postmart.vn sẽ mở ra nhiều cơ hội kinh doanh lớn cho các hộ sản xuất nông nghiệp trong việc tiếp cận trực tiếp với khách hàng thông qua môi trường số. Bưu điện tỉnh Hòa Bình sẽ đem trọn vẹn hương vị cam Cao Phong đến tận tay hành khách chỉ sau một click chuột đặt mua trên sàn TMĐT Postmart.vn”, Ông Hải chia sẻ.

Đặt mục tiêu tiêu thụ 3.000 tấn cam Cao Phong qua sàn TMĐT Postmart.vn, hiện Bưu điện tỉnh đã tổ chức nhiều lớp tập huấn cho các hộ sản xuất nông nghiệp để hướng dẫn toàn bộ quy trình đưa sản phẩm lên bán trên sàn TMĐT. Sau buổi tập huấn đã có gần 50 nhà cung cấp tại huyện Cao Phong mở gian hàng và đưa gần 60 sản phẩm lên sàn Postmart.vn.

Trước Hòa Bình, hàng trăm nghìn hộ sản xuất nông nghiệp tại nhiều tỉnh thành phố khác cũng đã rất thành thạo để đưa các sản phẩm của gia đình lên bán trên sàn TMĐT Postmart.vn.

Đặc biệt, ngay sau khi Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành kế hoạch 1034 về hỗ trợ đưa các hộ sản xuất nông nghiệp lên sàn TMĐT, thúc đẩy phát triển kinh tế số nông nghiệp, nông thôn, Tổng công ty Bưu điện Việt Nam Tổng Công ty Bưu điện Việt Nam (Vietnam Post) đã lập tức triển khai đồng bộ nhiều giải pháp phù hợp với từng địa phương để giúp người dân trên toàn quốc thay đổi thói quen tiêu thụ sản phẩm, tiếp cận phương thức kinh doanh mới - qua sàn TMĐT Postmart.vn.

Để người nông dân chủ động đưa các sản phẩm của hộ gia đình vượt ra khỏi lũy tre làng hay không còn cảnh phụ thuộc hoàn toàn vào thương lái, Bưu điện Việt Nam đã mở các chiến dịch hỗ trợ nông dân đưa nông sản lên sàn TMĐT Postmart.vn, đặc biệt là các loại trái cây có tính mùa vụ ngắn ngày tại các “điểm nóng” về dịch bệnh.

Chỉ trong hơn 2 tháng qua, hơn 80.000 hộ nông dân đã được Vietnam Post hỗ trợ lên sàn TMĐT Postmart.vn, qua đó tiêu thụ hơn 950 tấn trái cây, rau củ tươi các loại.

Trong năm 2021, Vietnam Post cũng đặt mục tiêu sẽ đưa 2,5 triệu hộ nông dân lên sàn TMĐT Postmart.vn. Không chỉ cung cấp nền tảng số, hướng dẫn chi tiết cách lên sàn, Vietnam Post còn hỗ trợ các hộ gia đình đồng bộ các giải pháp từ tiếp thị, truyền thông, đóng gói, vận chuyển, thanh toán...

Để tạo thuận lợi cho người nông dân, thời gian tới sàn TMĐT Postmart.vn còn cung cấp đầy đủ các thông tin, nguyên liệu đầu vào phục vụ sản xuất, thông tin về dự báo thị trường, cung cấp các sản phẩm, nguyên liệu, vật tư đầu vào có thương hiệu, bảo đảm chất lượng và phù hợp với nhu cầu của từng hộ sản xuất nông nghiệp.



Nhằm hỗ trợ cho việc lập tài khoản trên sàn TMĐT Postmart.vn, mới đây Bưu điện Việt Nam đã áp dụng công nghệ quét mã QR giúp cho việc đăng kí của người dân được nhanh chóng, thuận tiện và bảo mật.

Với ứng dụng công nghệ này, Bưu điện Việt Nam đã rút ngắn đáng kể trong việc hỗ trợ đưa người nông dân lên sàn. Chỉ trong 3 ngày đầu tiên ra mắt, hệ thống cấp bằng QR code đã tạo được hơn 4.000 tài khoản cho các hộ nông dân.

Ngọc Duy

Nguồn: Báo Đảng Cộng sản

Ngày đăng: 01/10/2021

Mục: Kinh tế

Thương mại điện tử thúc đẩy tiêu thụ nông sản trong mùa dịch

Dịch COVID-19 đã tạo ra những tác động theo chiều hướng tiêu cực đối với các ngành sản xuất, trong đó có nông nghiệp. Để hỗ trợ việc tiêu thụ hàng nông sản, nhiều mặt hàng đã được hỗ trợ trên các sàn thương mại điện tử. Thực tế cho thấy, đây là hướng đi phù hợp, góp phần tháo gỡ khó khăn cho bà con nông dân...



Đưa hàng hóa lên sàn thương mại điện tử là cách làm hiệu quả góp phần thúc đẩy tiêu thụ nông sản trong mùa dịch. (Ảnh: TL).

Năm 2021, diện tích nhãn toàn tỉnh Sơn La vào khoảng 19.224 ha, trong đó, tập trung tại các huyện như: Sông Mã, Mai Sơn, Yên Châu, Mường La... với sản lượng ước đạt 98.500 tấn. Do tác động của dịch bệnh, việc vận chuyển, tiêu thụ gặp khó nên có thời điểm, giá nhãn tại Sơn La chỉ còn từ 8.000 – 10.000 đồng/kg; nhưng tại Hà Nội và nhiều nơi khác lại có mức 30.000 – 40.000 đồng/kg. Ngoài nhãn, Sơn La còn có nhiều loại hoa quả khác như chanh leo, bơ, xoài, mận... cần tiêu thụ với sản lượng lên tới hàng chục nghìn tấn.

Cùng với Sơn La, từ đầu năm đến nay, việc tiêu thụ nông sản của nhiều địa phương trên cả nước cũng gặp không ít khó khăn do dịch bệnh bùng phát, việc vận chuyển bị hạn chế. Nhất là trong thời điểm chính vụ thu hoạch, tiêu thụ hàng nông sản càng trở thành “bài toán” khó đối với nhiều tỉnh, thành. Trong bối cảnh đó, tiêu thụ nông sản trên sàn thương mại điện tử đã dần trở thành giải pháp hiệu quả, phù hợp với điều kiện dịch bệnh, vừa dần tạo ra một kênh tiêu thụ an toàn, hiệu quả, bền vững, vừa đảm bảo giá cả, giúp gây dựng thương hiệu cho nông dân và hàng nông sản. Chỉ tính từ đầu năm 2021 đến nay, các mặt hàng nông sản đã và đang được đưa lên rất nhiều sàn thương mại điện tử với các quy mô khác nhau. Điển hình như các sàn thương mại điện tử: Sendo, Voso, Tiki, Shopee, Postmart, Lazada...

Đặc biệt, mùa vụ 2021, lần đầu tiên vải thiều Bắc Giang chính thức phân phối trên cả 6 sàn TMĐT lớn tại Việt Nam với giá ưu đãi và chuyển phát nhanh toàn quốc thông qua “Giàn hàng Việt trực tuyến quốc gia” do Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương) tổ chức. Đây cũng là niên vụ đầu tiên, vải thiều Bắc Giang xuất khẩu sang châu Âu theo hình thức thương mại điện tử xuyên biên giới thông qua sàn thương mại điện tử Voso. Việc này đã góp phần tháo gỡ

khó khăn, bảo đảm thu nhập và đời sống của người nông dân giữa lúc dịch COVID-19 có những diễn biến phức tạp.

Theo ông Vũ Bá Phú, Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công thương), việc đẩy mạnh bán hàng trên kênh thương mại điện tử có ý nghĩa quan trọng giúp đẩy nhanh tiêu thụ các mặt hàng nông sản trong bối cảnh dịch COVID-19 có những diễn biến phức tạp. Do vậy, Bộ Công thương cũng đã đề nghị các sàn thương mại điện tử tạo điều kiện cho người bán, thương nhân kinh doanh nông sản tham gia; hỗ trợ các địa phương thúc đẩy tiêu thụ lượng nông sản lớn đã, đang và sẽ vào vụ thu hoạch trên các sàn thương mại điện tử uy tín...

Thực tế cho thấy, đưa hàng hóa lên các sàn thương mại điện tử là một trong những giải pháp kịp thời giúp mở rộng kênh tiêu thụ cho nông sản, nhất là khi các kênh tiêu thụ truyền thống bị thu hẹp do tác động của dịch COVID-19. Tuy nhiên, do tiêu thụ hàng nông sản trên các sàn thương mại điện tử là một phương thức còn khá mới mẻ với người nông dân, đặc biệt là bà con ở các tỉnh miền núi nên cần có sự hỗ trợ nhiều hơn để họ quen với phương thức này.

Nói cách khác, một trong những thách thức lớn nhất là nhận thức của người nông dân về thương mại điện tử còn nhiều hạn chế. Vì vậy, các cơ sở sản xuất, hợp tác xã, doanh nghiệp cần được huấn luyện, đào tạo bài bản về cách thức quảng bá trực tuyến, xây dựng hình ảnh sản phẩm. Các cơ quan chức năng cần có những chính sách khuyến khích nông dân ứng dụng công nghệ số trong sản xuất, tiêu thụ nông sản.

Được biết, Cục Xúc tiến Thương mại đã và đang phối hợp với các sàn thương mại điện tử đào tạo, tập huấn cho nông dân, chủ trang trại kỹ năng quảng bá sản phẩm, bán hàng livestream; hỗ trợ áp dụng hệ thống truy xuất nguồn gốc, tạo điều kiện để nông dân hiểu và nắm bắt rõ hơn về xu hướng và yêu cầu thị trường, từ đó tổ chức sản xuất hiệu quả, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Bên cạnh đó, Bộ Thông tin và Truyền thông cũng vừa ban hành Quyết định số 1034/QĐ-BTTTT phê duyệt Kế hoạch Hỗ trợ đưa hộ sản xuất nông nghiệp lên sàn thương mại điện tử, thúc đẩy phát triển kinh tế số nông nghiệp, nông thôn.



Nhiều mặt hàng nông sản của tỉnh Sơn La đã mở rộng thị trường tiêu thụ sau khi tham gia các sàn thương mại điện tử. (Ảnh: CL).

Thời gian tới, cơ quan chức năng cần tăng cường hỗ trợ đưa các hộ sản xuất nông nghiệp, hộ kinh doanh cá thể, hợp tác xã, tổ hợp tác đăng ký tham gia các sàn thương mại điện tử để kết nối, quảng bá, giới thiệu sản phẩm. Đồng thời, hỗ trợ hộ sản xuất nông nghiệp đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm

nông nghiệp trên các sàn thương mại điện tử, góp phần tránh ùn ứ nông sản khi cao điểm thu hoạch, giúp người dân giữ giá nông sản, tránh phụ thuộc vào thương lái, trung gian...

Với lợi thế tốc độ nhanh, phạm vi tiếp cận rộng, chi phí thấp hơn so với thương mại truyền thống, đẩy mạnh tiêu thụ hàng hóa trên kênh thương mại điện tử được xác định là giải pháp cứu cánh, trở thành xu thế kinh doanh tất yếu cho tiêu thụ, xuất khẩu nông sản và các sản phẩm thế mạnh của Việt Nam. Xu hướng này càng có ý nghĩa quan trọng trong bối cảnh dịch COVID-19 tiếp tục có những diễn biến phức tạp. Tăng cường kết nối tiêu thụ hàng nông sản tại các sàn thương mại điện tử không chỉ mở ra cơ hội lớn để đưa sản phẩm đến với người tiêu dùng, mở rộng thị trường trong nước và quốc tế, mà còn là cơ hội lớn để nông dân Việt thích ứng và bắt nhịp với xu hướng thương mại hiện đại trên cơ sở ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào toàn bộ quy trình sản xuất./.

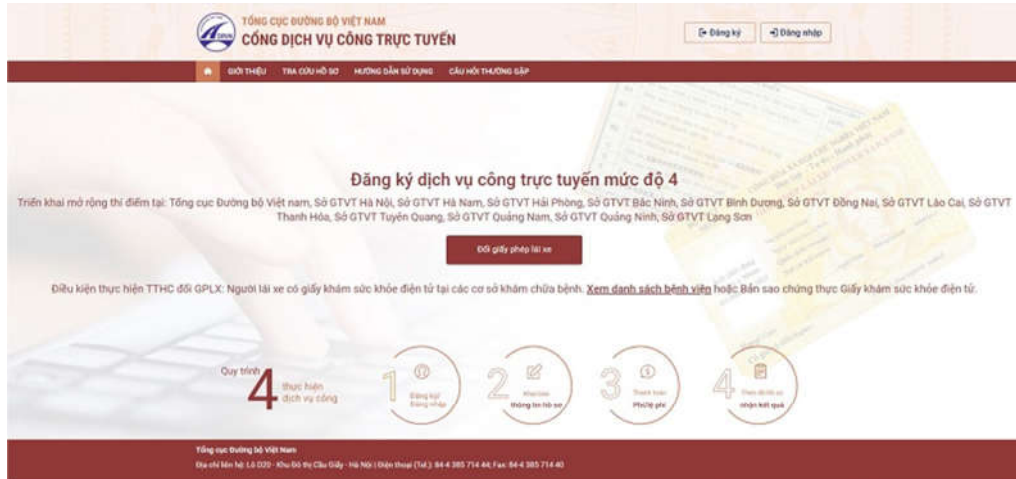
Minh Vũ

Nguồn: Báo Thanh Hóa
Ngày đăng: 01/10/2021

Mục: Đời sống

Thanh Hóa thí điểm đổi Giấy phép lái xe trực tuyến

Sở Giao thông Vận tải Thanh Hóa cho biết, sẽ thực hiện thí điểm tiếp nhận và giải quyết hồ sơ đổi giấy phép lái xe trực tuyến mức độ 4 trên Cổng dịch vụ công Quốc gia.



Việc thí điểm này áp dụng cho tất cả các hạng giấy phép lái xe ô tô do ngành Giao thông Vận tải cấp.

Cụ thể, người dân không phải đến Trung tâm phục vụ hành chính công tỉnh Thanh Hóa nhưng vẫn thực hiện đổi giấy phép lái xe do ngành Giao thông Vận tải cấp trên Cổng dịch vụ công Quốc gia bằng cách sử dụng điện thoại Smart Phone hoặc vi tính có kết nối Internet.

Người dân đăng nhập vào địa chỉ: <http://dichvucong.gov.vn> và thực hiện theo hướng dẫn, chọn hình thức nhận giấy phép lái xe qua dịch vụ bưu chính công ích để nhận tại nhà hoặc nhận trực tiếp tại cơ quan tiếp nhận hồ sơ. Thời gian trả giấy phép lái xe là 5 ngày làm việc kể từ ngày nhận đủ hồ sơ.

Xem tài liệu hướng dẫn sử dụng hệ thống dịch vụ công đổi giấy phép lái xe cấp độ 4 **TAI ĐÂY**.

Nguồn: CTT Cao Bằng

Ngày đăng: 02/10/2021

Mục: Thông tin điều hành

Kế hoạch triển khai hỗ trợ đưa hộ sản xuất nông nghiệp lên sàn thương mại điện tử, thúc đẩy phát triển kinh tế số nông nghiệp, nông thôn và bảo đảm cung cấp hàng hóa thiết yếu trong tình hình dịch COVID-19 trên địa bàn tỉnh Cao Bằng

Ngày 21/9/2021, UBND tỉnh Cao Bằng đã ban hành Kế hoạch số 2529/KH-UBND tỉnh triển khai hỗ trợ đưa hộ sản xuất nông nghiệp lên sàn thương mại điện tử, thúc đẩy phát triển kinh tế số nông nghiệp, nông thôn và bảo đảm cung cấp hàng hóa thiết yếu trong tình hình dịch COVID-19 trên địa bàn tỉnh Cao Bằng.

Mục đích của Kế hoạch nhằm triển khai hiệu quả các Quyết định của Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông, gồm: Quyết định số 1034/QĐ-BTTTT ngày 21/7/2021; Quyết định số 1035/QĐ-BTTTT ngày 21/7/2021 trên địa bàn tỉnh. Hỗ trợ đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp của tỉnh; cung cấp thông tin, nguyên liệu đầu vào phục vụ sản xuất, kinh doanh và đưa sản phẩm của các hộ sản xuất nông nghiệp, hộ kinh doanh cá thể, hợp tác xã, tổ hợp tác,... lên các sàn thương mại điện tử: Postmart.vn của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam và Voso.vn của Tổng công ty cổ phần Bưu chính Viettel và các sàn giao dịch thương mại điện tử hợp pháp khác nhằm kết nối, quảng bá, giới thiệu sản phẩm, thêm các kênh phân phối mới, mở rộng thị trường trong nước và quốc tế.

Là kịch bản để các Sở, Ban ngành, UBND các huyện, thành phố trên địa bàn tỉnh triển khai trong trường hợp thực hiện giãn cách xã hội theo Chỉ thị số 16/CT-TTg ngày 31/3/2020 của Thủ tướng Chính phủ; hỗ trợ doanh nghiệp bưu chính lớn thiết lập các điểm tập kết, bố trí các điểm trung chuyển, phân phối hàng hóa thiết yếu (cố định, lưu động) có kiểm soát an toàn dịch bệnh nhằm đảm bảo kịp thời nguồn cung và phục vụ nhu cầu tiêu dùng thiết yếu của nhân dân trên địa bàn tỉnh.

Thúc đẩy phát triển kinh tế số nông nghiệp, nông thôn.

Nâng cao trách nhiệm và vai trò của cơ quan quản lý nhà nước trong việc hỗ trợ, tạo điều kiện, hướng dẫn các doanh nghiệp bưu chính thực hiện vận chuyển, cung cấp hàng hóa thiết yếu theo Kế hoạch được phê duyệt.

Đảm bảo cung ứng đủ hàng hóa thiết yếu cho người dân và làm tốt công tác thông tin, tuyên truyền về Kế hoạch trên các phương tiện truyền thông báo chí, phát thanh truyền hình, thông tin cơ sở, các nền tảng số, mạng xã hội.

Phối hợp chặt chẽ, đồng bộ, hiệu quả giữa các sở, ban, ngành, cấp tỉnh, UBND các huyện, thành phố; các cơ quan, đơn vị thuộc các Bộ: Thông tin và Truyền thông, Công Thương, Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; các sàn thương mại điện tử và các tổ chức, doanh nghiệp liên quan để triển khai thực hiện hiệu quả Kế hoạch.

Nội dung thực hiện gồm: Hỗ trợ đưa hộ sản xuất nông nghiệp lên sàn thương mại điện tử, thúc đẩy phát triển kinh tế số nông nghiệp, nông thôn; việc cung cấp hàng hóa thiết yếu của các doanh nghiệp bưu chính lớn trên địa bàn tỉnh trong trường hợp thực hiện giãn cách xã hội.

Nguồn: Báo Tuổi trẻ
Ngày đăng: 02/10/2021

Mục: Cần biết

Bỉ sử dụng người máy để đóng gói bưu kiện

Công ty Active Ants (thuộc Công ty Bưu chính của Bỉ - Bpost) đã sử dụng 50 người máy để đóng gói bưu kiện cho các cửa hàng trực tuyến.



Công ty Active Ants ở Willebroek đã sử dụng 50 robot đóng gói bưu kiện. Ảnh: bpostgroup.com

Trong mùa Hè này, công ty con Active Ants (thuộc Công ty Bưu chính của Bỉ - Bpost) đã tiếp quản một trung tâm mới ở Willebroek (tỉnh Antwerp), nơi hàng nghìn mặt hàng được đóng gói cho các cửa hàng trực tuyến. Điểm đặc biệt ở đây là các nhân viên làm việc cùng với 50 người máy.

Tại trung tâm dịch vụ hoàn tất đơn hàng này, có hàng nghìn gói hàng đóng gói cho các cửa hàng trực tuyến. Cơ sở ở Willebroek được tự động hóa cao, với 50 người máy hoạt động. 'Một cấu trúc độc nhất vô nhị trên thế giới', ông Jeroen Dekker, đối tác quản lý của Active Ants cho biết.

Hàng hóa được lưu trữ trong kho 'rất nhỏ gọn', trong các khay. Khoảng 20 người máy luân chuyển trên một lưới phía trên các thùng và thu thập hàng hóa theo đơn đặt hàng. Sau đó, chúng đưa đến cho các nhân viên tại các điểm xếp hàng.

'Người máy vận chuyển' mang những chiếc hộp rỗng đến cho nhân viên để hàng hóa vào đó. Sau đó, người máy tiếp tục đưa các hộp đến máy đóng gói. Các hộp được đóng vừa với kích thước của hàng hóa được vận chuyển.

Sau khi hộp đầy, đóng lại và dán nhãn, các gói hàng lại được người máy vận chuyển, chúng sẽ phân loại và đưa đến các hãng vận chuyển tương ứng, chẳng hạn như Bpost.

Jeroen Dekker nhấn mạnh: 'Việc lưu kho, chọn đơn hàng, đóng gói và phân loại hoàn toàn tự động. Mặt khác, quy trình trả hàng và nhận hàng vẫn là các quy trình thủ công'. Theo ông, hệ thống này đưa ra câu trả lời cho hai thách thức lớn của thương mại điện tử: sự thiếu hụt nhân sự trong thời kỳ lưu lượng truy cập cao và tác động đến môi trường. Ông nói: 'Chúng tôi cung cấp một đáp ứng thích hợp cho cả hai'.

Bpost cho rằng hệ thống này thực sự có 'lượng khí thải carbon rất thấp', cho phép lưu trữ lượng hàng dự trữ nhiều hơn tới sáu lần trên mỗi m². 'Nhà kho được trang bị đầy đủ các tấm pin năng lượng Mặt Trời, người máy tự sạc và tiêu thụ rất ít năng lượng, bao bì đóng gói được làm hoàn toàn từ vật liệu tái chế. Không sử dụng nhựa và không có chỗ trống trong các kiện hàng', Drik Tirez, Giám đốc điều hành của Bpost nhấn mạnh.

Đây thực sự là 'trung tâm hoàn tất đơn hàng điện tử' đầu tiên của Bpost. Sau khi mở một trung tâm mới ở Đức vào mùa Thu này, công ty sẽ có tổng cộng 11 trung tâm như vậy ở châu Âu. Bốn công ty do Active Ants quản lý, cung cấp dịch vụ cho các cửa hàng trực tuyến nhỏ. Bảy công ty còn lại do Radial quản lý và dành cho các công ty thương mại điện tử lớn.

Theo Bộ trưởng Bưu điện Petra De Sutter, sự trỗi dậy của thương mại điện tử không thể trở thành đặc quyền của một vài 'ông lớn'.

Đây là lý do tại sao chính phủ hoan nghênh việc khai trương trung tâm này tại Bỉ, nơi hỗ trợ các thương nhân địa phương, cho phép họ 'tập trung vào các hoạt động cơ bản của mình' và làm việc bền vững hơn. 'Do đó, chúng tôi đặc biệt tự hào có thể chính thức mở trang web Active Ants đầu tiên của Bỉ. Hơn bao giờ hết, tôi tin tưởng chắc chắn vào tương lai của Bpost và công ty con Active Ants', Bộ trưởng Petra De Sutter nhấn mạnh.