

## ĐIỂM BÁO

Nguồn: Thời báo tài chính

Ngày đăng: 22/11/2021

Mục: Tin tức

### Miễn phí chuyển phát căn cước công dân khi người dân thay đổi địa chỉ nhận

Ngày 22/11, thông tin từ Tổng công ty Bưu điện Việt Nam (Vietnam Post) cho biết, thời gian qua, toàn mạng lưới Bưu điện Việt Nam đã và đang tổng lực chuyển phát căn cước công dân gắn chip đến người dân.

Tính đến giữa tháng 11/2021, việc chuyển phát căn cước công dân mới đến tận tay người dân cơ bản đã hoàn tất.



Nhân viên Bưu điện tư vấn và tiếp nhận yêu cầu chuyển phát CCCD tại điểm cấp lưu động.

Tuy nhiên, còn một số thẻ căn cước công dân chưa được phát đến tay người dân, có thể do người nhận không còn ở địa chỉ đăng ký nhận, thay đổi số điện thoại, đi làm ăn xa, về quê tránh dịch, bị kẹt lại tại các vùng dịch, ở trong khu dân cư vẫn còn thuộc diện vùng đỏ, vùng cam...

Vietnam Post hiện đang nỗ lực xây dựng các phương án phù hợp để đảm bảo chuyển căn cước công dân đến tay người dân trong điều kiện bình thường mới. Đại diện Vietnam Post cho biết, đối với người dân cư trú tại vùng cam, vùng vàng, đơn vị sẽ liên hệ với chính quyền địa phương và người nhận để có cách thức chuyển phát đảm bảo an toàn tối đa đến tay người dân.

Đối với người dân ở vùng đỏ, nhân viên bưu điện sẽ tổ chức phát thẻ căn cước công dân khi khu vực hết thời hạn cách ly, phong tỏa. Đặc biệt, đối với trường hợp người dân đã rời địa chỉ cũ, chuyển nơi sinh sống, về quê hoặc di chuyển sang địa phương khác thì bưu điện sẽ phối hợp chặt chẽ với cơ quan công an để xác minh, liên hệ người nhận và tổ chức chuyển phát hoàn toàn miễn phí đến địa chỉ mới theo yêu cầu.

Trong suốt chiến dịch cấp mới 50 triệu thẻ căn cước công dân gắn chip, Vietnam Post đã phối hợp chặt chẽ với công an và các lực lượng chức năng, tổ chức tiếp nhận nhu cầu và chuyển

phát căn cước công dân đến tay người dân nhanh nhất. Tính đến tháng 11/2021, Vietnam Post đã chuyển phát thẻ căn cước công dân gắn chip đến người dân trên cả nước đạt 97%.

Việc chuyển phát căn cước công dân đến địa chỉ người nhận được Vietnam Post thực hiện theo yêu cầu tự nguyện của người dân thông qua mạng phục vụ bưu chính công ích. Để được hỗ trợ chuyển thẻ căn cước công dân về địa chỉ mới, người dân có thể liên hệ đến đường dây nóng 1900 54 54 81 hoặc đến bưu cục gần nhất để tìm hiểu thêm thông tin.

Nguồn: Thể thao văn hóa

Ngày đăng: 22/11/2021

Mục: Kinh tế

### Chuyển phát miễn phí căn cước công dân khi người dân thay đổi địa chỉ

**Ngày 22/11, thông tin từ Tổng Công ty Bưu điện Việt Nam (Vietnam Post) cho biết, thời gian qua, toàn mạng lưới Bưu điện Việt Nam đã và đang tổng lực chuyển phát căn cước công dân gắn chip đến người dân.**

Đến ngày 15/11/2021, toàn thành phố thu nhận được 5.189.820 hồ sơ cấp Căn cước công dân và đã trả 4.426.816 thẻ Căn cước công dân.

Tính đến giữa tháng 11/2021, việc chuyển phát căn cước công dân mới đến tận tay người dân cơ bản đã hoàn tất.

Tuy nhiên, còn một số thẻ căn cước công dân chưa được phát đến tay người dân, có thể do người nhận không còn ở địa chỉ đăng ký nhận, thay đổi số điện thoại, đi làm ăn xa, về quê tránh dịch, bị kẹt lại tại các vùng dịch, ở trong khu dân cư vẫn còn thuộc diện vùng đỏ, vùng cam...

Bưu điện Việt Nam hiện đang nỗ lực xây dựng các phương án phù hợp để đảm bảo chuyển căn cước công dân đến tay người dân trong điều kiện bình thường mới. Đại diện Bưu điện Việt Nam cho biết, đối với người dân cư trú tại vùng cam, vùng vàng, đơn vị sẽ liên hệ với chính quyền địa phương và người nhận để có cách thức chuyển phát đảm bảo an toàn tới địa đến tay người dân.



*Công nhân tại các nhà máy, KCN trên địa bàn làm CCCD. Ảnh: Thành Đạt - TTXVN*

Đối với người dân ở vùng đỏ, nhân viên bưu điện sẽ tổ chức phát thẻ căn cước công dân khi khu vực hết thời hạn cách ly, phong tỏa. Đặc biệt, đối với trường hợp người dân đã rời địa chỉ cũ, chuyển nơi sinh sống, về quê hoặc di chuyển sang địa phương khác thì bưu điện sẽ phối hợp chặt chẽ với cơ quan công an để xác minh, liên hệ người nhận và tổ chức chuyển phát hoàn toàn miễn phí đến địa chỉ mới theo yêu cầu.

Trong suốt chiến dịch cấp mới 50 triệu thẻ căn cước công dân gắn chip, Bưu điện Việt Nam đã phối hợp chặt chẽ với công an và các lực lượng chức năng, tổ chức tiếp nhận nhu cầu và chuyển phát căn cước công dân đến tay người dân nhanh nhất.



*Các công đoạn lấy dấu vân tay điện tử, chụp ảnh thẻ được thực hiện ngay trong xe buýt lưu động. Ảnh: Thành Đạt - TTXVN*

Tính đến tháng 11/2021, Bưu điện Việt Nam đã chuyển phát thẻ căn cước công dân gắn chip đến người dân trên cả nước đạt 97%. Trong đó, hệ thống bưu điện tại các địa phương như Nghệ An, Vĩnh Long, Thái Bình, Hà Nội, Ninh Bình, Đà Nẵng, Thành phố Hồ Chí Minh, Vĩnh Phúc, Thanh Hóa... đã thực hiện việc chuyển phát thẻ với tỷ lệ rất cao.

Việc chuyển phát căn cước công dân đến địa chỉ người nhận được Bưu điện Việt Nam thực hiện theo yêu cầu tự nguyện của người dân thông qua mạng phục vụ bưu chính công ích. Để được hỗ trợ chuyển thẻ căn cước công dân về địa chỉ mới, người dân có thể liên hệ đến đường dây nóng 1900 54 54 81 hoặc đến bưu cục gần nhất để tìm hiểu thêm thông tin.

Nguồn: Báo Tin tức  
Ngày đăng: 23/11/2021

Mục: Kinh tế

### Hỗ trợ tiêu thụ nông sản qua gian hàng số

Hơn 254.000 nhà cung cấp là các hộ sản xuất nông nghiệp đã được Tổng Công ty Bưu điện Việt Nam (Vietnam Post) hỗ trợ mở gian hàng số trên sàn thương mại điện tử Postmart.vn, tiêu thụ gần 1.000 tấn nông sản.



Hỗ trợ nông dân mở gian hàng số trên sàn thương mại điện tử.

Với tinh thần đồng hành cùng các hộ sản xuất nông nghiệp trên cả nước tháo gỡ khó khăn trong việc tiêu thụ nông sản, phục hồi kinh tế hộ gia đình, Vietnam Post đã và đang tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động hỗ trợ nông dân mở gian hàng số trên sàn thương mại điện tử Postmart.vn.

Từ khi làn sóng COVID -19 lần thứ tư bùng phát, hơn 254.000 nhà cung cấp là các hộ sản xuất nông nghiệp đã được Vietnam Post hỗ trợ mở gian hàng số trên sàn Postmart.vn, qua đó hỗ trợ tiêu thụ gần 1.000 tấn nông sản, đặc biệt là trái cây, rau củ tươi. Điển hình như na Lạng Sơn tiêu thụ gần 100 tấn, nhãn Đồng Tháp, Hưng Yên tiêu thụ được gần 300 tấn, bưởi Phúc Trạch (Hà Tĩnh) đạt 163 tấn...

Ông Phan Trọng Lê, Trưởng Ban Nghiên cứu và Phát triển thương hiệu của Vietnam Post cho biết, trung bình mỗi ngày, lượng truy cập vào sàn Postmart.vn đạt gần 10.000 lượt, tăng mạnh so với trước. Đa số người tiêu dùng truy cập và lựa chọn mua các sản phẩm nông sản trái cây, đặc sản chính vụ của các địa phương.

Theo các chuyên gia kinh tế, phương thức tiêu thụ nông sản hoàn toàn mới này không chỉ giúp người nông dân giải quyết bài toán đầu ra cho sản phẩm trong dịch mà sẽ mở ra một hướng tiêu thụ nông sản mới, hiệu quả và bền vững hơn trong thời gian tới.

Ông Chu Quang Hào, Tổng Giám đốc Vietnam Post nhận định, từ nay đến cuối năm là "thời điểm vàng" tiêu thụ hàng hóa, nông sản cho người dân, khi nhu cầu mua nông sản của người

tiêu dùng tăng cao, đặc biệt vào các dịp lễ Tết, khối lượng giao dịch có thể tăng 200% so với những ngày thường.

Vietnam Post đã xây dựng luồng ưu tiên cho việc vận chuyển các sản phẩm nông sản để đảm bảo thời gian vận chuyển và chất lượng trái cây vẫn tươi ngon; bố trí khu vực bảo quản đảm bảo tiêu chuẩn để lưu trữ các sản phẩm nông sản trong quá trình chờ vận chuyển.

Nguồn: ICT News  
Ngày đăng: 23/11/2021

Mục: Cuộc sống số

### **Đưa cam chất lượng cao giá “mềm” lên sàn Postmart, Vở Sò**

**Nhiều loại cam chất lượng cao đang được bán trên các sàn thương mại điện tử (TMĐT) Postmart.vn và Voso.vn với mức giá khá “mềm”. Một phần là nhờ người bán đã được chủ sàn áp dụng nhiều chính sách ưu đãi.**

### **Đưa cam chất lượng cao lên sàn Postmart, Vở Sò**

Mùa vụ cam hàng năm thường được bắt đầu từ tháng 9 và kéo dài đến tháng 3 - 4 năm sau. Những ngày này, tại nhiều địa phương, cam đang vào vụ thu hoạch chính với sản lượng dự kiến rất lớn.



*Cam đang vào vụ thu hoạch chính với sản lượng dự kiến rất lớn.*

Và các sàn thương mại điện tử Postmart (của Tổng Công ty Bưu điện Việt Nam - Vietnam Post), Vở Sò (của Tổng Công ty Cổ phần Bưu chính Viettel - Viettel Post) đã triển khai nhiều hoạt động hỗ trợ người nông dân nói chung và các hộ sản xuất nông nghiệp trồng cam trên toàn quốc có một hướng tiêu thụ mới, tránh ùn ứ nông sản khi vào cao điểm mùa thu hoạch, không bị phụ thuộc vào thương lái, nâng cao giá trị nông sản.

Trao đổi với chúng tôi, đại diện của Bưu điện Việt Nam cho biết, tại 63 tỉnh, thành phố trên khắp cả nước, Bưu điện Việt Nam đều đã triển khai việc hỗ trợ nông dân đưa nông sản, trong đó có các loại cam, lên sàn TMĐT Postmart.vn. Việc tiêu thụ loại trái cây này qua sàn TMĐT khá tốt, nhất là với những loại cam đã có thương hiệu, là đặc sản của các địa phương.

Chỉ tính từ tháng 9 đến nay, Bưu điện Việt Nam đã hỗ trợ tiêu thụ hơn 150 tấn cam các loại, điển hình như gần 40 tấn cam Hà Giang, hơn 15 tấn cam Tuyên Quang, hơn 13,5 tấn cam Cao Phong - Hòa Bình, hơn 10 tấn cam Nam Đông - Thừa Thiên Huế...

Sàn Postmart.vn không giới hạn các sản phẩm đạt tiêu chuẩn chất lượng cao của các nhà cung cấp, các hộ sản xuất giới thiệu trên sàn. Tùy vào từng thời điểm thu hoạch, các loại nông sản nói chung và cam sẽ được các nhà cung cấp chủ động giới thiệu trên sàn. Tại thời điểm này, một số loại cam đang vào vụ có lượng đơn hàng lớn như: cam sành Tuyên Quang, cam Cao Phong - Hòa Bình, cam Nam Đông - Huế, cam Hà Giang, cam Khe Mây - Hà Tĩnh, cam Văn Chấn - Lào Cai... Trong đó có tới 20 sản phẩm của các nhà cung cấp đạt OCOP 3 sao trở lên.

*“Hình ảnh người Bru điện trong sắc áo vàng xen lẫn với màu vàng của những trái cam mọng nước, tươi ngon đã dần trở nên quen thuộc tại các vườn cam khi đồng hành cùng người nông dân không chỉ trong việc tiêu thụ mà còn từ khâu thu hoạch, đóng gói và vận chuyển”,* đại diện Bru điện Việt Nam chia sẻ.

Tương tự, thực hiện sứ mệnh nâng tầm nông sản Việt, Viettel Post đã hợp tác với rất nhiều địa phương để tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp nói chung và đặc sản cam nói riêng. Có thể kể đến các tỉnh như Hoà Bình, Hà Giang, Hà Tĩnh, Tiền Giang, Vĩnh Long, Thái Bình, Đồng Tháp,...

Trên sàn TMĐT Vò Sò (Voso.vn) đang kinh doanh đa dạng loại cam như: cam Hoà Bình, cam sành Hà Giang, cam Vũ Quang - Hà Tĩnh, cam Cẩm Yên - Hà Tĩnh, cam xoàn Tiền Giang, cam sành Trà Ôn - Vĩnh Long, cam sành Thái Bình, cam xoàn Lai Vung - Đồng Tháp, cam sành Hậu Giang, cam sành Đăk Glong - Đắc Nông, cam xoàn ngọt Bến Tre...

### **Giá “mềm” vì có nhiều chính sách ưu đãi**

Với mong muốn đẩy mạnh tiêu thụ cam và đảm bảo mức lợi nhuận cho người nông dân, giá cam trên Voso.vn có mức phù hợp, chuẩn giá tận vườn, một số loại cam còn được tạo combo “mua nhiều - giảm lớn” để người tiêu dùng được hưởng mức giá tốt nhất.

Trong đó, cam Cao Phong có giá nhập tại vườn dao động từ 25.000 – 30.000 đồng/kg. Khi xuống đến chợ, một kg cam ngon sẽ được bán từ 45.000 - 50.000 đồng tùy cửa hàng. Trong khi đó, trên sàn Voso.vn, cam Cao Phong được bán với giá từ 29.000 đồng/kg.

Đáng chú ý, trên sàn TMĐT Voso.vn, các sản phẩm cam được ưu đãi đồng giá vận chuyển chỉ từ 15.000 đồng. Sàn này còn xây dựng chương trình khuyến mãi “Flash sale” mua cam chính gốc chỉ 1.000 đồng/kg để thu hút sự quan tâm của người tiêu dùng.

Trên Postmart.vn, giá cam hiện tại so với thị trường chợ, siêu thị truyền thống cũng được đánh giá ở mức rất hợp lý, bởi sàn TMĐT này hoạt động trên nguyên tắc người bán cung cấp hàng hóa tới tận tay khách hàng chứ không thông qua bất kì khâu trung gian nào. Chính vì vậy, giá thành và chất lượng sản phẩm luôn được ưu đãi, đảm bảo nhất khi tới tay người dùng.

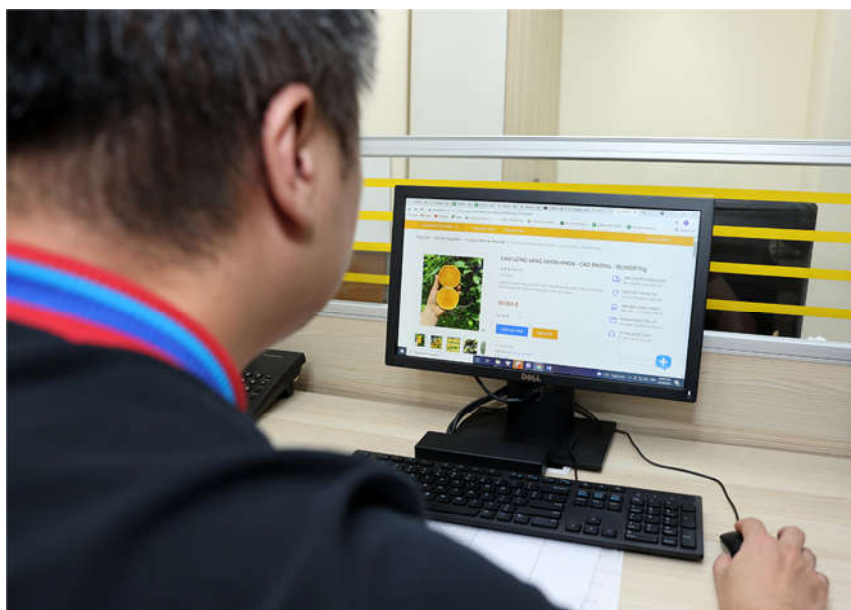
Riêng chi phí vận chuyển, Bru điện Việt Nam vẫn tiếp tục áp dụng các chính sách ưu đãi tốt nhất, thời gian vận chuyển nhanh nhất để đảm bảo cam được chuyển đến người tiêu dùng tươi ngon như vừa thu hoạch tại vườn.

### **Đảm bảo “chuẩn ngon” khi tới tay người tiêu dùng**

Theo tìm hiểu của chúng tôi, muốn hiện diện trên các sàn Vò Sò, Postmart, các sản phẩm cam đều phải đáp ứng khá nhiều tiêu chí, tiêu chuẩn để có thể đảm bảo “chuẩn ngon” khi tới tay người tiêu dùng.

Chẳng hạn, sản phẩm cam của các hộ sản xuất nông nghiệp khi đưa lên sàn TMĐT Postmart.vn đều có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, được các cơ quan chức năng chứng nhận đạt tiêu chuẩn, quy định về nguồn gốc xuất xứ, chất lượng, thương hiệu. Trong đó, nhiều sản phẩm đạt chứng nhận tiêu chuẩn VietGap, OCOP....





*Trên sàn Postmart.vn hiện có hàng chục sản phẩm cam của các nhà cung cấp đạt OCOP 3 sao trở lên.*

Các hợp tác xã, hộ nông dân cần đáp ứng yêu cầu về chất lượng quả, kích thước loại quả, màu sắc, hương vị, hàm lượng dinh dưỡng... Ngoài ra, các hộ sản xuất nông nghiệp cũng phải đảm bảo các quy chuẩn về môi trường, thuốc bảo vệ thực vật, bao bì, tem nhãn, cách đóng gói, bảo quản, vận chuyển....

Còn để đưa sản phẩm cam lên sàn Voso, về chất lượng, cam cần đạt hương vị chua ngọt tự nhiên đặc trưng của giống cam đó; được chăm sóc tự nhiên, không chất bảo quản, không thuốc trừ sâu, đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm... Đặc biệt, cam cần được cam kết chính gốc của nơi trồng giống cam đó, không trộn lẫn cam nhái, cam kém chất lượng.

Về đóng gói, các hộ nông dân/hợp tác xã cần đảm bảo có quy trình đóng gói và bảo quản chín chu, cẩn thận để cam khi vận chuyển giữ được vị tươi ngon. Đồng thời cũng cần đảm bảo về quy trình chăm sóc cam, nguồn gốc cam, nếu cam đạt tiêu chuẩn OCOP, VietGAP thì cần có giấy phép xác nhận kèm theo.

Một điểm cần lưu ý, cam là loại nông sản cần đặc biệt quan tâm về độ tươi ngon, chỉ cần sơ sẩy một chút, để cam xuống mã là giá trị đã giảm rất nhiều, có thể ảnh hưởng tới uy tín của thương hiệu sản phẩm cam.

Hiểu được điều này, nhiều giải pháp đã được các doanh nghiệp bu chính – chủ sàn thương mại điện tử Vò Sò, Postmart triển khai nhanh chóng.

*“Đối với từng loại nông sản có đặc tính khác nhau thì phương thức bảo quản, đóng gói để vận chuyển đi tiêu thụ cũng sẽ khác nhau. Mục tiêu hàng đầu của sàn TMĐT Postmart.vn là đưa nông sản đến tận tay người tiêu dùng với chất lượng tốt nhất trong thời gian nhanh nhất. Điều quan trọng nhất là khâu sơ chế và đóng gói. Cam sau khi được thu hoạch cần được cắt cuống vừa phải để không đâm vào những trái khác trong quá trình vận chuyển, nhưng cũng không cần cắt quá sâu vì có thể khiến cam bị bay nước, nhanh khô. Cam cần được bảo quản phù hợp nhất trong các loại thùng giấy hoặc thùng nhựa có lỗ thông hơi, đây cũng là một điểm khác biệt so với nhiều loại nông sản khác như vải, nhãn, na... cần đựng trong thùng xốp để tránh dập nát”, đại diện sàn Postmart.vn chia sẻ kinh nghiệm.*

Còn theo kinh nghiệm của sàn Vò Sò, để đảm bảo độ tươi ngon của cam, Viettel Post cùng Voso.vn kết hợp với bà con nông dân đưa ra quy trình đóng gói và bảo quản chuyên nghiệp

nhất. Cam được hái vỏ tươi, mịn, lau sạch, xếp trong các thùng, hộp xốp chống va đập. Trong quá trình vận chuyển, Viettel Post cũng đảm bảo các hình thức vận chuyển nông sản nhanh chóng để cam đạt chất lượng tốt nhất khi đến tay người tiêu dùng.

**Bình Minh**

Nguồn: Báo ĐT Đảng cộng sản

Ngày đăng: 22/11/2021

Mục: Kinh tế

### **Công nhận Kho ngoại quan của Bưu điện Việt Nam tại Hà Nam**

**Mới đây, Tổng cục Hải quan đã ban hành Quyết định 2993/QĐ-TCHQ ngày 16/11/2021 công nhận Kho ngoại quan đặt tại Hà Nam của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam (Vietnam Post). Đây là kho ngoại quan mô hình cung ứng VMI (Vendor Managed Inventory) hiện đại bậc nhất Việt Nam.**

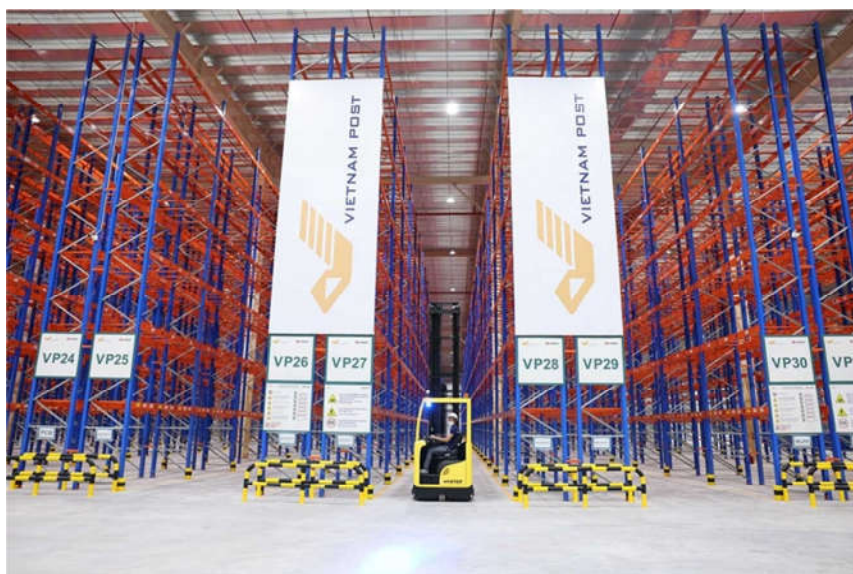


Bên ngoài kho ngoại quan của Bưu điện Việt Nam tại Vĩnh Phúc

Với tổng diện tích gần 46.000m<sup>2</sup>, cơ sở hạ tầng về an ninh đạt tiêu chuẩn cao nhất toàn cầu TAPA A, kho ngoại quan Hà Nam sẽ đóng vai trò quan trọng trong quản lý Logistics và chuỗi cung ứng toàn diện cho DELL - hãng công nghệ lớn nhất trên thế giới, cùng một số hãng công nghệ cao cũng như các doanh nghiệp FDI điện tử, góp phần thu hút các nhà đầu tư, doanh nghiệp nước ngoài.

Cùng với kho ngoại quan Vĩnh Phúc, kho Hà Nam là dự án tham vọng nhất của Bưu điện Việt Nam tính đến thời điểm hiện tại, là nền móng, kiểu mẫu phát triển chuỗi kho ngoại quan nói riêng và hệ thống kho bãi nói chung, góp phần hình thành hệ sinh thái Logistics nội địa và xuyên biên giới.

Theo kế hoạch, đến năm 2025, Vietnam Post sẽ mở rộng hệ thống kho ngoại quan đạt 10ha, kho thương mại điện tử tại các vùng kinh tế trọng yếu đạt hơn 15ha, hệ thống trung tâm phân phối hàng hóa khoảng 10h. Mỗi kho bãi này đều được nghiên cứu, thiết kế và xây dựng một cách bài bản, chi tiết theo tiêu chuẩn toàn cầu để tối ưu hóa công năng sử dụng, góp phần kết nối vận chuyển hàng hóa nội địa và xuất nhập khẩu tốt nhất. Các vị trí đặt kho cũng được đơn vị tính toán kỹ lưỡng và tích cực làm việc với các cơ quan liên quan để đảm bảo thuận tiện trong giao dịch, đảm bảo tính kết nối cao. Từ đó tối ưu hóa các quy trình luân chuyển hàng hóa, giảm thiểu đáng kể chi phí logistics cho khách hàng.



Trước đó, Vietnam Post đã đưa vào vận hành kho ngoại quan tại Vĩnh Phúc

Thông qua việc đưa vào vận hành các kho ngoại quan tại Vĩnh Phúc và Hà Nam, Bưu điện Việt Nam đã và đang tiến từng bước mạnh mẽ trong lĩnh vực logistic, khẳng định vị thế của doanh nghiệp bưu chính quốc gia trong cung cấp logistics chất lượng cao hàng đầu tại Việt Nam, góp phần nâng cao năng lực logistics quốc gia.

Nguồn: Báo Dân Việt  
Ngày đăng: 24/11/2021

Mục: Nhà nông

## **Bắc Giang: "Kho vàng" 85.000 tấn đang vàng rực trên đồi, nông dân kết nối muôn nơi tiêu thụ**

Để tiêu thụ thuận lợi sản lượng lớn cam, bưởi đang bắt đầu vào vụ thu hoạch, tỉnh Bắc Giang đã và đang kết nối với các sàn thương mại điện tử để xúc tiến tiêu thụ.

### **Bắc Giang: Cam, quýt chín vàng trên đồi**

Nông dân tỉnh Bắc Giang đang bước vào những ngày đầu của vụ thu hoạch cam, bưởi với sản lượng cam các loại đạt 48.000 tấn, bưởi các loại 37.000 tấn (trong đó tại huyện Lục Ngạn khoảng 38.000 tấn cam lòng vàng; 15.000 tấn bưởi các loại).

Phần lớn lượng cam và bưởi được sản xuất theo quy trình VietGAP, chất lượng quả cao, đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm.

Theo ông Phan Thế Tuấn - Phó Chủ tịch UBND tỉnh Bắc Giang, tỉnh có tiềm năng lớn về phát triển nông nghiệp với tập đoàn cây ăn quả phong phú, đa dạng, nhiều sản vật nông nghiệp đặc trưng, nổi tiếng, đặc biệt là vải thiều.

Tổng đàn vật nuôi lớn, luôn nằm trong top 5 tỉnh dẫn đầu cả nước về chăn nuôi lợn, gà. Hiện nay, cam, bưởi và một số nông sản của tỉnh bắt đầu cho thu hoạch.

Lãnh đạo tỉnh cam kết tạo mọi điều kiện thuận lợi nhất hỗ trợ người dân, doanh nghiệp, thương nhân thu hoạch, chế biến, lưu thông và tiêu thụ cam, bưởi, na, thịt lợn, thịt gà...



Lãnh đạo tỉnh Bắc Giang cùng một số đại biểu thăm gian hàng trưng bày nông sản tại huyện Lục Ngạn. Ảnh: B.B.G

Ông Tuấn cho biết, những tháng cuối năm 2021 và dịp Tết Nguyên đán Nhâm Dần 2022, Bắc Giang có nhiều loại nông sản với sản lượng cao, đủ cung cấp ra thị trường, phục vụ nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng.

Ngoài 85.000 tấn cam, bưởi các loại, Bắc Giang còn có khoảng 4.000 tấn na.

Bên cạnh đó, tỉnh có vùng trồng rau chế biến, rau an toàn trên 11.000ha, sản lượng trên 230.000 tấn đủ năng lực cung cấp cho các nhà máy chế biến nông sản, các siêu thị trong và ngoài tỉnh, cũng như đã xuất khẩu đi các nước Trung Đông, Đông Âu, Nga, Nhật Bản...

### **Bắc Giang tính đưa nông sản lên sàn**

Ông Phan Thế Tuấn kỳ vọng, sẽ có nhiều hợp đồng liên kết chuỗi từ sản xuất đến tiêu thụ nông sản chủ lực của tỉnh và mong muốn sẽ được đón nhiều du khách đến trải nghiệm cây ăn quả tại địa phương.

Ông Phan Trọng Lê - Trưởng ban Nghiên cứu Phát triển và Thương hiệu - Tổng Công ty Bưu điện Việt Nam cho biết, từ đầu năm 2021 đến nay, Bưu điện Việt Nam, sàn thương mại điện tử Postmart.vn đã hỗ trợ tiêu thụ hàng nghìn tấn nông sản của bà con nông dân Sóc Trăng, Quảng Bình, Hải Dương, Hưng Yên, Bắc Giang, Đồng Tháp, Hà Giang, Hòa Bình...

Đặc biệt năm nay, mùa vải thiều Bắc Giang đã vô cùng thành công khi có hàng nghìn tấn vải được đưa tới tay khách hàng trên toàn quốc qua các sàn thương mại điện tử, trong đó có Postmart.

Đợt này, Postmart sẽ tiếp tục đồng hành cùng Bắc Giang tiêu thụ cam, bưởi trên sàn thương mại điện tử.

Tại diễn đàn kết nối tiêu thụ nông sản của tỉnh Bắc Giang được tổ chức mới đây, Thứ trưởng Bộ Công Thương Đỗ Thắng Hải khẳng định, Bộ Công Thương sẽ tiếp tục phối hợp với các bộ, ngành, địa phương, doanh nghiệp kết nối giao thương, phát triển sản phẩm, thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại, quảng bá thương hiệu nhằm đảm bảo việc lưu thông, xuất khẩu nông sản được thông suốt.

Mới đây, Hội Nông dân tỉnh Bắc Giang cũng đã có công văn đề nghị Trung tâm Hỗ trợ nông dân, nông thôn (Trung ương Hội Nông dân Việt Nam) quan tâm phối hợp với các cơ quan truyền thông của Trung ương tuyên truyền, giới thiệu, quảng bá các sản phẩm cam, bưởi và các nông sản chủ lực của tỉnh Bắc Giang; phối hợp tổ chức các hoạt động liên kết với các sàn giao dịch thương mại điện tử, các trung tâm thương mại, các siêu thị, các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân... hỗ trợ tiêu thụ các sản phẩm nông sản của Bắc Giang.

Hội Nông dân các tỉnh, thành phố tuyên truyền, giới thiệu, quảng bá sản phẩm cam, bưởi và các nông sản chủ lực của tỉnh Bắc Giang...

Nguồn: Doanh nghiệp Việt Nam

Ngày đăng: 23/11/2021

Mục: Chuyển đổi số

### **Người nông dân gặp khó khi tiếp cận sàn thương mại điện tử**

**Đại dịch COVID-19 đã khiến người nông dân dần thay đổi tư duy, bắt đầu chủ động tham gia sàn thương mại điện tử (TMĐT). Tuy nhiên, việc bán nông sản trên môi trường số còn đứng trước nhiều thách thức.**

#### **Không biết đến công nghệ số dễ đi vào thế "mắc kẹt"**

Bà Nguyễn Thị Thi - Phó Giám đốc Trung tâm Hỗ trợ nông dân, nông thôn TƯ Hội Nông dân Việt Nam cho biết, trong bối cảnh dịch COVID-19 có nhiều phức tạp như hiện nay, việc đẩy mạnh tiêu thụ nông sản tại thị trường nội địa là rất quan trọng với người nông dân.

Không ít nông dân cho rằng với xu hướng thị trường hiện nay nếu không biết đến công nghệ số thì rất dễ đi vào thế kẹt, lặp lại tình trạng cung vượt cầu, hàng dội chợ, hoặc trong khi nơi khác cần nhưng nông dân không thể bán. Cũng nhờ đăng tin bán hàng online, tham gia giới thiệu sản phẩm qua sàn TMĐT nên nhiều mặt hàng nông sản của nhiều địa phương có thêm đầu ra trong giai đoạn dịch bệnh.

Sau đợt dịch vừa qua, một số nông dân có tư tưởng tiên bộ đã có ý thức mở rộng kênh tiêu thụ, chủ động tham gia sàn giao dịch TMĐT. Đây cũng là xu hướng tiêu dùng hiện nay.

Tuy nhiên, theo bà Thi, vẫn còn nhiều nông dân thờ ơ, duy trì hoạt động sản xuất, tiêu thụ theo tập quán cũ, sản phẩm thu hoạch xong vẫn nằm ngoài đồng chờ thương lái đến thu mua; còn thụ động trong việc tiếp cận các kênh phân phối hiện đại.

Dù tiêu thụ qua các sàn TMĐT có nhiều lợi thế nhưng các hộ nông dân tham gia kênh tiêu thụ này chưa nhiều. Một số sản phẩm tham gia nhưng số lượng nhỏ lẻ, chất lượng chưa đồng đều, đóng gói, bảo quản còn hạn chế...



*Theo ông Vi Nong Truong - Chủ tịch UBND huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn, bán hàng trên môi trường số còn nhiều thách thức.*

Cũng đề cập đến khó khăn của việc bán nông sản trên môi trường số, ông Vi Nong Truong - Chủ tịch UBND huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn cho biết, trình độ dân trí chưa đồng đều nên trong công tác triển khai cài đặt, sử dụng các nền tảng số rất khó khăn. Người dân chưa quen với việc tiêu thụ nông sản qua các sàn TMĐT. Với cách buôn bán truyền thống, thương lái có thể vào tận nhà đặt hàng từ khi các sản phẩm còn đang thụ phấn, ra hoa, chăm sóc cho đến khi

kết trái và thu hoạch. Người dân cũng chưa quen với hình thức thanh toán điện tử nên vẫn phải thực hiện công tác tuyên truyền.

Việc thanh toán các đơn hàng có giá trị cao gặp khó khăn do phải ra ngân hàng huyện cách xa nhà người dân. Thêm vào đó là thách thức trong công tác vận chuyển hàng hóa khi chuỗi cung ứng đứt gãy bởi COVID-19. Một số lái xe của các đơn vị cung ứng dịch vụ phải cách ly do mắc COVID-19, dẫn đến nhiều đơn hàng phải trả lại, gây khó khăn không nhỏ cho người dân.

### **Cần sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị**

Theo bà Thi, chuyển đổi số trong lĩnh vực nông nghiệp là một trong những nội dung quan trọng hiện nay để đạt được mục tiêu chương trình chuyển đổi số quốc gia. Thời gian qua, Chính phủ cùng các bộ, ngành, địa phương đã có nhiều chính sách hỗ trợ, ưu đãi về thuế, đất đai, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế xuất nhập khẩu, thuế sử dụng đất phi nông nghiệp của các dự án đầu tư công nghệ...

Dưới góc nhìn của DN hỗ trợ đưa bà con nông dân lên sàn TMĐT, ông Phan Trọng Lê - Trưởng Ban Nghiên cứu và Phát triển thương hiệu, Tổng Công ty Bưu điện Việt Nam cho biết, chuyển đổi số trong lĩnh vực nông nghiệp khó hơn so với các ngành khác vì đối tượng tiếp cận là bà con nông dân không chỉ hạn chế về tiếp cận thông tin, phương tiện công nghệ, mà còn hạn chế về nhận thức.

Thời gian vừa qua, cơ quan quản lý Nhà nước đã đưa ra các chính sách hỗ trợ chuyển đổi số trong lĩnh vực nông nghiệp. Đã có sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị, bao gồm các bộ: Công Thương, Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Thông tin và Truyền thông; các hiệp hội như Hội Nông dân, Liên minh Hợp tác, Hội Phụ nữ; UBND các tỉnh, sở ban ngành cũng như chính quyền cấp xã. Bên cạnh đó còn có sự vào cuộc của các DN, của các sàn TMĐT nhằm hỗ trợ bà con làm quen với hình thức kinh doanh mới.

"Sự vào cuộc này khác với các chính sách thông thường làm trước đây, tức là tạo điều kiện thuận lợi nhất mà chúng tôi gọi là những "cần câu cơm", bao gồm việc đào tạo cho bà con thay đổi cách làm", ông Lê đánh giá.

Theo đó, không chỉ là đào tạo cho bà con như thế nào để có thể đưa các sản phẩm lên sàn TMĐT, trên các kênh online mà còn đào tạo để bà con nhận thức thấy việc sản xuất ra sản phẩm phải đáp ứng các tiêu chí, yêu cầu về chất lượng để đáp ứng nhu cầu rộng hơn với yêu cầu cao hơn. Từ đó, bà con cũng phải có ý thức trách nhiệm trong việc làm ra sản phẩm, uy tín gắn với sản phẩm đó, từ đó nâng cao việc xây dựng thương hiệu.

"Như vậy, rõ ràng chính sách rất mềm nhưng đã đi vào bản chất vấn đề là nâng tầng lớp gần như thấp nhất về mặt trình độ, tiếp cận công nghệ, công nghệ thông tin lên tầm cao mới. Chúng tôi cho rằng đây là những chính sách hay và mới trong giai đoạn vừa qua, qua đó góp phần thay đổi nhận thức cho bà con nông dân", ông Lê đánh giá.





*Nhân viên sàn TMĐT và Đoàn thanh niên cơ sở hỗ trợ đóng gói na cho bà con Chi Lăng tiêu thụ trên sàn TMĐT.*

Ở góc độ chính quyền địa phương, ông Vi Nông Trường - Chủ tịch UBND huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn cho biết, dù đối mặt với nhiều khó khăn, nhưng nhận thức được tầm quan trọng của việc bán hàng trên môi trường số, đến nay, Chi Lăng đã mở trên 8.000 tài khoản cho bà con. Với bước đi này, bà con đã tiếp cận được với hình thức kinh doanh mới trong bối cảnh COVID-19 diễn biến phức tạp thời gian vừa qua, đặc biệt vào thời điểm chưa có Nghị quyết 128 của Chính phủ, nhiều chuỗi cung ứng bị đứt gãy, thương lái lo lắng về tình hình dịch bệnh.

"Thông qua các sàn TMĐT, trong mùa na vừa qua, chúng tôi đã tiêu thụ được trên 60.000 tấn na với tổng giá trị 2,6 tỷ đồng. Quan trọng nhất là không để dịch bệnh lây lan trên địa bàn. Với việc bán hàng trên sàn TMĐT, không chỉ sản phẩm na, nhiều sản phẩm khác của huyện cũng đã được đông đảo người dân biết đến và đặt hàng", ông Trường kể.

Theo ông Trường kết quả này có được từ cách thức tuyên truyền thông qua việc thành lập các tổ công nghệ số tại từng thôn, bản. Tối thiểu, các tổ này làm nhiệm vụ tuyên truyền cho bà con về các hoạt động bán hàng trên sàn TMĐT. Ngoài ra, Chi Lăng còn lồng ghép trong các cuộc sinh hoạt của thôn, bản, các chi hội để tuyên truyền rộng rãi đến người dân.

Đến nay, đã có sự kết nối tốt giữa các cán bộ, chuyên gia của các sàn TMĐT với người dân. Người dân hào hứng thực hiện chuyển đổi khi nông sản bán trên sàn TMĐT có giá gấp đôi so với mức giá ở chợ truyền thống.

"Điều quan trọng nhất, không những người dân đã vượt qua lũy tre làng mà còn kết nối tình yêu thương, tình làng nghĩa xóm, ở đâu cũng thấy nói về kinh tế số, trao đổi kinh nghiệm về bán hàng online. Tôi cho rằng đây là những kết quả hết sức tích cực và thành công tại Chi Lăng", ông Trường nói.

### **Vai trò "bà đỡ" của chính quyền**

Ông Phan Trọng Lê cho rằng, trong câu chuyện hỗ trợ bà con chuyển đổi số hiện nay, điều quan trọng nhất là chính quyền các cấp phải thực hiện vai trò "bà đỡ" cho bà con, thông qua các cơ chế chính sách.

Trong giai đoạn hiện nay, phải sản xuất theo chuỗi, phải liên kết từ khâu sản xuất, lưu thông đến chế biến và tiêu thụ. Để thực hiện nội dung này, cần thành lập các tổ HTX, HTX để thực hiện chuỗi.

Với việc bà con còn thiếu kiến thức về marketing, cũng như mẫu mã, nhãn hàng và kể cả cấp mã số vùng trồng phù hợp với các địa phương, với thị trường, cần có những hỗ trợ và cú huých ban đầu. Khi người dân có thu nhập rồi mới đề nghị bà con chung tay.



*Ông Phan Trọng Lê - Trưởng Ban Nghiên cứu và Phát triển thương hiệu, Tổng Công ty Bưu điện Việt Nam đánh giá vai trò quan trọng của chính quyền cao cấp trong việc hỗ trợ bà con chuyển đổi số.*

Ngoài ra, theo ông Lê, hiện bà con nông dân Chi Lăng mới tham gia 2 sàn TMĐT là Vò Sò và Postmart. Do đó, tiến tới cần phải tuyên truyền, khuyến khích bà con tham gia các sàn TMĐT khác bởi kinh tế thị trường sẽ có cạnh tranh. Từ đó, bà con chọn được gian hàng TMĐT phù hợp nhất để bán được nhanh nhất, nhiều nhất và giá cao nhất.

Ở góc độ các sàn TMĐT, ông Lê cho biết, Postmart sẽ thường xuyên cập nhật các tính năng mới làm sao cho thân thiện hơn, gần gũi hơn, dễ sử dụng hơn, đáp ứng trình độ của người dân ở các vùng miền khác nhau. Thậm chí tại các tỉnh biên giới phía Bắc, Tây Nguyên còn có đồng bào nói tiếng dân tộc, Postmart phải có chương trình đào tạo chuyên biệt để bà con nắm được.

"Chúng tôi cũng xây dựng hệ sinh thái, các công cụ số, sản phẩm số kết hợp với các đối tác khác để làm sao khi bà con lên trên nền tảng TMĐT bán hàng sẽ được kết nối sang các nền tảng khác, qua đó có thể bán đồng thời ở nhiều kênh. Các sàn phải có sự liên kết để tăng sản phẩm trên sàn, qua đó giúp được bà con nhiều hơn", ông Lê kiến nghị.

Ngoài ra, các sàn TMĐT cần phải nâng cấp, cải thiện hơn về điều kiện giao hàng, nâng cao chất lượng chuyên phát để đáp ứng nhu cầu thị trường. Các sàn cũng cần kết nối các chuỗi cung ứng để có thể kết nối được nhiều nhu cầu khác nhau, không chỉ kết nối nhu cầu giữa cá nhân với cá nhân mà còn kết nối nhu cầu giữa các cá nhân với DN, với các tổ chức trong và ngoài nước để mở rộng thị trường tiêu thụ cho bà con.

Trong khi đó, theo ông Vi Nông Trường, qua quá trình cùng tiếp cận với các chuyên gia kỹ thuật và qua trao đổi với người dân, bà con mong muốn các sàn TMĐT tập trung hướng dẫn người dân kỹ thuật đăng tải ảnh đảm bảo trung thực, quảng bá đúng hình ảnh sản phẩm.

Liên quan đến chất lượng sản phẩm, huyện Chi Lăng đã chỉ đạo các nhà vườn thực hiện tem truy xuất, loại bỏ tình trạng luống rau để nhà ăn và luống rau mang ra chợ.

Các sản phẩm nông nghiệp phải đáp ứng tiêu chuẩn của VietGap và GlobalGAP để không những tiêu thụ ở thị trường trong nước mà sau này các đơn hàng trên sàn TMĐT còn hướng đến thị trường khu vực và quốc tế với những sản phẩm nổi trội.

Nguyệt Minh

Nguồn: Báo Đảng Cộng sản

Ngày đăng: 23/11/2021

Mục: BHXH

<https://dangcongsan.vn/bao-hiem-xa-hoi-bao-hiem-y-te-vi-an-sinh-xa-hoi/tuyen-quang-ra-quan-tuyen-truyen-van-dong-nguoi-dan-tham-gia-bhxh-tu-nguyen-bhyt-597677.html>

**Tuyên Quang: Ra quân tuyên truyền, vận động người dân tham gia BHXH tự nguyện, BHYT**

**Lễ ra quân được thực hiện tiếp sóng trực tuyến tại điểm cầu tại BHXH các huyện. Với kết quả trong ngày đầu ra quân có gần 350 người tham gia BHXH tự nguyện, trên 300 người tham gia BHYT.**



BHXH tỉnh Tuyên Quang và Bưu điện tỉnh trước giờ ra quân

Ngày 13/11/2021, BHXH tỉnh Tuyên Quang, phối hợp với Bưu điện tỉnh tổ chức Lễ ra quân tuyên truyền, vận động người dân tham gia BHXH tự nguyện, BHYT. Lễ ra quân được thực hiện tiếp sóng trực tuyến tại điểm cầu tại BHXH các huyện. Với kết quả trong ngày đầu ra quân có gần 350 người tham gia BHXH tự nguyện, trên 300 người tham gia BHYT.

Lễ ra quân được tổ chức trên phạm vi toàn tỉnh Tuyên Quang với chủ đề “Bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế - Vì an sinh xã hội, vì hạnh phúc muôn nhà”. Đây là đợt ra quân trong chiến dịch nước rút, phấn đấu hoàn thành các chỉ tiêu về phát triển người tham gia BHXH, BHYT được UBND tỉnh Tuyên Quang và BHXH Việt Nam giao năm 2021, đồng thời tuyên truyền, vận động để mọi người dân trên địa bàn tỉnh đồng lòng, ủng hộ, tích cực, hưởng ứng tham gia BHXH tự nguyện, BHYT đảm bảo an sinh xã hội, ổn định cuộc sống.

Phát biểu tại buổi lễ, lãnh đạo BHXH tỉnh Tuyên Quang đã đánh giá cao sự phối hợp của Bưu điện tỉnh trong việc phát triển người tham gia BHXH tự nguyện. Bưu điện tỉnh Tuyên Quang là đơn vị đồng hành cùng ngành BHXH trong việc hoàn thành mục tiêu mà Nghị quyết 28/NQ-TW đã đề ra. Trong thời gian qua, Bưu điện tỉnh Tuyên Quang đã có những đóng góp hết sức quan trọng trong việc phát triển đối tượng tham gia BHXH tự nguyện. Các Bưu cục, điểm Bưu điện văn hóa xã của Bưu điện tỉnh đã thực sự là “Cánh tay nối dài” của ngành BHXH trong việc tuyên truyền, vận động, giúp người dân nhận thức được tầm quan trọng và quyền lợi khi tham gia BHXH tự nguyện. Lễ ra quân của 2 ngành ngày hôm nay, đã khẳng định vai trò thực sự của đoàn viên xung kích, đi đầu trong công tác thông tin, truyền thông đưa chính sách BHXH đến với đông đảo quần chúng nhân dân trong tỉnh.



BHXH huyện Yên Sơn và Bru điện huyện trước giờ ra quân

Hưởng ứng Lễ ra quân, lãnh đạo Bru điện tỉnh Tuyên Quang đã yêu cầu Bru điện các huyện, thành phố phối hợp chặt chẽ với cơ quan BHXH triển khai tuyên truyền chính sách BHXH tự nguyện bảo đảm an toàn, thiết thực và hiệu quả. Tiếp tục triển khai đồng bộ các giải pháp tuyên truyền, vận động, phát triển người dân tham gia BHXH tự nguyện, quyết tâm hoàn thành mục tiêu phát triển BHXH tự nguyện tại địa phương theo kế hoạch.

Ngay sau Lễ phát động, mỗi đơn vị (từ tỉnh đến huyện) sẽ có 30 đoàn viên thanh niên của 02 ngành, chia thành 15 cặp đôi xuống đường “len lỏi” đến từng đường làng, ngõ xóm, đến từng tổ dân phố, khu dân cư, chợ, cửa hàng kinh doanh...trực tiếp tuyên truyền, giải thích, hướng dẫn, giúp người dân các thủ tục để tham gia BHXH tự nguyện, BHYT.

Cùng với các thông điệp truyền thông, hy vọng rằng sau lễ ra quân sẽ nêu bật được giá trị nhân văn của chính sách BHXH, BHYT, tạo được dấu ấn quan trọng, giúp người dân ngày càng hiểu sâu sắc hơn giá trị, lợi ích của BHXH, BHYT; yên tâm, tin tưởng tham gia; góp phần củng cố, nâng cao niềm tin của Nhân dân vào chính sách BHXH, BHYT hướng tới mục tiêu BHXH, BHYT toàn dân./.

PV