



Tạp chí
DOANH NGHIỆP & THƯƠNG HIỆU
NÔNG THÔN | CƠ QUAN NGÔN LUẬN CỦA TRUNG ƯƠNG HỘI VARISME

ISSN: 3030 . 4229 Ra ngày 20 hàng tháng

NĂM THỨ 19 , SỐ THÁNG 7, 2024



Tiêu chuẩn & quy chuẩn kỹ thuật ngành nông nghiệp

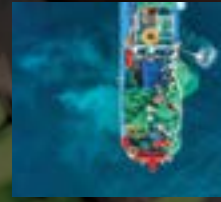
Nhiều thách thức trong việc thực thi và tuân thủ các tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia trong ngành nông nghiệp, nhưng nông dân, nông nghiệp Việt đã đáp ứng và thích nghi kịp thời, giúp nông sản Việt vươn tầm khu vực và thế giới.



Khởi thông
dòng chảy
đầu tư nông
nghiệp



22.222 quà
tặng từ
TH true FOOD



Cơ hội
gỡ “thẻ vàng”
IUU

SINH NHẬT VÀNG, RƯỚC XẾ SANG

3 **VOUCHER**
ô tô VinFast
VF5, VF6, VF8

30 **VOUCHER**
xe máy điện
Feliz S

200 **TRIỆU**
điểm MBStars

88.000
quà tặng



*Áp dụng cho khách hàng gửi tiết kiệm từ 100 triệu đồng với kì hạn từ 1 tháng

Tạp chí DOANH NGHIỆP & THƯƠNG HIỆU NÔNG THÔN

- Bìa 1**
Hơn 1.400 tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật ngành nông nghiệp
- 4 Thư Tổng biên tập**
- 5 Tin Hiệp hội**
Lễ hội lúa rươi hữu cơ Tứ Kỳ, Hải Dương lần thứ 3
- 6 VARISME tiếp và làm việc với Hiệp hội doanh nghiệp Golf cao cấp Hàn Quốc**
- 7 Doanh nghiệp khởi nghiệp và những thách thức trong kinh doanh bền vững**
- 8 Tiêu điểm**
- 9 Tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật ngành nông nghiệp**
- 14 Tiệc ngon bùng nổ, nhân đôi niềm vui với 22.222 quà tặng hấp dẫn từ bộ sản phẩm TH true FOOD**
- 18 Cơ hội gỡ “thẻ vàng” IUU**
- 21 Hoàn tiền không giới hạn khi mua sắm trên ứng dụng PVCconnect**
- 22 Khởi thông dòng chảy đầu tư nông nghiệp**
- 24 Phát triển thương hiệu**
Dấu ấn sợi tự nhiên trong thời trang hiện đại
- 27 Nguyên liệu sợi dứa góp phần xanh hóa ngành dệt**
- 28 Đa dạng hóa chế phẩm từ thanh long giải tỏa sức ép tiêu thụ**
- 30 Phát triển bền vững cây táo mèo Yên Bái**
- 32 Dấm táo mèo lên men**
- 34 Việt Nam sản xuất cacao lớn thứ 10 thế giới**
- 36 Bách vị sô cô la**
- 40 Giao thương nông sản**
Xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ tăng trưởng
- 44 Nâng cao giá trị gỗ keo trầm**
- 46 Thế khó FSC trong công nghiệp gỗ Việt Nam**
- 48 Cao su Việt Nam mở rộng thị phần tại Trung Quốc**
- 50 Nông nghiệp công nghệ cao**
Kỹ sư Nam định “hồ biển” hạt giống nảy mầm siêu tốc
- 52 Ứng dụng công nghệ sinh học trong chế biến rau mầm**

54 Sóng sánh rượu vang

Vang gắn với địa danh, lịch sử hàng trăm năm của châu Âu như vang Bordeaux Pháp, vang bán đảo Iberia của Tây Ban Nha, vang vùng Veneto của Ý. Vang theo dấu chân người di cư từ cựu lục địa sang tân thế giới. Tại mỗi châu lục, mỗi quốc gia, vang có phong vị khác nhau. Vị trẻ như vang California - Hoa Kỳ, vị chát lừng danh của thung lũng Colchagua - Chile, hay vang mềm vị Úc của xứ sở chuột túi. Giờ vang không chỉ là câu chuyện nổi dài văn hoá hàng trăm năm của con người mà vang còn là câu chuyện của ngành công nghiệp chực tỷ USD của một số quốc gia...

Tổng biên tập: Nguyễn Nam Thăng
Tổng thư ký: Nguyễn Trung Toàn
Điều hành và quản lý: Ban Chuyên đề
Tổ chức thực hiện: Nguyễn Vũ, Trần Liễu, Nguyễn Hà
Thiết kế mỹ thuật: Quang Vinh, Duy Anh

ISSN: 3030-4229

Tiếp thị và truyền thông

Hotline: 0386 781088 **E-mail:** toasoan@dnthnt.vn
Toà soạn: Tầng 3, số 17/167 Tây Sơn, phường Quang Trung, quận Đống Đa, TP. Hà Nội.
Điện thoại: 024.6657.6928
Website: www.doanhnghiepthuonghieu.vn
In khổ: 20.5 cm x 29.7 cm, tại Công ty TNHH Dịch vụ Chính Nghĩa.
Địa chỉ: Số 15, ngõ 83, phố Quang Tiến, phường Đại Mỗ, quận Nam Từ Liêm, Thành phố Hà Nội.

Tạp chí DOANH NGHIỆP & THƯƠNG HIỆU NÔNG THÔN

Tạp chí là cơ quan ngôn luận của Hiệp hội VARISME, là cầu nối giữa cộng đồng doanh nghiệp, doanh nhân, các nhãn hàng và bạn đọc trên khắp mọi miền đất nước. Tạp chí có lịch sử 19 năm, hoạt động theo giấy phép số 761/GP-BTTTT do Bộ Thông tin và Truyền thông cấp ngày 22/11/2021.

Giá: 39.000VNĐ

Tạp chí
**DOANH NGHIỆP & THƯƠNG HIỆU
NÔNG THÔN**

Thân gửi bạn đọc Tạp chí!

Hiện ngành Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam có 1358 Tiêu chuẩn quốc gia (TCVN) và 107 Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia (QCVN), trong đó quản lý vật tư nông nghiệp là 448 TCVN và 35 QCVN, hầu hết sản phẩm, hàng hóa đã có tiêu chuẩn, quy chuẩn để quản lý.

Thông qua việc áp dụng nghiêm ngặt các tiêu chuẩn đã được ban hành, người nông dân và các doanh nghiệp sản xuất luôn tuân thủ chặt chẽ các tiêu chuẩn đặt ra để đảm bảo sức khỏe cho người tiêu dùng, đóng góp quan trọng trong việc bảo vệ môi trường và phát triển kinh tế nông nghiệp.

Việc tuân thủ các tiêu chuẩn, quy chuẩn cũng là một trong những giải pháp quan trọng giúp tăng giá trị xuất khẩu cho nông sản Việt Nam, mở rộng cơ hội tiếp cận các thị trường quốc tế mới, góp phần thúc đẩy sự phát triển toàn diện của nền kinh tế quốc gia.

Với vai trò là cầu nối giữa cộng đồng doanh nghiệp với bà con nông dân và độc giả trên mọi miền Tổ quốc, Tạp chí Doanh nghiệp và Thương hiệu nông thôn luôn sát sao trong việc đẩy mạnh các nội dung nhằm khai thác các tiềm năng, thế mạnh của người nông dân, cũng như các giải pháp giúp ngành nông nghiệp Việt Nam phát triển bền vững. Trong đó, việc thúc đẩy sản xuất nông nghiệp tuân thủ các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật luôn được ưu tiên hàng đầu!

Kính mời quý độc giả đón đọc Tạp chí Doanh nghiệp và Thương hiệu nông thôn số tháng 7/2024.

Xin trân trọng cảm ơn!



Nhà báo, Tổng biên tập Nguyễn Nam Thăng

NGÀY HỘI LÚA RƠI HỮU CƠ TỨ KỲ NĂM 2024 N BẢN GHI NHỚ HỢP TÁC TIÊU THỤ SẢN PHẨM HI



Lễ hội lúa rươi hữu cơ

Tứ Kỳ, Hải Dương lần thứ 3

Hoàng Sâm

Trung tuần tháng 6 vừa qua, tại vùng sản xuất lúa rươi hữu cơ thôn An Định, xã An Thanh, huyện Tứ Kỳ, tỉnh Hải Dương đã diễn ra “Lễ hội lúa rươi hữu cơ Tứ Kỳ, Hải Dương lần thứ 3”.



Chủ tịch VARISME Nguyễn Ngọc Quang và Ủy viên Trung ương Đảng, Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Lê Minh Hoan tại lễ hội

Ngày hội được tổ chức bởi Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và huyện Tứ Kỳ, tỉnh Hải Dương. Đây là sự kiện thường niên, là cơ hội để Hải Dương giới thiệu và quảng bá mô hình kết hợp mô hình lúa - rươi vừa khai thác, bảo tồn thủy sản, đặc sản rươi cây Hải Dương, vừa tập trung phát triển kinh tế nông nghiệp đa tầng, đa giá trị dựa trên tiềm năng, lợi thế về lĩnh vực nông nghiệp riêng của từng vùng.

Rươi đặc sản của Tứ Kỳ đã nổi tiếng từ nhiều đời nay. Bằng việc kết hợp mô hình lúa - rươi đã chứng minh sản xuất nông nghiệp hữu cơ mang lại hiệu quả kinh tế cao và góp phần bảo vệ môi trường, sức khỏe người dân.

Tham dự lễ hội Lúa rươi hữu cơ Tứ Kỳ có ông Lê Minh Hoan, Ủy viên Trung ương Đảng, Bộ trưởng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (NN&PTNT); ông Trần Đức Thắng, Ủy viên Trung ương

Đảng, Bí thư Tỉnh ủy Hải Dương; ông Triệu Thế Hùng, Phó Bí thư Tỉnh ủy, Chủ tịch UBND tỉnh Hải Dương; ông Nguyễn Ngọc Quang - Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa ngành nghề nông thôn Việt Nam (VARISME) và các doanh nghiệp nông nghiệp hữu cơ tiêu biểu.

Phát biểu khai hội, Bộ trưởng NN&PTNT Lê Minh Hoan đánh giá cao sáng kiến của địa phương trong việc tổ chức lễ hội. “Lễ hội lúa rươi hữu cơ Tứ Kỳ mang tinh thần làm “nông nghiệp vị nhân sinh”, “nông nghiệp tử tế” cần được triển khai sâu rộng. Dành tình yêu cho nông nghiệp, yêu thiên nhiên, làm sạch, đẹp môi trường là cách lan tỏa tinh thần nhân văn, sẽ làm hạt gạo đi xa, sản phẩm nông nghiệp đi xa, đến được với nhiều người tiêu dùng hơn”, Bộ trưởng NN&PTNT Lê Minh Hoan cho biết.

Bí thư Tỉnh ủy Hải Dương Trần Đức Thắng khẳng định: “Lễ hội lúa rươi hữu cơ

của Tứ Kỳ không chỉ mang đến cho người dân, du khách những trải nghiệm thú vị mà còn cổ vũ, động viên và ghi nhận sự đóng góp của ngành nông nghiệp với kinh tế địa phương và khu vực”.

Ông Nguyễn Ngọc Quang, Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa ngành nghề nông thôn Việt Nam (VARISME) chia sẻ: “Hải Dương đã tiên phong làm được điều tuyệt vời trong nông nghiệp. Mô hình sản xuất nông nghiệp hữu cơ kết hợp du lịch sinh thái - nông nghiệp tuần hoàn tuy không mới nhưng triển khai thành công như Tứ Kỳ là khá hiếm. Nhân rộng thành công của huyện Tứ Kỳ sẽ là thành công của cả nước trên chặng đường phát triển nông nghiệp hữu cơ, nông nghiệp sạch bền vững”.

Trong chương trình lễ hội, lãnh đạo Bộ NN&PTNT cùng lãnh đạo tỉnh Hải Dương đã cắt băng xuất bán chuyển hàng lúa hữu cơ đầu vụ. Đại diện Công ty Cổ phần Kinh doanh chế biến nông sản Bảo Minh, Công ty Cổ phần Nông nghiệp Thế hệ mới và Hợp tác xã Dịch vụ nông nghiệp An Thanh đã ký kết hợp đồng liên kết sản xuất gắn bao tiêu sản phẩm hữu cơ, hợp tác về du lịch sinh thái, trải nghiệm.

Hiện toàn huyện Tứ Kỳ có 34 sản phẩm được chứng nhận OCOP, trong đó có 12 sản phẩm của vùng sản xuất hữu cơ kết hợp khai thác rươi, cây được chứng nhận sản phẩm OCOP 3 sao. Tổng diện tích sản xuất hữu cơ kết hợp khai thác rươi, cây của toàn huyện Tứ Kỳ là 550 ha. Huyện tiếp tục vận động nông dân mở rộng diện tích sản xuất lúa hữu cơ kết hợp khai thác rươi, cây, nâng diện tích này lên 700 ha vào năm 2025. Sản lượng rươi hiện đạt 450 tấn/năm, cây đạt 200 tấn/năm; giá trị sản phẩm đạt từ 400 - 450 triệu đồng/ha/năm, cao gấp 8 - 10 lần so với thâm canh lúa.



Ông Nguyễn Ngọc Quang - Chủ tịch VARISME làm việc cùng đối tác Hàn Quốc

VARISME tiếp và làm việc với Hiệp hội Doanh nghiệp Golf cao cấp Hàn Quốc

Hoàng Sâm

Phía Hiệp hội có ông Nguyễn Ngọc Quang - Chủ tịch, ông Bùi Thanh Toàn - Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký và các lãnh đạo của Hiệp hội. Phía Hàn Quốc có Giáo sư Jo Jeong Young - Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Golf cao cấp Hàn Quốc, ông Yong Woon - Giám đốc Công ty TNHH K&V, cùng đại diện một số doanh nghiệp Hàn Quốc tại Việt Nam.

Gửi lời chào trân trọng đến các vị khách từ Hàn Quốc, Chủ tịch Nguyễn

Ngày 18/6 tại Hà Nội, Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa ngành nghề nông thôn Việt Nam (VARISME) có buổi làm việc cùng Hiệp hội Doanh nghiệp Golf cao cấp Hàn Quốc và một số doanh nghiệp Hàn tại Việt Nam.

Ngọc Quang phát biểu: “Việt Nam và Hàn Quốc có nền tảng hợp tác hữu nghị và hiệu quả trên nhiều lĩnh vực văn hóa, thể thao, kinh tế. Hàn Quốc có nhiều thành tích trong phát triển nông nghiệp công nghệ cao. Chúng tôi mong muốn được hợp tác sâu sắc với Hàn Quốc để giúp cải tiến nền nông nghiệp Việt Nam hướng tới nông nghiệp xanh, sạch. Chúng tôi đang quan tâm và phát triển nông nghiệp tuần hoàn, kinh tế xanh và tín chỉ carbon và đề nghị phía Hiệp hội và các doanh nghiệp Hàn Quốc hỗ trợ”.

Giáo sư Jo Jeong Young - Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Golf

cao cấp Hàn Quốc cho biết, Hiệp hội là một tổ chức phi chính phủ, hiện đang tài trợ cho một số lĩnh vực như thể thao, thanh thiếu niên, nông nghiệp.

“Hàn Quốc đã chuyển từ một nước nông nghiệp sang nước công nghiệp nên diện tích nông nghiệp cũng dần bị thu hẹp. Tỷ lệ cơ giới hóa rất cao trong nông nghiệp và giới trẻ Hàn hiện thì không quan tâm và làm nông nghiệp khiến máy móc nông nghiệp của Hàn Quốc dư thừa. Để giải quyết vấn đề trên, Hàn quốc mong muốn triển khai chương trình tài trợ, trao tặng lượng lớn các máy nông nghiệp này cho Việt Nam và đề nghị VARISME là đầu mối tiếp nhận”, ông Jo Jeong Young chia sẻ thêm.

Chủ tịch Nguyễn Ngọc Quang cảm ơn thịnh tình từ phía Hiệp hội Doanh nghiệp Golf cao cấp Hàn Quốc và khẳng định VARISME sẽ cùng đồng hành và triển khai thành công chương trình tài trợ máy nông nghiệp từ Hàn Quốc sang Việt Nam .



Giáo sư Jo Jeong Young - Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Golf cao cấp Hàn Quốc làm việc với Hiệp hội VARISME



Chủ tịch VARISME Nguyễn Ngọc Quang tham dự Tọa đàm "Doanh nghiệp khởi nghiệp và những thách thức trong kinh doanh bền vững" do Đại học Ngoại thương tổ chức

Doanh nghiệp khởi nghiệp và những thách thức trong kinh doanh bền vững

Hoàng Sâm

Là chủ đề của buổi tọa đàm do Trung tâm Nghiên cứu, Bồi dưỡng và Tư vấn kinh tế đối ngoại thuộc Trường Đại học Ngoại thương (FTU) tổ chức.



Chủ tịch VARISME Nguyễn Ngọc Quang nhấn mạnh "Xử lý phụ phẩm nông nghiệp sau thu hoạch được Đảng, Nhà nước và ngành Nông nghiệp hết sức quan tâm"

Tham dự buổi tọa đàm có Tiến sĩ Nguyễn Trọng Hải - Giám đốc Trung tâm Nghiên cứu Bồi dưỡng và Tư vấn kinh tế đối ngoại - Đại học Ngoại thương, ông Nguyễn Ngọc Quang - Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa ngành nghề nông thôn Việt Nam (VARISME) cùng một số lãnh đạo hiệp hội và các giảng viên, sinh viên trường Đại học Ngoại thương.

Buổi tọa đàm có 3 tham luận gồm: "Dự án Ulstraw: Viên nén môi lửa sinh học và câu chuyện định nghĩa lại rơm" của anh Nguyễn Xuân Tài - Nhà sáng lập Ulstraw, cựu sinh viên FTU; Tiến sĩ Nguyễn Hồng Hạnh - Giảng viên bộ

thể phát triển bền vững"; ông Trần Văn Lê - Giám đốc Công ty TNHH Sản xuất cơ điện và thương mại Phương Linh chia sẻ tham luận: "Khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghiệp: Công nghệ mới, cạnh tranh quốc tế và định hình chiến lược kinh doanh".

Trong khoảng 1 thập kỷ trở lại đây, áp lực của doanh nghiệp là phải đổi mới mô hình kinh doanh của mình để phát triển bền vững và phát triển. Trong đó tập trung vào ba trụ cột là phát triển kinh tế bền vững, cân bằng giữa năng lượng tái tạo, điều kiện làm việc của con người; đạt mục tiêu phát triển xã hội, giáo dục và cân bằng giới; cuối cùng

môn kinh doanh quốc tế, Viện kinh tế và kinh doanh quốc tế (FERETCO) - FTU với tham luận: "Xây dựng chiến lược kinh doanh quốc tế của doanh nghiệp trong xu

hướng phát triển bền vững".
là mục tiêu liên quan đến môi trường. "Theo nghiên cứu có hơn 60% các doanh nghiệp hiện nay quan tâm đến phát triển bền vững", Tiến sĩ Nguyễn Hồng Hạnh chia sẻ.

Trong tọa đàm, vấn đề rơm, xử lý tận dụng rơm cũng như các phụ phẩm sau thu hoạch được các diễn giả hết sức quan tâm. Chủ tịch VARISME Nguyễn Ngọc Quang nhấn mạnh: "Xử lý phụ phẩm nông nghiệp sau thu hoạch được Đảng, Nhà nước và ngành Nông nghiệp hết sức quan tâm. Viên nén môi lửa sinh học của Ulstraw có sự sáng tạo, đột phá, là thành tựu nghiên cứu, niềm tự hào không chỉ của các cựu sinh viên FTU mà còn là sự động viên nghiên cứu khoa học, gắn với thực tiễn cho các sinh viên FTU noi theo. VARISME hiện đã làm việc với một số doanh nghiệp, tổ chức của Nhật Bản về cách thức chuyển đổi tái tạo tuần hoàn các sản phẩm nông nghiệp. Hiệp hội sẽ hỗ trợ tối đa cộng đồng sinh viên khởi nghiệp của FTU trong quá trình tìm tòi, sáng tạo từng bước khởi nghiệp bền vững".



Tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật ngành nông nghiệp

Trong 17 năm qua, ngành Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam đã xây dựng, ban hành và trình các cơ quan có thẩm quyền thông qua 1.358 Tiêu chuẩn quốc gia (TCVN) và 107 Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia (QCVN), trong đó quản lý vật tư nông nghiệp có 448 TCVN và 35 QCVN, hầu hết sản phẩm, nhóm hàng hóa đã có tiêu chuẩn, quy chuẩn để quản lý. Điều này giúp nông sản, nông nghiệp Việt Nam có các tiêu chuẩn, tiêu chí rõ ràng, phù hợp để xuất khẩu vào các quốc gia và vùng lãnh thổ, giúp nâng tầm nông nghiệp, nông sản Việt trên thị trường quốc tế.



Nam An

Hơn 1400 tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật quốc gia

Việc xây dựng và ban hành các tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật trong nông nghiệp không chỉ quan trọng với sức khỏe của con người mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc bảo vệ môi trường và phát triển kinh tế nông nghiệp. Một trong những yếu tố chính của các tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia trong ngành nông nghiệp là bảo đảm an toàn thực phẩm. Các tiêu chuẩn này thường xác định các phương pháp sản xuất, xử lý và bảo quản thực phẩm để đảm bảo rằng chúng không chứa các chất độc hại và vi khuẩn gây hại cho sức khỏe. Đồng thời, các tiêu chuẩn này cũng đặt ra các yêu cầu về giám sát và kiểm tra chất lượng thực phẩm để đảm bảo sự tuân thủ nghiêm ngặt.

Bên cạnh đó, tiêu chuẩn kỹ thuật cũng phải cân nhắc đến các yếu tố về phát triển bền vững trong sản xuất nông nghiệp. Việc sử dụng phân bón và thuốc trừ sâu hợp lý, giảm thiểu lượng nước và năng lượng tiêu thụ, bảo vệ đa dạng sinh học và bảo vệ môi trường là những ưu tiên cần được tính đến khi phát triển

các tiêu chuẩn này. Phát triển bền vững không chỉ làm tăng giá trị của sản phẩm, mà còn làm giảm thiểu các tác động tiêu cực đối với môi trường và xã hội.

Ngoài ra, việc đồng nhất các tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia cũng đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra sự công bằng và minh bạch trong thị trường nông nghiệp. Việc áp dụng các tiêu chuẩn này giúp loại bỏ các rào cản kỹ thuật và thương mại, tạo điều kiện công bằng cho các nhà sản xuất và người tiêu dùng, đồng thời tạo ra một môi trường cạnh tranh lành mạnh.

Bà Nguyễn Thị Mai Hiền, Phó Vụ trưởng Vụ Pháp chế, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cho biết: “*Quy định của Luật Tiêu chuẩn và Quy chuẩn kỹ thuật năm 2006 và Luật Chất lượng sản phẩm hàng hóa năm 2007 nêu rõ, hàng hóa, sản phẩm được chia thành 2 nhóm. Trong đó sản phẩm, hàng hóa nhóm 1 (sản phẩm, hàng hóa không có khả năng gây mất an toàn), tổ chức, cá nhân sản xuất sản phẩm, hàng hóa tự công bố phù hợp tiêu chuẩn áp dụng; còn sản phẩm, hàng hóa nhóm 2 được quản lý chất lượng trên cơ sở quy chuẩn kỹ thuật*

tương ứng do cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền ban hành và tiêu chuẩn do người sản xuất công bố áp dụng”.

Để thực hiện 2 luật trên, trong suốt 17 năm qua, ngành Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã xây dựng và ban hành, trình cơ quan có thẩm quyền ban hành 1358 Tiêu chuẩn quốc gia (TCVN) và 107 Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia (QCVN), trong đó quản lý vật tư nông nghiệp có 448 TCVN và 35 QCVN, hầu hết sản phẩm, hàng hóa nhóm 2 đã có tiêu chuẩn, quy chuẩn để quản lý.

Một số tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật điển hình có thể kể đến như: Tiêu chuẩn quốc gia về an toàn thực phẩm (TCVN 5609:2012), Tiêu chuẩn về chất lượng thực phẩm nông nghiệp hữu cơ (TCVN 8890:2011), Tiêu chuẩn về quản lý sử dụng thuốc bảo vệ thực vật (TCVN 11407:2017), Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về an toàn lao động trong sản xuất nông nghiệp (TCVN 5695:2010), Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về hợp chuẩn và đánh giá sản phẩm nông nghiệp (TCVN 4054:2009), Tiêu chuẩn về quản lý môi trường trong sản xuất nông nghiệp (TCVN 8401:2009), ...



Những tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật quốc gia này đóng vai trò quan trọng trong việc điều chỉnh và nâng cao chất lượng sản phẩm nông nghiệp tại Việt Nam, từ sản xuất đến tiêu thụ. Đồng thời, giúp thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành nông nghiệp đất nước. Tuy nhiên, trong quá trình triển khai, việc rà soát và sửa đổi các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật là cần thiết.

Năm 2023, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã hủy bỏ 127 QCVN không còn phù hợp với thời gian và góp phần đơn giản hóa quy định liên quan đến hoạt động kinh doanh thuộc phạm vi quản lý của Bộ.

Ngoài ra, việc thiết lập và thực thi các tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia trong ngành nông nghiệp cũng đặt ra một số thách thức. Một trong những thách



Xu hướng sử dụng các thực phẩm hữu cơ ngày càng lên ngôi

thức lớn mà các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam phải đối mặt là sự cạnh tranh không lành mạnh trên thị trường quốc tế. Sự khắt khe và không thống nhất trong tiêu chuẩn kỹ thuật giữa các quốc gia cũng làm tăng thêm khó khăn cho doanh nghiệp. Do đó, việc thích nghi và đáp ứng kịp thời với những tiêu chuẩn, quy chuẩn này đòi hỏi sự linh hoạt và năng động từ phía doanh nghiệp. Bên cạnh đó, để hỗ trợ doanh nghiệp trong xuất khẩu nông sản, các chương trình nhằm nâng cao năng lực xuất khẩu cần được thúc đẩy.

Ngoài ra, các cơ quan chức năng hiện đang nỗ lực tăng cường hỗ trợ xây dựng chuỗi cung ứng sản phẩm để đáp ứng các quy định của các nước nhập khẩu. Chính sách hỗ trợ cụ thể hơn từ Nhà nước cũng là yếu tố quan trọng để đảm bảo sự ổn định và bền vững cho ngành nông nghiệp và xuất khẩu nông sản của Việt Nam.

Để nông sản Việt vươn tới toàn cầu

Nghị quyết số 19-NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương Đảng ngày 16/6/2022 về nông nghiệp, nông dân, nông thôn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 khẳng định: "Nông nghiệp là lợi thế quốc gia, trụ đỡ của nền kinh tế". Chính từ quyết sách đúng đắn này mà nông nghiệp đã đóng góp rất lớn vào tăng trưởng và phục hồi kinh tế sau đại dịch COVID-19.

Không chỉ giúp nền kinh tế nhanh phục hồi, nông nghiệp còn góp phần nâng cao đời sống nhân dân, giữ vững ổn định chính trị, trật tự an toàn xã hội. Hiện các sản phẩm nông nghiệp của Việt Nam đã có mặt ở hầu hết các nước trên thế giới. Tiêu chuẩn, quy chuẩn ngành nông nghiệp chính là những yêu cầu bắt buộc để đảm bảo chất lượng và an toàn cho các sản phẩm nông nghiệp tiêu thụ trong nước, cũng như "rộng đường" xuất khẩu tiến vào các thị trường lớn, tiềm năng.

Tiêu chuẩn VietGAP (Vietnamese Good Agricultural Practices) có nghĩa là thực hành sản xuất nông nghiệp tốt ở Việt Nam. Tiêu chuẩn VietGAP do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành năm 2008 dựa trên tình hình thực tế tại Việt Nam. Tiêu chuẩn gồm những nguyên tắc, trình tự, thủ tục hướng dẫn tổ chức/cá nhân sản xuất, thu hoạch và sơ chế đảm bảo an toàn,

Chứng nhận hữu cơ được cấp cho sản phẩm nông nghiệp, thực phẩm được nuôi trồng và sản xuất trong điều kiện, môi trường hoàn toàn tự nhiên, đáp ứng tiêu chí 3 không: không hóa chất nhân tạo; không hormone kích thích tăng trưởng; không kháng sinh hoặc sinh vật biến đổi gen.



**VIET NAM
CERTIFIED
ORGANIC
TCVN 11041-5:2018**

nâng cao chất lượng; đảm bảo sức khỏe người sản xuất cũng như người tiêu dùng, đồng thời bảo vệ được môi trường. Tiêu chuẩn này được xây dựng dựa trên ASEAN GAP - Bộ tiêu chuẩn thực hành nông nghiệp tốt trong cả quá trình sản xuất, thu hoạch và xử lý sau thu hoạch đối với rau quả tươi ở các nước trong khu vực ASEAN năm 2006 và các tiêu chuẩn GAP khác trên thế giới. Có 3 nhóm sản phẩm chính là thủy sản, trồng trọt và chăn nuôi. Tùy theo mỗi loại sản phẩm mà sẽ có những quy định về tiêu chuẩn riêng.

Tiêu chuẩn hữu cơ của Việt Nam:

Việc xây dựng các tiêu chuẩn Việt Nam về nông nghiệp hữu cơ được thực hiện dựa trên cơ sở tham khảo các tiêu chuẩn quốc tế (CODEX, IFOAM...) và tiêu chuẩn các nước có nền nông nghiệp hữu cơ phát triển như Mỹ, EU, Nhật cùng các nước trong khu vực như Thái Lan, Philippines và Trung Quốc. Tiêu chuẩn hữu cơ đầu tiên của Việt Nam là TCVN 11041-1:2017 được Bộ Khoa học và Công nghệ ban hành dành riêng cho sản xuất, trồng trọt, chăn nuôi, chế biến và ghi nhãn sản phẩm nông nghiệp hữu cơ.

Ngoài ra, để xuất khẩu sản phẩm nông nghiệp ra thị trường thế giới, các

nhà sản xuất và xuất khẩu Việt Nam còn phải tuân thủ các quy định kỹ thuật (tiêu chuẩn bắt buộc) do các quốc gia, các vùng lãnh thổ quy định. Các quy định này thường khác nhau, phụ thuộc vào loại sản phẩm, nước nhập khẩu và nước xuất khẩu và từng tiêu chuẩn của mỗi quốc gia, vùng lãnh thổ.

Tiêu chuẩn Global G.A.P (Global Good Agricultural Practice) là tiêu chuẩn thực hành nông nghiệp tốt toàn cầu, là một bộ tiêu chuẩn (tập hợp các biện pháp kỹ thuật) về thực hành nông nghiệp tốt được xây dựng để áp dụng tự nguyện cho sản xuất, thu hoạch và xử lý sau thu hoạch cho các nông sản (bao gồm cả trồng trọt, chăn nuôi, thủy sản) trên phạm vi toàn cầu. Đây là tiêu chuẩn trước cổng trại, việc chứng nhận bao hàm toàn bộ các quá trình sản xuất ra sản phẩm, từ đầu vào trang trại như thức ăn, giống và các hoạt động nuôi trồng cho đến khi sản phẩm rời khỏi trang trại.

Tiêu chuẩn hữu cơ của Mỹ - USDA:

Đây là chứng nhận tiêu chuẩn hữu cơ với điều kiện nghiêm ngặt nhất. Sản phẩm hữu cơ dưới chứng nhận của các đại diện thuộc USDA có nhiều cấp bậc, tuy nhiên chỉ những sản phẩm chứa từ

95%-100% nguyên liệu hữu cơ (organic) mới được thể hiện dấu (logo) của USDA trên tem nhãn sản phẩm.

Tiêu chuẩn hữu cơ của Nhật - JAS:

Là tiêu chuẩn của Bộ Nông nghiệp Nhật Bản quy định về tiêu chí các sản phẩm, nhãn mác tạo điều kiện thuận lợi cho sự lựa chọn của người tiêu dùng. Tiêu chuẩn này gồm 2 phần là "hệ thống JAS" và "hệ thống tiêu chuẩn ghi nhãn chất lượng". Trong đó, hệ thống JAS cho phép các sản phẩm đã qua kiểm tra dựa trên tiêu chuẩn nông nghiệp Nhật Bản được dán nhãn JAS. Còn với hệ thống tiêu chuẩn ghi nhãn chất lượng nhằm yêu cầu các nhà sản xuất và bán hàng phải dán nhãn sản phẩm phù hợp với tiêu chuẩn.

Bên cạnh đó, hàng rào kỹ thuật theo tiêu chuẩn quốc tế đối với nông sản xuất khẩu được Tổ chức Nông lương của Liên hợp quốc chia làm hai loại là quy định bắt buộc và các chứng nhận tự nguyện.

Trong đó, các tiêu chuẩn về chứng nhận tự nguyện bền vững với nông sản xuất khẩu được Tổ chức Nông lương của Liên hợp quốc chia ra một số loại như: Chứng nhận hệ thống quản lý về môi trường ISO 14001, Chứng nhận xã hội (chứng nhận về công bằng thương mại và chứng nhận hệ thống quản lý trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp - SA 8000), Chứng nhận hệ thống quản lý vệ sinh an toàn thực phẩm ISO 22000, Chứng nhận hệ thống phân tích mối nguy và điểm kiểm soát tới hạn



(HACCP), Chứng nhận thực hành sản xuất tốt (GMP), Chứng nhận chất lượng thực phẩm đặc trưng (chỉ dẫn địa lý GI),...

Trong nhiều năm qua, nông sản Việt Nam xuất sang Trung Quốc luôn nằm trong nhóm 3 quốc gia có kim ngạch nhập khẩu nông sản lớn nhất của Việt Nam là Trung Quốc, Hoa Kỳ và Nhật Bản. Nông sản Việt, ngoài việc tuân thủ các tiêu chuẩn chất lượng, an toàn rất cao khi vào thị trường chính ngạch của Trung Quốc còn được sự hỗ trợ lớn từ Nghị định thư được hai chính phủ ký kết. Sau Nghị định thư, năm 2023, xuất khẩu chính ngạch nông sản sang Trung Quốc tăng trưởng mạnh, đạt 12,1 tỷ USD, tăng 16,4% so với năm 2022. Trong 5 tháng đầu năm 2024 đạt 6,2 tỷ USD, tăng 2,9% so với cùng kỳ năm trước. Các chuyên gia nông nghiệp đều cho rằng, đây là khởi đầu bền vững cho tăng trưởng xuất khẩu của nông sản Việt.

Điều kiện để nông sản nhập khẩu chính ngạch vào Trung Quốc là nông sản phải nằm trong danh mục được Trung Quốc cho phép nhập khẩu. Theo đó, với từng loại trái cây, cơ quan kiểm nghiệm kiểm dịch trực thuộc Tổng cục Hải quan Trung Quốc sẽ tiến hành đánh giá rủi ro về vệ sinh dịch tễ, sau đó mới quyết định cho phép nhập khẩu vào Trung Quốc. Đối với sản phẩm trái cây tươi xuất khẩu sang Trung Quốc, các nhà sản xuất và xuất khẩu phải tuân thủ các quy định về kiểm dịch thực vật, an toàn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc. Trong đó, mã số vùng trồng là điều kiện cần thiết và bắt buộc đối với xuất khẩu sang thị trường

Trung Quốc, và là một trong những yếu tố phục vụ cho việc truy xuất nguồn gốc sản phẩm. Theo quy định, trái cây tươi xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc phải được thu mua từ những vùng trồng và đóng gói tại cơ sở đã được Cục Bảo vệ thực vật cấp mã số và được Tổng cục Hải quan Trung Quốc công nhận.

Riêng đối với thực vật và các sản phẩm từ thực vật nhập khẩu vào Trung Quốc cần có giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật, đảm bảo các tiêu chuẩn an toàn và chất lượng sản phẩm theo luật pháp của Trung Quốc, được dán nhãn an toàn sản phẩm. Hàng hóa lưu thông trên thị trường Trung Quốc phải có nhãn mác kèm theo các thông tin bằng tiếng Trung Quốc.

Trung Quốc yêu cầu hàng thực phẩm như: Kẹo, rượu, quả hạch, thực phẩm đóng hộp,... phải được dán tem và chứng nhận an toàn sản phẩm trước khi cho xuất khẩu và nhập khẩu. Nhà nhập khẩu phải chịu phí

dán nhãn có hình và nhãn dính có hình chỉ được dính vào sản phẩm khi có sự đồng ý của Tổng cục Hải quan Trung Quốc. Yêu cầu về nhãn mác của Trung Quốc rất đa dạng, phụ thuộc vào loại hàng hóa nhập khẩu. Tuy nhiên, trên bao bì sản phẩm phải ghi rõ các thông tin cơ bản sau: tên sản phẩm, xuất xứ, số lượng, trọng lượng, mã số vùng trồng, mã số cơ sở đóng gói (đối với trái cây), nơi đến bằng tiếng Trung Quốc hoặc tiếng Anh...

Đạt chuẩn xuất ngoại thúc đẩy nâng cao chất lượng nội địa

Trong những năm qua, nông sản Việt Nam liên tiếp chinh phục hàng loạt thị trường cao cấp với các tiêu chuẩn khắt khe nhất. Tiêu chuẩn xuất khẩu khắt khe phần nào cũng giúp kích thích các tiêu chuẩn nội địa phải dần bắt kịp tiêu chuẩn quốc tế. Bên cạnh đó, thị trường nội địa 100 triệu người tiêu dùng "ngày càng thông thái hơn". Khi mua sản

Theo thống kê của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản 6 tháng đầu năm 2024 đạt 29,2 tỷ USD, tăng 19% so với cùng kỳ năm 2023. Đáng chú ý, hầu hết các nhóm lĩnh vực đều tăng trưởng dương. Trong đó, có 7 sản phẩm, nhóm sản phẩm có giá trị xuất khẩu đạt trên 1 tỷ USD, bao gồm: Cà phê đạt 3,22 tỷ USD; cao su đạt 1,1 tỷ USD; gạo đạt 2,98 tỷ USD; rau quả đạt 3,43 tỷ USD; hạt điều đạt 1,92 tỷ USD; tôm đạt 1,63 tỷ USD; sản phẩm gỗ đạt 4,99 tỷ USD.



phẩm, họ không chỉ quan tâm tới các tiêu chuẩn VietGAP, Global G.A.P, tiêu chuẩn TCVN hữu cơ mà còn quan tâm các thông số truy xuất nguồn gốc xuất xứ... Thậm chí, khách hàng còn quan tâm đến vấn đề an sinh xã hội, môi trường làm việc của người sản xuất...

Ông Nguyễn Đình, Tổng Giám đốc Công ty Xuất nhập khẩu Vina T&T Group, một đơn vị xuất khẩu trái cây lớn đến hàng chục quốc gia nhận định: *"Thị trường 100 triệu dân là rất lớn. Đây mạnh nông sản tiêu chuẩn cao tại nội địa chính là con đường đúng đắn để doanh nghiệp phát triển bền vững. Các doanh nghiệp bán hàng, siêu thị ký kết trực tiếp tiêu thụ nông sản với nông dân cần khuyến khích, ưu tiên lựa chọn tiêu thụ rau, sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn VietGAP"*.

Bên cạnh đó, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cần rà soát, kiểm soát chặt hơn việc cấp giấy chứng nhận vùng trồng, an toàn thực phẩm với nông sản. Trên cơ sở đó, các cơ quan chức năng công bố công khai, minh bạch danh sách những cơ sở đạt chứng nhận VietGAP để người tiêu dùng có thể kiểm tra, tra cứu. Đã đến lúc, ngành nông nghiệp cần có lộ trình bắt buộc, áp dụng quy trình sản xuất VietGAP thành tiêu chí bắt buộc đối với sản xuất nông sản. Việt Nam đã bước qua giai đoạn phát triển nông nghiệp theo sản lượng. Giờ là lúc nông dân cần nhiều tri thức, nhiều ứng dụng khoa học kỹ thuật để tạo ra các sản phẩm chất lượng, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, gia tăng tối đa lợi nhuận cho người nông dân.



Việc áp dụng các tiêu chuẩn, quy chuẩn giúp loại bỏ các rào cản kỹ thuật và thương mại



Tiệc ngon bùng nổ, nhân đôi niềm vui với 22.222 quà tặng hấp dẫn từ bộ sản phẩm TH true FOOD

Thanh Hà

Từ ngày 22/6 - 15/09/2024, Tập đoàn TH triển khai chương trình khuyến mại “Tiệc ngon bùng nổ, nhân đôi niềm vui cùng 22.222 quà tặng” với bộ sản phẩm thực phẩm chế biến TH true FOOD bếp Việt - Người nội trợ tử tế.

Chương trình mang đến cho mỗi người niềm vui nhân đôi khi vừa có thể thưởng thức nhiều món ăn ngon cùng bạn bè, vừa có cơ hội nhận những món quà tặng trẻ trung, thời thượng và tiện lợi như máy tính Macbook, nồi chiên không dầu cùng hàng nghìn vé xem phim và thẻ điện thoại.

22.222 quà tặng từ TH true FOOD đang tìm chủ nhân

Những buổi tiệc với đầy ắp món ngon trở thành điểm nhấn không thể thiếu sau chuỗi ngày học tập căng thẳng, chạy deadline dai dẳng tại chốn công sở. Đối với giới trẻ, đây chính là lúc “xả” hết mình, tụ tập bạn bè và thỏa thích vui chơi, tiệc tùng. Niềm vui háo hức cùng nấu nướng, cùng thưởng thức, nhâm nhi những món ăn ngon có thể kéo mọi người lại gần nhau hơn.

Và trong mỗi cuộc gặp gỡ đó, “22222 - Hi” không chỉ là lời chào quen thuộc của giới trẻ mà còn khởi đầu cho những cuộc vui, những bữa tiệc sôi động... Lấy cảm hứng từ dãy số gợi lên âm thanh lời chào thân thiện này, thương hiệu TH true FOOD bếp Việt - Người nội trợ tử tế mang đến chương trình khuyến mại hấp dẫn “Tiệc ngon bùng nổ, nhân đôi niềm vui cùng 22.222 quà tặng”. Chương trình áp dụng trên toàn quốc và dành cho các sản phẩm sủi cảo, bánh gạo, chân giò xông khói, xúc xích và kim chi TH true FOOD.

Mỗi gói sản phẩm TH true FOOD bạn mua trong thời gian diễn ra chương trình không chỉ là những bữa ăn ngon lành, dinh dưỡng mà còn là một “cơ hội vàng” rinh các phần quà hấp dẫn. Cách tham gia rất đơn giản, bạn chỉ cần tìm thẻ cào trong mỗi túi sản phẩm TH true FOOD, quét mã QR dưới lớp phủ cào và làm theo hướng dẫn trên website (<https://promotion.thtruefood.com.vn/>) là có cơ hội trở thành chủ nhân của những phần quà giá trị.

Giải nhất gồm 22 Macbook Air 13 inch 8GB/256GB - trợ lý đắc lực cho công việc và học tập, góp phần mang lại hiệu suất mượt mà, lại có thiết kế tinh tế, thời trang.

Giải nhì gồm 55 nồi chiên không dầu kết hợp hấp Magic Eco S12 dung tích 12L, trợ thủ đắc lực cho những bữa ăn gia đình thêm phần tiện lợi, ngon miệng và đảm bảo sức khỏe.

Giải ba gồm 2.255 vé xem phim CGV 2D, đem đến những giây phút thư giãn, giải trí tuyệt vời cùng các bom tấn điện ảnh.

Cuối cùng, 19.890 giải khuyến khích là thẻ cào điện thoại mệnh giá 10.000 đồng/giải, giúp bạn kết nối và chia sẻ niềm vui mỗi ngày.



Mùa hè này, hãy để TH true FOOD đồng hành cùng bạn trong mỗi cuộc vui!




PV GAS TRADING

quản trị biến động, dịch chuyển mô hình, mở rộng quy mô, tiếp đà tăng trưởng



Ông Nguyễn Phúc Tuệ, Phó Tổng Giám đốc PV GAS - Giám đốc PV GAS TRADING

Vũ Thành



6 tháng đầu năm 2024, Công ty Kinh doanh sản phẩm khí (PV GAS TRADING) hoàn thành kế hoạch quản trị ở mức cao, tiếp tục xác lập những kỷ lục trong tăng trưởng và phát triển, đặc biệt là trong bối cảnh hết sức khó khăn của thị trường LPG. Chia sẻ về những kết quả tích cực đó, phóng viên có cuộc trao đổi với ông Nguyễn Phúc Tuệ, Phó Tổng Giám đốc PV GAS/Giám đốc PV GAS TRADING.

PV: Theo nhận xét của các chuyên gia kinh tế cũng như đánh giá của nhiều doanh nghiệp trong ngành, thị trường LPG đã và đang trong giai đoạn rất khó khăn, theo ông đâu là vấn đề thách thức cốt lõi nhất đối với lĩnh vực kinh doanh LPG hiện nay?

Ông Nguyễn Phúc Tuệ: Hiện nay, nguồn cung và giá cả thị trường LPG thế giới biến động rất nhanh, tăng giảm với biên độ lớn, không theo quy luật và nằm ngoài các xu hướng thông lệ. Xung đột địa chính trị và căng thẳng an ninh hàng hải quốc tế làm gia tăng nguy cơ đứt gãy chuỗi cung ứng, đẩy giá cước vận tải biển LPG lên cao, dao động mạnh và liên tục đảo chiều.

Thêm vào đó, thị trường nội địa trong các tháng đầu năm 2024 đối mặt với vấn đề khó khăn khi nhu cầu khí cho công nghiệp vẫn chưa phục hồi hoàn toàn sau đà suy giảm sâu từ cuối năm 2023. Chuyển dịch năng lượng cùng với xu hướng thay đổi thói quen sử dụng khí cho dân dụng cũng có tác động không nhỏ đến thị trường tiêu thụ LPG.

Một thách thức nữa đối với doanh nghiệp nhà nước như PV GAS TRADING là phải đảm bảo “mục tiêu kép”: vừa hoạt động kinh doanh có hiệu quả, vừa thực hiện nhiệm vụ chính trị quan trọng là đảm bảo an ninh năng lượng, đảm bảo không bị gián đoạn nguồn hàng trong mọi trường hợp, mọi tình huống. Đó là sự khác biệt lớn giữa đầu mối Nhà nước và đầu mối tư nhân, nước ngoài trên thị trường LPG Việt Nam. Trong điều kiện thị trường biến động mạnh, rủi ro cao, PV GAS TRADING đối mặt với thách thức và áp lực rất lớn khi triển khai điều hành sản xuất kinh doanh, việc luôn đảm bảo nguồn hàng cung cấp tại những thời điểm khó khăn của thị trường có thể làm ảnh hưởng lớn tới hiệu quả của doanh nghiệp.

PV: Trong bối cảnh đó, PV GAS TRADING đã có những giải pháp gì trong điều hành sản xuất kinh doanh để ứng phó hữu hiệu với những diễn biến khó khăn, thách thức của thị trường?

Ông Nguyễn Phúc Tuệ: Với PV GAS TRADING, “quản trị biến động” luôn là giải pháp quan trọng hàng đầu trong điều hành sản xuất kinh doanh. Giải pháp này chỉ thực sự phát huy hiệu quả khi đội ngũ kinh doanh thực sự năng động, linh hoạt, bám sát, tranh thủ tận dụng tối đa các cơ hội thị trường và luôn chủ động trong mọi tình huống. Để làm được điều này, công tác cán bộ có vai trò rất quan trọng, bản thân các cấp lãnh đạo, quản lý phải luôn đi đầu và đương đầu, tháo gỡ những nút thắt, giải phóng những giới hạn phát triển để đội ngũ phát huy hết năng lực, sở trường. Trong môi trường kinh doanh hiện nay khi “cá nhanh nuốt cá chậm”, thì quản trị biến động càng đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ tốc độ ra quyết định kinh doanh. Bởi trong kinh doanh thì



PV GAS triển khai tàu chứa LPG tại miền Bắc để ổn định nguồn cung khí

không thể nào có một công thức chung áp dụng cho mọi tình huống mà luôn biến động, đòi hỏi người kinh doanh phải thích ứng, nhạy bén trong các hoàn cảnh khác nhau và dám chấp nhận những rủi ro nhất định để ra các quyết định kinh doanh kịp thời dưới áp lực giới hạn thời gian rất ngắn.

Ngoài ra, PV GAS TRADING đã chủ động “dịch chuyển mô hình” kinh doanh sang thị trường nước ngoài còn nhiều dư địa, tập trung củng cố các kênh bán buôn để phát triển sản lượng xuất khẩu sang các nước lân cận, đồng thời tranh thủ tận dụng mọi cơ hội đẩy mạnh “mở rộng quy mô” kinh doanh quốc tế với đa dạng đối tác, nguồn hàng và thị trường.

PV: Với những giải pháp đó, ông có thể chia sẻ PV GAS TRADING đã đạt được những kết quả sản xuất kinh doanh như thế nào trong 6 tháng đầu năm 2024?

Ông Nguyễn Phúc Tuệ: Trong chỉ đạo điều hành, quan điểm xuyên suốt và nhất quán của PV GAS TRADING là luôn lấy mục tiêu tăng trưởng làm kim chỉ nam trong mọi định hướng hành động, quyết sách kinh doanh. Trong 6 tháng đầu năm 2024, tổng sản lượng kinh doanh tiếp tục tăng trưởng cao, đạt 1,5 triệu tấn, tăng trưởng 38% so với cùng kỳ năm 2023; sản lượng kinh doanh nội địa đạt 800 nghìn tấn, tăng trưởng 5% so với cùng kỳ, tiếp tục duy trì vị thế nhà bán buôn LPG số 1 Việt Nam với hơn 70% thị phần; sản lượng xuất khẩu và kinh doanh quốc tế đạt 700 nghìn tấn, bằng hơn 2 lần cùng kỳ năm 2023. Doanh thu 6 tháng đầu năm 2024 cán mốc 1 tỷ USD, đạt 25,8 nghìn tỷ đồng, tăng 8,8 nghìn đồng tỷ so với cùng kỳ năm 2023. Cơ cấu doanh thu của PV GAS TRADING tiếp tục chuyển dịch mạnh mẽ, doanh thu từ thị trường nước

ngoài tăng từ 25% năm 2022, lên 35% năm 2023 và đạt 45% trong 6 tháng đầu năm 2024 tương đương giá trị trên 450 triệu USD trong 6 tháng. Với các con số trên, PV GAS TRADING tiếp tục vượt qua chính mình, xác lập những cột mốc kỷ lục mới đầy ấn tượng và đáng tự hào về các chỉ tiêu sản xuất kinh doanh.

PV: Ông có thể chia sẻ những định hướng, chiến lược và kỳ vọng phát triển của PV GAS TRADING trong tương lai?

Ông Nguyễn Phúc Tuệ: Định hướng chiến lược trong thời gian tới, PV GAS TRADING tiếp tục tập trung củng cố thị trường trong nước, mở rộng quy mô kinh doanh thị trường xuất khẩu và quốc tế, tham gia vào thị trường kinh doanh các sản phẩm làm nguyên liệu cho hoá dầu.

Bên cạnh đó, phù hợp với xu thế chuyển dịch năng lượng và xu hướng sử dụng đa dạng các loại sản phẩm khí làm nhiên liệu, PV GAS TRADING sẽ đẩy mạnh triển khai mô hình kinh doanh tích hợp các sản phẩm khí, trong đó LNG là sản phẩm kinh doanh mới để đảm bảo sự linh hoạt, tối ưu chi phí cho khách hàng, đồng thời nâng cao lợi thế cạnh tranh của PV GAS/PV GAS TRADING.

Có thể nói, PV GAS TRADING đã tạo dựng được những nền tảng vững chắc, trên đà phát triển hiện nay sẽ luôn nỗ lực không ngừng, kiên định tăng trưởng và quyết tâm hiện thực hoá những mục tiêu lớn hơn nữa.

PV: Xin cảm ơn ông đã dành thời gian chia sẻ!

Cơ hội gỡ “thẻ vàng”



Hương Trà

Chống khai thác thủy sản bất hợp pháp, không báo cáo, không theo quy định (IUU) có ý nghĩa quan trọng, không chỉ tiếp tục mở ra cánh cửa cho thủy sản Việt vào thị trường Liên minh châu Âu (EU) mà còn là cơ hội mở ra sự phát triển bền vững của ngành thủy sản.

Thiệt hại kinh tế

Sau khi Ủy ban châu Âu (EC) dùng “thẻ vàng” cảnh báo đối với nghề cá và xuất khẩu hải sản Việt Nam vào thị trường Liên minh châu Âu (EU) vào tháng 10/2017, toàn bộ nghề cá Việt Nam đã chịu những tổn thất không nhỏ cả về xuất khẩu lẫn uy tín kinh doanh trên thị trường quốc tế.

Là một quốc gia ven biển có số lượng tàu đánh bắt xa bờ lớn, Việt Nam đóng vai trò quan trọng trong sản xuất và xuất khẩu cá trên toàn thế giới, chiếm khoảng 5% sản lượng thủy sản toàn cầu.

Việc ngăn chặn, loại trừ, tiến tới xóa bỏ tình trạng IUU là nhiệm vụ bắt buộc để gỡ cảnh báo “thẻ vàng” mà EC đã áp dụng để phát triển nghề cá có trách nhiệm và hội nhập quốc tế. Đây là chủ trương xuyên suốt của Đảng và Nhà nước ta. Điều này đã được thể chế hóa thông qua Luật Thủy sản năm 2017.

Theo Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP), kim ngạch xuất khẩu thủy hải sản sang EU đạt từ 950 triệu USD - 1,3 tỉ USD, chiếm 11 - 13% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của

Việt Nam, trong đó hải sản khai thác chiếm tỉ trọng từ 27 - 34%, đạt từ 280 - 365 triệu USD. Tuy nhiên, trong 3 năm gần đây, EU chỉ còn chiếm 9% xuất khẩu hải sản khai thác của Việt Nam, giảm tỉ trọng đáng kể so với mức 16% trước khi bị thẻ vàng IUU.

Trong thời gian bị áp “thẻ vàng”, 100% số container hàng hải sản xuất khẩu bị giữ lại cảng đến để kiểm tra nguồn gốc khai thác. Điều này khiến cho doanh nghiệp không chỉ mất thêm thời gian thông quan (có khi phải mất 3 - 4 tuần/container) mà còn tốn thêm chi phí, chỉ riêng kiểm tra “nguồn gốc” là khoảng 500 bảng Anh/container, chưa kể phí lưu giữ cảng... Rủi ro nhất là tỷ lệ lớn các container hàng bị từ chối, trả lại, khiến doanh nghiệp chịu tổn thất nặng nề.

Nỗ lực của các địa phương

Từ năm 2017, khi nhận cảnh báo “thẻ vàng” của EC, Việt Nam đã nhận thức được những tác động tiêu cực của vấn đề này đối với phát triển ngành thủy sản lâu dài. Để chống khai thác thủy sản bất hợp pháp, không báo cáo, không theo quy định và phát triển bền vững ngành thủy sản, nhiều địa phương đã có những hành động cụ thể, quyết liệt.

Cụ thể, các địa phương ven biển vẫn đang nỗ lực quản lý chặt tàu thuyền, tuyên truyền cho ngư dân về việc tuân thủ đánh bắt đúng ngành nghề đăng ký, không đi sai vùng, không vượt ranh giới cho phép. Từ tháng 10/2023 đến nay, tức là sau đợt kiểm tra lần thứ tư của EC, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông

Liên minh châu Âu (EU) nằm trong top 5 thị trường xuất khẩu lớn nhất của thủy sản Việt Nam, sau Mỹ, Trung Quốc và đứng trước Nhật Bản, Hàn Quốc.

thôn tỉnh Bình Định đã tổ chức 3 đoàn công tác vào làm việc tại các tỉnh phía Nam để phối hợp quản lý tàu cá, trực tiếp làm việc với 105 chủ tàu, thuyền trưởng có nguy cơ cao vi phạm để yêu cầu ký cam kết không vi phạm vùng biển nước ngoài.

Cùng với đó, tỉnh Bình Định tổ chức các buổi tuyên truyền trực tiếp đến tận người dân tại cơ sở, tổ chức đến từng hộ dân để tuyên truyền, vận động, yêu cầu chủ tàu, thuyền trưởng ký cam kết không vi phạm vùng biển nước ngoài, không vi phạm khai thác IUU.

Theo báo cáo của Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Bình Định, hiện địa phương có 3.221/3.244 tàu cá có chiều dài từ 15 m trở lên đã được trang bị thiết bị giám sát hành trình (chiếm 99,3%), còn lại 23 tàu cá bị hư hỏng, nằm bờ, không hoạt động sản xuất nên chưa lắp thiết bị giám sát hành trình. Đối với công tác xác nhận, chứng nhận và truy xuất nguồn gốc thủy sản từ khai thác, tỉnh đã tổ chức triển khai thực hiện 100% tàu cá có chiều dài từ 15 m trở lên bốc dỡ sản phẩm thủy sản khai thác tại cảng cá đều được giám sát và truy xuất nguồn gốc, đảm bảo về



Bộ đội biên phòng thường xuyên kiểm tra tàu cá để chống khai thác thủy sản bất hợp pháp

Theo báo cáo của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, trong đợt kiểm tra lần thứ 4 của Đoàn Thanh tra của EC vào tháng 10/2023, kết quả triển khai công tác chống khai thác IUU có sự tiến bộ so với trước, nhưng chưa giải quyết dứt điểm các tồn tại, hạn chế nên chưa thể gỡ được cảnh báo “thẻ vàng”.




Kỳ vọng EC gỡ “thẻ vàng” cho thủy sản Việt Nam sau lần thanh tra thứ 5

nhật ký khai thác, dữ liệu giám sát hành trình, sản lượng và thành phần loài phù hợp với nghề khai thác.

Tại tỉnh Quảng Trị, tổng số tàu cá toàn tỉnh tính đến cuối tháng 3/2024 là 2.666 chiếc, trong đó số tàu cá đã được thống kê, tổng hợp nhưng chưa được đăng ký là 380 chiếc. Trong thời gian gần đây, chỉ duy nhất 1 tàu cá vi phạm với lý do thiếu số danh bạ thuyền viên theo quy định, đã bị xử phạt 5 triệu đồng. Với nỗ lực khắc phục “thẻ vàng” IUU, trong 3 năm qua, tại Quảng Trị không có tàu cá nào có chiều dài từ 15 m trở lên vi phạm vùng biển nước ngoài; tỷ lệ đăng ký đăng kiểm tàu cá, cấp phép tàu cá được nâng lên trên 97%; tỷ lệ tàu cá có chiều dài trên 15 m lắp đặt thiết bị giám sát hành trình đạt 95,8%; cập nhật cơ sở dữ liệu tàu cá vào hệ thống VNFishbase quốc gia đạt 100%...

Tại tỉnh Quảng Ngãi, tính đến tháng 5/2024, tổng số tàu cá được cấp giấy phép khai thác thủy sản theo hạn ngạch gồm 3.665 tàu cá, đạt 86,62%. Đến nay, toàn tỉnh có 2.952 tàu đã lắp thiết bị giám sát hành trình (VMS), đạt gần 99,5% trên tổng số tàu đang hoạt động (không tính 126 tàu nằm bờ trong và ngoài tỉnh).



 Việt Nam đang nỗ lực gỡ “thẻ vàng” IUU

Lãnh đạo UBND tỉnh Quảng Ngãi yêu cầu thủ trưởng các cơ quan, đơn vị và địa phương liên quan tập trung thực hiện các giải pháp trọng tâm như: tăng thời lượng, tần suất thông tin, tuyên truyền; kiểm soát chặt chẽ tàu cá “3 không” (không đăng ký, không đăng kiểm, không cấp phép); không cho tàu cá đi khai thác thủy sản nếu không đầy đủ các giấy tờ liên quan, không để sót trường hợp vi phạm; không nhân nhượng, kiên quyết xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm, xử lý ở mức cao nhất theo quy định.

Tỉnh Cà Mau có trên 4.000 tàu cá, với hơn 1.500 tàu cá có chiều dài lớn nhất từ 15 m trở lên, đã lắp đặt thiết bị VMS, đánh dấu tàu cá theo quy định, đạt tỷ lệ 100%.



Quyết tâm gỡ “thẻ vàng” IUU trong năm 2024

Ngày 24/6/2024, Văn phòng Chính phủ ban hành Thông báo số 275/TB-VPCP, kết luận của Phó Thủ tướng Chính phủ Trần Lưu Quang tại Hội nghị Sơ kết Ban Chỉ đạo quốc gia về chống khai thác IUU.

Tại Thông báo, Phó Thủ tướng nêu rõ, đợt thanh tra lần thứ 5 của EC (dự kiến tháng 10/2024) là thời điểm quyết định để Việt Nam gỡ cảnh báo “thẻ vàng” trong năm 2024. Do đó các ngành, các cấp có liên quan từ trung ương đến địa phương phải xác định đây là nhiệm vụ quan trọng, thống nhất hành động với quyết tâm cao nhất để gỡ cảnh báo “thẻ vàng”. Phó Thủ tướng đề nghị Bí thư tỉnh ủy, thành ủy quán triệt thực hiện nghiêm Chỉ thị số 32-CT/TW ngày 10/4/2024 về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với công tác chống khai thác IUU, yêu cầu các Bộ trưởng, Thủ trưởng các bộ,

các cơ quan có liên quan và Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương ven biển trực tiếp lãnh đạo, tập trung chỉ đạo giải quyết dứt điểm các tồn tại, hạn chế hiện nay. Trong đó, tập trung cao độ thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp cấp bách, trọng tâm từ nay đến tháng 9 năm 2024, đảm bảo có số liệu, kết quả chứng minh cụ thể để làm việc với Đoàn thanh tra của EC.

Có thể thấy, dù gỡ “thẻ vàng” IUU còn nhiều thách thức, nhưng khi nhận thức đầy đủ, hành động quyết liệt thì có thể đạt được mục tiêu đề ra. Do đó, về lâu dài, cần quan tâm, cấu trúc lại nghề cá theo hướng minh bạch, trách nhiệm và bền vững; quan tâm tạo sinh kế phù hợp, nâng cao đời sống ngư dân, người lao động có liên quan. Đồng thời phải có chính sách bảo tồn, phát triển nguồn lợi thủy sản lâu dài. Trên cơ sở đó, nâng cao hình ảnh, vị thế, uy tín của Việt Nam.

Sẽ kiểm tra thêm lần nữa

Dự kiến tháng 10/2024, Đoàn thanh tra của EC sẽ sang Việt Nam kiểm tra tình hình, kết quả thực hiện các yêu cầu về IUU. Đây là lần thứ 5 EC đánh giá kết quả triển khai các khuyến nghị về chống đánh bắt IUU, nhằm đưa ra kết luận có thể gỡ bỏ hoặc duy trì cảnh báo “thẻ vàng” đối với sản phẩm thủy sản khai thác của Việt Nam.

Do đó, lãnh đạo các tỉnh thành ven biển phải tiếp tục chỉ đạo sát sao, thường xuyên liên tục và đồng bộ các giải pháp. Các tỉnh có hệ thống kết nối với thiết bị VMS phải trực 24/24 để phát hiện sớm tàu vượt ranh giới, mất kết nối. Đặc biệt là thực hiện các biện pháp mạnh không để tàu cá vi phạm khai thác bất hợp pháp ở vùng biển nước ngoài.

Đưa tính năng "Mua sắm hoàn tiền" vào danh mục Dịch vụ yêu thích, khách hàng sẽ thuận tiện hơn khi sử dụng



Hoàn tiền không giới hạn khi mua sắm trên ứng dụng PVConnect

Hướng tới mục tiêu xây dựng hệ sinh thái đa tiện ích trên nền tảng trực tuyến, đồng thời nâng cao chất lượng trải nghiệm khách hàng, Ngân hàng TMCP Đại Chúng Việt Nam (PVcomBank) mới đây vừa chính thức triển khai tính năng "Mua sắm hoàn tiền" trên ứng dụng ngân hàng số PVConnect.

Lê Hằng

Với "Mua sắm hoàn tiền" trên PVConnect, người dùng có thể thoải mái tận hưởng việc mua sắm trực tuyến và nhận khuyến mại từ hơn 300 thương hiệu, nhãn hàng uy tín hàng đầu trong các lĩnh vực: thương mại điện tử (Shopee, Lazada, Tiki...), đồ công nghệ (FPT Shop, Thế giới Di động...), thiết bị gia dụng (Điện máy Xanh...), hàng không (Vietnam Airlines, Vietjet Air...), du lịch nghỉ dưỡng (Agoda, Traveloka...), thời trang (Adidas, Vascara...), giáo dục (Apollo, ILA...)... Đặc biệt, khi sử dụng tính năng này, khách hàng còn được áp dụng ưu đãi hoàn tiền không giới hạn, giúp tiết kiệm đáng kể chi phí mua sắm thực tế so với giá gốc của sản phẩm.

Không những vậy, vào những dịp đặc biệt, khách hàng còn có thể nhận được thêm nhiều ưu đãi khác như giảm giá, quà tặng kèm, điểm thưởng... Điều này góp phần thúc đẩy thói quen thanh toán,

chi tiêu không dùng tiền mặt thông qua hệ sinh thái sản phẩm tài chính đa dạng của PVcomBank nói riêng, tạo động lực cho sự phát triển của thương mại điện tử, mua sắm trực tuyến nói chung.

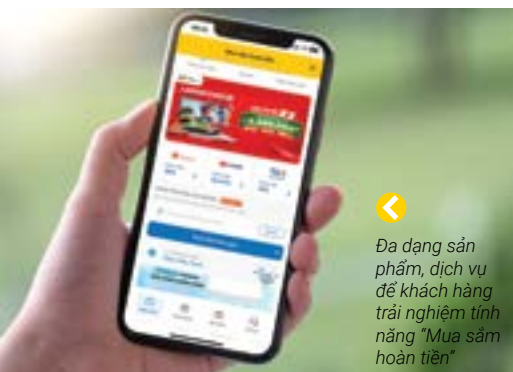
Theo đó, tính năng "Mua sắm hoàn tiền" trên ứng dụng PVConnect của PVcomBank không giới hạn cả về số lượng giao dịch cũng như số tiền được hoàn. Sau 30 ngày, số tiền hoàn sẽ được hệ thống phê duyệt và tự động chuyển vào tài khoản mua sắm hoàn tiền, từ đó khách hàng có thể dễ dàng chuyển tiền về tài khoản thanh toán tại PVcomBank. Tỷ lệ hoàn tiền sẽ tùy thuộc vào từng thương hiệu, sản phẩm, dựa trên các quy định và điều khoản cụ thể, do đối tác hợp tác triển khai cùng PVcomBank là Công ty TNHH Interspace Việt Nam chịu trách nhiệm quản lý. Đây là công ty liên doanh giữa Interspace Co., Ltd (Nhật Bản) và Tập đoàn MOG Việt Nam, được thành lập năm 2015 và chính thức vận hành sản phẩm chủ đạo là nền tảng AccessTrade - một nền tảng tiếp thị liên kết hàng đầu tại khu vực Đông Nam Á, kết nối hơn 1.000 doanh nghiệp có nhu cầu quảng bá sản phẩm, dịch vụ với mạng lưới hơn 1,5 triệu đối tác sở hữu kênh online, phục vụ quảng bá trên quy mô rộng khắp.

Đại diện PVcomBank cho biết: "Việc ra mắt tính năng "Mua sắm hoàn tiền" trên ứng dụng PVConnect là một bước tiến quan trọng, khẳng định cam kết trong việc thúc đẩy số hóa toàn diện và xây dựng hệ

sinh thái số đa tiện ích của PVcomBank. Tính năng này không chỉ mở rộng mạng lưới hợp tác với các đối tác và thương hiệu uy tín mà còn nâng cao trải nghiệm mua sắm của khách hàng. Chúng tôi tin rằng, với những giải pháp sáng tạo và linh hoạt trên PVConnect, PVcomBank sẽ đáp ứng và phục vụ tốt hơn nhu cầu mua sắm online của khách hàng, đặc biệt là những khách hàng trẻ, năng động trong thời đại công nghệ số phát triển nhanh chóng".

Song song với chính sách hoàn tiền khi mua sắm trực tuyến, khách hàng cũng có thể trải nghiệm thêm nhiều chương trình khuyến mại cùng các tính năng ưu việt khác trên ứng dụng PVConnect như: tích điểm đổi quà PVOne, ưu đãi chuyển tiền quốc tế online, thanh toán tự động, tư vấn giải pháp dựa trên tình hình tài chính thực tế...

Là phiên bản ngân hàng số hoàn toàn mới, hiện đại, có sự cải tiến vượt bậc về công nghệ, được thiết kế với tính ứng dụng cao, PVConnect không chỉ mang đến tốc độ trải nghiệm mượt mà hơn cho khách hàng, mà còn cho phép người dùng dễ dàng kích hoạt, sử dụng trọn vẹn các tính năng, tiện ích trong hệ sinh thái sản phẩm, dịch vụ tài chính đa dạng của PVcomBank. Hơn hết, sự ra đời của ngân hàng số PVConnect còn là bước tiến quan trọng trong hành trình chuyển đổi số toàn diện tại PVcomBank, hướng đến mục tiêu trở thành một định chế tài chính hiện đại, đáp ứng trọn vẹn nhu cầu của các phân khúc khách hàng.



Đa dạng sản phẩm, dịch vụ để khách hàng trải nghiệm tính năng "Mua sắm hoàn tiền"



Khởi thông dòng chảy đầu tư nông nghiệp

Hồng Nhung

Trong những năm qua, Đảng, Nhà nước có nhiều chủ trương, chính sách để thu hút các doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực nông nghiệp như: Nghị quyết số 26-NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn; Nghị quyết số 19-NQ/TW về nông nghiệp, nông dân, nông thôn đến năm 2030 và tầm nhìn đến năm 2045; Nghị định 57/2018/NĐ-CP về cơ chế chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn; Nghị quyết 53/NQ-CP về giải pháp khuyến khích, thúc đẩy doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp hiệu quả, an toàn và bền vững...

“Nút thắt” hút doanh nghiệp

Nhìn lại bức tranh doanh nghiệp đầu tư vào ngành nông nghiệp những năm gần đây có thể thấy, ngày càng có nhiều doanh nhân, doanh nghiệp tâm huyết đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn. Các doanh nghiệp đang trở thành nòng cốt trong chuỗi giá trị nông sản. Nông nghiệp thành trụ đỡ của nền kinh tế.

Tuy vậy, so với yêu cầu và tiềm năng to lớn của nông nghiệp Việt Nam hiện nay, dư địa đầu tư nông nghiệp vẫn còn rất lớn. Để canh nông bứt phá, phát triển mạnh mẽ hơn nữa, chúng ta vẫn đặc biệt cần nhiều hơn nữa sự tham gia đầu tư của các doanh nghiệp, doanh nhân, các tập đoàn lớn.

Người nông dân Việt Nam luôn đóng vai trò chủ thể, là trung tâm của quá trình phát triển nông nghiệp, còn doanh nghiệp đóng vai trò là người đồng hành, dẫn dắt và thúc đẩy hoạt động kinh tế nông nghiệp. Đầu tư vào nông nghiệp sẽ cần tính đến yếu tố bền vững. Thay vì dựa vào đầu tư theo chiều rộng, nhờ tăng diện tích, tăng vụ, dựa vào các yếu tố đầu tư, truyền thống như lao động, vốn, vật tư, nguồn lực tự nhiên để tạo ra được khối lượng nhiều nhưng giá trị chưa thật cao...

Người nông dân dần, đã và đang chuyển mình trong thời đại số. Lợi thế của phổ cập internet bằng thông rộng của Việt Nam tới trên 99,7% lãnh thổ đã thúc đẩy nông nghiệp, nông dân tự tin tiến ra thị trường bằng những kiến thức, kỹ năng số hoàn toàn mới mà trước đây chưa bao giờ có.

Không chỉ dần thay đổi tư duy, thay đổi thói quen canh tác, họ đã và đang cập nhật ứng dụng khoa học, công nghệ và giao dịch trên nền tảng số. Nhưng nếu chỉ các “bác nông dân” tham gia vào chuỗi giá trị nông nghiệp sẽ không thể thành công nếu không có các doanh nghiệp, doanh nhân, các tập đoàn đầu tư lớn, trọng điểm vào một số lĩnh vực nông nghiệp.

Việt Nam bên cạnh những thuận lợi của hạ tầng số, lĩnh vực nông nghiệp vẫn là lĩnh vực đầu tư có nhiều rủi ro. Canh nông luôn đối diện thách thức về biến đổi khí hậu, thiên tai, hạn hán và xâm nhập mặn, dịch bệnh và sự biến động hàng ngày của giá nông sản hay sự thay đổi nhu cầu, phương thức của người tiêu dùng...

Thống kê của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cho thấy, hiện cả nước có khoảng trên 50.000 doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, một con số rất khiêm tốn so với tổng số trên 900.000 doanh nghiệp đang hoạt động ở nước ta. Điều này cho thấy việc thu hút doanh nghiệp đầu tư vào ngành nông nghiệp vẫn đang là bài toán khó cần lời giải ở nhiều địa phương.

Trong hơn 900.000 doanh nghiệp của cả nước đang hoạt động thì chỉ có khoảng trên 50.000 doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp. Doanh nghiệp hoạt động ở vùng nông thôn rất ít, chỉ dưới 10%, còn lại chủ yếu đầu tư vào các cụm, khu công nghiệp, khu đô thị. Điều này cho thấy, việc thu hút doanh nghiệp đầu tư vào ngành nông nghiệp, vùng nông thôn vẫn đang là bài toán cần lời giải ở nhiều địa phương.



Cần cơ chế khuyến khích đầu tư đủ mạnh

Nông nghiệp là lợi thế quốc gia, trụ đỡ của nền kinh tế. Thu hút doanh nghiệp, nhà đầu tư vào chuỗi giá trị nông nghiệp được xem là giải pháp trọng tâm để ngành nông nghiệp phát triển bền vững.

Phát triển nông nghiệp bền vững là định hướng nông nghiệp xanh, hữu cơ, tuần hoàn, chuyển tư duy từ sản xuất nông nghiệp sang phát triển kinh tế nông nghiệp gắn với nhu cầu thị trường. Trong quá trình chuyển đổi này, các doanh nghiệp đóng vai trò quan trọng, là người đồng hành dẫn dắt và thúc đẩy phát triển nông nghiệp bền vững. Do vậy, phát triển doanh nghiệp bền vững phải gắn với quản lý, bảo tồn và tái tạo tài nguyên thiên nhiên với môi trường, gắn với phát triển nông dân giàu có, nông thôn phồn vinh.

Trong thời gian qua, Chính phủ đã ban hành nhiều chính sách để thu hút, khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn. Tuy nhiên, đầu tư vào nông nghiệp luôn hàm chứa nhiều rủi ro khó lường trước, nên để đưa chính sách đi vào thực tiễn, Chính phủ và các địa phương cần đặc biệt quan tâm tháo gỡ khó khăn, tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp nông nghiệp bằng những cơ chế hỗ trợ thiết thực.

“Để Việt Nam có vị trí cao trên bản đồ nông nghiệp thế giới, qua đó góp phần phát triển bền vững kinh tế, xã hội đất nước nói chung, ngành nông nghiệp nói riêng, chúng ta cần sớm hóa giải khó khăn, thách thức nội tại, coi trọng tâm phát triển doanh nghiệp nông nghiệp, doanh nghiệp nông thôn là chìa khóa của thành công”.

Ông Nguyễn Ngọc Quang, Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa ngành nghề nông thôn Việt Nam (VARISME)

Đổi lại, đầu tư vào nông nghiệp và nông thôn là cách để doanh nhân góp phần thực hiện khát vọng đưa nước ta trở thành quốc gia phát triển, phồn vinh, văn minh, hạnh phúc. Đây cũng là sứ mệnh của doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn hiện nay.

Ở góc độ tài chính, các ngân hàng cần thực sự đồng hành cùng doanh nghiệp nông nghiệp. Có chính sách ưu đãi đặc biệt cho nông nghiệp xanh vì

hiện nay lãi suất còn khá cao so với khả năng lợi nhuận nên doanh nghiệp không thể vay vốn đầu tư nông nghiệp.

Mặt khác, có chính sách thu hút đầu tư từ các doanh nghiệp có năng lực về công nghệ chế biến và phát triển thị trường, đầu tư cơ sở hạ tầng nông thôn, các vùng nguyên liệu tập trung. Các địa phương cần chọn lựa nhà đầu tư có quan điểm phát triển bền vững, có năng lực thực hiện dự án đúng cam kết.





Dấu ấn sợi tự nhiên trong thời trang hiện đại

Phương Loan



Từng sợi tơ sen được kéo bằng tay một cách tinh xảo (Ảnh: nld.vn)

Sợi gai

Từ xa xưa, phương Đông hay phương Tây đều kéo vỏ cây gai thành sợi để dệt vải. Những chiếc túi gai, mũng gai, quần áo từ sợi gai cho đến chiếu gai cũng đã được làm thủ công và con người sử dụng trong suốt chiều dài lịch sử.

Vải gai xưa có phần thô ráp, xù xì. Nhưng nay công nghệ phát triển, vải sợi gai đẹp hơn, được ứng dụng trong ngành thời trang mang đầy đủ các ưu điểm vượt trội như thoáng khí, thấm hút mồ hôi và mang lại một chất “thô riêng biệt”. Những nét đặc trưng nhất của vải sợi gai đã được nhiều nhà thiết kế biến tấu vận dụng.

Tại Tuần lễ thời trang House of iKons London 2024, bộ sưu tập (BST) của Nhà thiết kế (NTK) Việt Nam Phạm Ngọc Anh trình diễn khiến giám giả thích thú khi chất liệu chủ đạo của BST được làm từ vải sợi tự nhiên, trong đó có sợi vải gai.

NTK Phạm Ngọc Anh cho biết: *“Những cây gai xanh được trồng ở Điện Biên khi dệt thành vải có bề mặt xốp cao, nhẹ nên có khả năng hút ẩm, tia UV và các chất thải trong môi trường khí rất tốt. Vải gai được ví như loại lụa cao cấp dòng vegan. Riêng đối với vải gai dầu được lấy từ bà con dân tộc vùng núi phía Bắc như Hà Giang, Lào Cai, Hòa Bình..., nơi những người thợ để làm ra được tấm vải mềm, nhẹ hơn đã phải lăn đá hàng giờ liền. Kết hợp với thổ cẩm, các loại vải này dựng thành từng trang trong BST làm nên vẻ đẹp mộc mạc, độc đáo, được nhiều khách hàng thời trang của tuần lễ chú ý”.*

Thời trang thân thiện với môi trường đang dần trở thành xu thế. Trong đó, việc tận dụng các loại sợi từ tự nhiên làm chất liệu là hướng đi được nhiều nhà thiết kế và doanh nghiệp thời trang lựa chọn.

Sợi dứa

Cây dứa được trồng phổ biến ở Việt Nam và các nước trên thế giới. Cây dứa sau khi thu hoạch trái thì phần lá dứa thường bỏ gây lãng phí. Lý do là vì lá dứa có nhược điểm rất lâu phân hủy khi ủ lên men làm phân xanh, còn làm thức ăn chăn nuôi lại không phù hợp.

Việc thành công trong sản xuất tơ từ lá dứa là bước đột phá tận dụng được phụ phẩm sau thu hoạch, tạo thêm việc làm, thu nhập cho người nông dân. Lá dứa khi tách thành sợi có độ mỏng, mềm và mảnh hơn so với xơ dứa và sợi đay. Sợi từ lá dứa có đặc tính độ bền không cao nên thường được pha cùng những loại

sợi có độ bền cao để tạo thành vải vừa có độ mềm của sợi lá dứa, vừa có độ bền của những loại sợi khác.

NTK Minh Hạnh được mệnh danh là “phù thủy của chất liệu truyền thống” đã cùng các cộng sự tạo ra những chiếc áo bà ba từ những sợi dứa từ vùng Cầu Đúc, tỉnh Hậu Giang. Trong khuôn khổ Festival “Áo bà ba” tại thành phố Vị Thanh, tỉnh Hậu Giang, tháng 10 năm 2023, NTK Minh Hạnh đã giới thiệu BST thời trang làm từ sợi lá dứa. Chất liệu, họa tiết của BST để lại nhiều ấn tượng đẹp về một lễ hội văn hóa mang đậm tính truyền thống của miền sông nước Nam Bộ.

Gai được lấy phần thân và phơi khô ráo, sau khi đã phơi khô sẽ được đem đi nghiền nát và tạo thành từng sợi nhỏ



NTK Minh Hạnh cho biết: “Các nhà thiết kế khi sử dụng chất liệu tự nhiên đều rất e ngại vì chất liệu tự nhiên dễ ra màu, dễ sờn, dễ co rút. Nhưng trong thực tế, chất liệu tự nhiên mang lại cho người mặc một cảm giác không có gì có thể thay thế được. Chất liệu tự nhiên là một xu thế, bởi nó bảo vệ sức khỏe, và bảo vệ môi trường.”



Nghệ nhân Phan Thị Thuận bên những chiếc khăn làm từ lụa sen (Ảnh: nld.vn)



Những chiếc áo bà ba được làm từ sợi lá dứa được trình diễn trong Festival “Áo bà ba”

Sợi sen

Sợi sen được tạo ra từ phần xơ của hạt, lá và thân sen. Để có được thành phẩm vải lụa tơ sen đòi hỏi rất nhiều công sức và trải qua một quy trình phức tạp, nên loại vải này được biết đến là một trong những loại vải có giá thành đắt đỏ nhất.

Vải sợi sen xuất phát từ Myanmar tại một ngôi làng có tên là Chaing Kham. Vào đầu những năm 1900, một người phụ nữ Intha tên Sa Oo đã sáng chế ra phương pháp chiết xuất xơ từ cuống sen để dệt thành vải. Sau đó, kỹ thuật sản xuất sợi sen được du nhập vào Việt Nam và được phát triển bởi các làng nghề truyền thống.

Ở làng Phùng Xá, huyện Mỹ Đức, thành phố Hà Nội, ngoài hoạt động ươm tơ dệt lụa chủ lực, người ta cũng

biết đến nơi đây với những sản phẩm làm từ sợi sen. Công đoạn tạo tơ sen rất khó khăn, phải làm sao kéo được sợi tơ trong cuống sen một cách cẩn thận, nhẹ nhàng để tơ không bị đứt, dùng tay cuộn nhiều sợi tơ sen trên mặt bàn ướt đến khi sợi tơ đủ dày. Mọi công đoạn từ lựa chọn cuống sen, rút sợi đến việc dệt tơ sen thành tấm lụa đều phải rất tỉ mỉ, kỳ công, nhẫn nại.

Năm 2017, nghệ nhân Phan Thị Thuận chuyển hướng từ tơ lụa đũi sang thử nghiệm lấy tơ từ những cuống sen. Trải qua nhiều thử nghiệm, khó khăn, cuối cùng bà đã thành công. Bà Thuận đã nghiên cứu thành công tơ sen và dệt được tơ sen vào tơ tằm. “Để dệt chiếc khăn dài 1,7 m rộng 0,25 m phải cần tới 4.800 cuống sen. Một người thợ chăm chỉ, thạo việc một ngày cũng chỉ làm được 200 - 250 cuống sen. Tính ra để hoàn thiện một chiếc khăn phải mất khoảng 1 tháng. Sợi tơ sen mảnh, dễ đứt nên phải rất khéo léo, tỉ mỉ mới có thể rút được sợi tơ. Đặc biệt, tất cả các cuống sen đều phải xử lý trong vòng 24 tiếng đồng hồ nếu không cuống sẽ bị khô, tơ bị rút lại và sợi sẽ hỏng hoàn toàn”, bà Thuận cho biết thêm.

Tháng 7/2019, khi Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc cùng phu nhân tham dự Hội nghị G20 và thăm chính thức Nhật Bản, Thủ tướng và phu nhân đặc biệt làm quà tặng cho phu nhân Thủ tướng Nhật, đó chính là chiếc khăn quàng dệt từ tơ sen Mỹ Đức của nghệ nhân Phan Thị Thuận.

Sợi tre (sợi bamboo)

Tre không chỉ là loại cây quen thuộc mà còn mang biểu tượng văn hóa, là hình ảnh gắn với làng quê Việt. Chất liệu bamboo (vải từ sợi tre) là một ứng dụng quan trọng trong ngành may mặc. Vải bamboo đã có mặt và ngày càng trở nên phổ biến bởi nhiều tính năng ưu việt mang đến cho người dùng.

Chất liệu vải sợi tre được chiết xuất chủ yếu từ cellulose của thân cây tre già cùng một số chất phụ gia giúp cấu trúc vải bền chắc, an toàn và thân thiện với môi trường.

Cũng như các loại sợi tự nhiên, vải sợi tre sở hữu những đặc tính tự nhiên riêng từ cây tre như mềm mại, thoáng khí, thấm hút mồ hôi tốt, chống tia UV và đặc biệt là ít nhăn. Vải bamboo thân thiện môi trường nên không chỉ được sử dụng phổ biến trong thời trang mà còn được dùng để sản xuất đồ gia dụng và đồ nội thất.

Theo nhiều nguồn tư liệu thì vải bamboo có nguồn gốc từ châu Á. Sợi tre đầu tiên xuất hiện tại trường Đại học Bắc Kinh, Trung Quốc. Vào năm 2000, quy trình sản xuất vải sợi tre được hoàn chỉnh hơn khi thêm các loại dung môi hiện đại và một số chất tẩy trắng khác để tạo nên chất vải bamboo cao cấp và chất lượng. Hiện nay, vải bamboo đã phổ biến trên toàn thế giới, thị trường Âu - Mỹ rất ưa chuộng loại vải tự nhiên và thân thiện với môi trường này. Thị trường Việt Nam cũng có rất nhiều thương hiệu thời trang Việt ứng dụng loại sợi này như Yody, Mamaru, Owen... •



Nguyên liệu sợi dứa góp phần xanh hóa ngành dệt

Mỹ Anh

Thơm, khóm hay dứa đều là các tên gọi của loại trái cây có tên khoa học là *Ananas comosus*, là một trái cây tượng trưng cho mùa hè vùng nhiệt đới. Quả dứa là món ăn nhiệt đới khoái khẩu và còn để chế biến thành nhiều loại thực phẩm, thành gia vị của nhiều món ẩm thực khác nhau. Lá dứa thường bỏ đi, hoặc chỉ được ứng dụng hạn chế và luôn bị coi là một phế phẩm sau thu hoạch.

Nhưng trong ngành thời trang, xơ sợi dứa lại được các nhà thiết kế và các doanh nghiệp dệt quan tâm. Bởi cây dứa vốn mang trong mình tính kháng khuẩn tự nhiên, nên đây sẽ là chất liệu tạo ra các sản phẩm thân thiện và thích ứng với mọi làn da, kể cả những người có da nhạy cảm.

Chưa hết, sợi tơ dứa cực kỳ mảnh, mềm và mịn nên những tấm vải sợi dứa thành phẩm có độ bóng khá cao, bề mặt mềm mại tương tự như vải lanh hoặc lụa tự nhiên. Công nghệ dệt hiện đại đã giúp kết cấu sợi dứa bền chắc nhưng vẫn thoáng khí, dễ dàng hấp thụ thuốc nhuộm và giữ màu tốt.

Trong những năm gần đây, ở Việt Nam, không ít những người đam mê với sợi lựa chọn dứa làm chất liệu cho sản phẩm của mình.

Chia sẻ về hành trình gắn bó với sợi dứa, bà Trần Thị Mỹ Hải, chuyên gia trong ngành dệt, người từng có nhiều năm làm việc tại Công ty Cổ phần Dệt may Hà Nội (HANOSIMEX), một trong những công ty cung ứng sợi - dệt - may lớn của Việt Nam, cho biết: Bà cùng

Xơ sợi cây dứa từ lâu đã được nhiều doanh nghiệp dệt may và các nhà thiết kế ưu tiên lựa chọn làm chất liệu cho sản phẩm của mình. Xuất xứ từ tự nhiên, loại sợi này ngày càng khẳng định “tầm quan trọng”, mang tính “cách mạng, xanh hóa” cho ngành dệt may.

Công ty TNHH Viet Fiber đã sản xuất ra xơ dứa bằng phương pháp cơ học 100%, không sử dụng nước trong quá trình phân tách xơ nên không ảnh hưởng đến môi trường đất và nước. Đồng thời, những tấm vải đầu tiên được kéo sợi và dệt bằng xơ dứa cũng được ra mắt.

Bà Hải giải thích, dứa là xơ libe, thông thường xơ libe rất cứng, rất khó tạo vòng. Bình thường, xơ libe chỉ dệt được trên vải dệt thoi, thế nhưng bà cùng các cộng sự nghiên cứu và đã thực hiện dệt loại sợi này trên vải dệt kim. *“Hiện tại, tôi đã phân tách được xơ và kéo được sợi chỉ số 20, pha 50% dứa, 50% bông và dệt trên vải tơ tầm pha lẫn dũi. Trong đợt kéo sợi gần nhất, tôi đã pha được chỉ số cao hơn là 32. Rất mừng là sợi dứa này đã dệt được trên vải dệt kim”*, bà Hải vui mừng kể.

Bà Hải cùng Công ty TNHH Viet Fiber đưa nhà máy về tỉnh Tiền Giang, vùng sản xuất dứa lớn nhất nước. Dứa sau khi thu hoạch quả thì toàn bộ lá sẽ được đưa thẳng về nhà máy, tuyển chọn lá đẹp để làm xơ sợi và thu hồi lại làm enzyme sản xuất thức ăn chăn nuôi xuất đi Nhật.

Quy trình sản xuất xơ sợi này không cần dùng đến nước. Thông thường, khi phân tách xơ, một lượng nước không hề nhỏ sẽ bị thải ra môi trường. Còn với công nghệ của Viet Fiber, mọi thứ đều được xử

lý, tuần hoàn, không có bất cứ thứ gì thải ra môi trường. Đây sẽ là tín hiệu xanh hoá của ngành dệt may Việt Nam.

Chia sẻ sâu hơn về quy trình tạo ra sợi dứa chất lượng cao, bà Hải cho biết, sản xuất xơ dứa phải có hai quá trình riêng biệt là sản xuất xơ thô và sản xuất xơ bông hóa. Cụ thể, hai công đoạn này được thực hiện tách biệt.

Đầu tiên, bà cùng Viet Fiber đã đưa nhà máy về vùng nguyên liệu để người dân làm và thu mua xơ đó. Phần thứ hai, bà đã tạo xơ giống như xơ bông, để kéo trên những dây chuyền kéo sợi xơ bông thông thường. Với cách này, chất lượng sợi sẽ tốt hơn sản xuất lá dứa theo phương pháp truyền thống.

Thời điểm hiện tại, Công ty TNHH Viet Fiber đã áp dụng dây chuyền sản xuất công nghệ mới đạt năng suất cao gấp 8 - 10 lần so với các thiết bị trên thị trường. Lượng xơ khai thác đạt từ 32 - 40 kg/ngày.

Bà Hải khẳng định, công ty sẽ tập trung vào việc xây dựng đội ngũ kiểm soát chất lượng sợi đầu vào để đảm bảo sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn cao nhất, phục vụ cả thị trường trong nước và quốc tế. Đây hứa hẹn là bước đi quan trọng, góp phần thúc đẩy sự bền vững và phát triển của ngành dệt may trong tương lai.



Đa dạng hóa chế phẩm từ thanh long

giải tỏa sức ép tiêu thụ

Tuệ Lâm

Tại Việt Nam, thanh long được trồng ở 32 tỉnh thành, nhưng chủ yếu ở các tỉnh, thành phố như: Bình Thuận, Long An, Tiền Giang, Đồng Nai. Do dễ trồng và đem lại lợi nhuận cao nên nhiều nhà vườn cũng bắt đầu chuyển sang trồng loại cây này. Vì thế diện tích trồng thanh long trên cả nước cũng tăng lên đáng kể. Năm 2013 diện tích trồng thanh long cả nước là 28.700 ha, đến năm 2023 diện tích trồng thanh long đã trên 55.000 ha.

Việc đẩy mạnh sản xuất vụ nghịch đã giúp thanh long Việt Nam có thể cho thu hoạch quanh năm. Vụ thuận từ tháng 4 đến tháng 9, vụ nghịch từ tháng 10 đến tháng 2 - 3 năm sau. Đây là lợi thế cạnh tranh của xuất khẩu thanh long Việt Nam. Giá trị xuất khẩu thanh long Việt Nam liên tục tăng từ 57,15 triệu USD năm 2010 lên đến trên 100 triệu USD năm 2011 và vượt mốc 1 tỷ USD từ năm 2017 đến năm 2020. Đồng thời, thanh long là sản phẩm chiếm tỷ trọng chủ yếu, trên 30% giá trị xuất khẩu của ngành rau quả liên tục trong giai đoạn từ năm 2015 - 2020.

Việc tăng cường đầu tư vào nghiên cứu các công nghệ chế biến sau thu hoạch, đa dạng hóa sản phẩm từ thanh long là giải pháp cần thiết để giải tỏa sức ép tiêu thụ trái tươi, cũng như phát triển bền vững cây thanh long.

Thanh long được xem là loại trái cây lạ, quý ở không ít thị trường trên thế giới. Ngoài thị trường chính là Trung Quốc, thanh long Việt Nam đã xuất khẩu đến các nước Ấn Độ, Mỹ, Canada, EU, Úc, New Zealand, Hàn Quốc, Nhật Bản, Thái Lan. Hiện trên thế giới, tổng diện tích thanh long ước đạt 140.000 - 145.000 ha. Trong đó, tại châu Á, diện tích thanh long tập trung chủ yếu tại Trung Quốc, Việt Nam, Ấn Độ, Indonesia, Thái Lan, Đài Loan, Malaysia... Ngoài ra, khu vực Trung Đông có Israel; khu vực châu Mỹ có Ecuador, Nicaragua, Mexico, Colombia.

Trong một thời gian khá dài, Việt Nam là nước đứng đầu thế giới về diện tích, sản lượng thu hoạch và xuất khẩu. Nhiều năm liền, thanh long nằm trong nhóm ngành hàng đem về tỷ đô cho nông sản Việt Nam. Tuy nhiên, do

diện tích trồng thanh long của Trung Quốc tăng "thần tốc" từ 3.400 ha năm 2011 lên đến 67.000 ha vào năm 2021 (sản lượng đạt 1,6 triệu tấn), vượt qua Việt Nam. Đây được xem là một trong những nguyên nhân khiến xuất khẩu thanh long Việt Nam dần mất ưu thế tại Trung Quốc.

Trước bối cảnh nhiều quốc gia mở rộng diện tích dẫn đến sản lượng thanh long tăng, để tránh tình trạng cung vượt cầu, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn chủ trương không gia tăng diện tích thanh long, nhất là tại các vùng đất đai, tưới tiêu không phù hợp, không có điều kiện đầu tư thâm canh. Ngoài ra, tăng cường đầu tư vào nghiên cứu các công nghệ chế biến sau thu hoạch, đa dạng hóa sản phẩm từ thanh long nhằm giải tỏa sức ép tiêu thụ trái tươi, cũng như phát triển bền vững cây thanh long.

Đa dạng hoá chế phẩm từ thanh long

So với quả thanh long ruột trắng thì quả thanh long đỏ có vẻ ngoài hấp dẫn hơn, thành phần dinh dưỡng cũng cao gấp đôi. Phần thịt quả thanh long màu đỏ nổi bật nhờ chất tạo màu chính là betacyanin. Betacyanin có khả năng chống oxy hóa mạnh, giúp bảo vệ tế bào khỏi sự tổn thương của gốc tự do. Phần thịt quả thanh long ruột đỏ chủ yếu là nước, hàm lượng chất xơ chiếm tỷ lệ cao, không những vậy còn có các chất vi lượng rất cần thiết cho cơ thể như vitamin C, vitamin nhóm B, sắt, canxi, kali, nên được người tiêu dùng rất ưa chuộng.

Nhằm góp phần đa dạng hóa các sản phẩm sau chế biến, nâng cao giá trị trái thanh long nói chung và thanh long ruột đỏ nói riêng, Viện Công nghiệp thực phẩm, Bộ Công Thương đã thực hiện đề tài "Nghiên cứu công nghệ chế biến một số sản phẩm từ quả thanh long ruột đỏ (siro, mứt nhuyễn) phục vụ sản xuất kem, sữa chua". Bởi lẽ các dạng sản phẩm dạng siro và mứt nhuyễn từ trái cây là những sản phẩm thực phẩm có nhiều ứng dụng đang được ưa chuộng trên thị trường. Đây là loại sản phẩm được sản xuất từ quả nguyên chất hay dịch quả tự nhiên nguyên chất hiện rất được người tiêu dùng yêu thích do giá trị dinh dưỡng cao và rất tốt cho sức khỏe.

Sau hơn một năm nghiên cứu và thử nghiệm (9/2022 - 12/2023), đề tài đã



Sản phẩm siro thanh long và mứt nhuyễn thanh long của Viện Công nghiệp thực phẩm

thu được nhiều kết quả nổi bật. Cụ thể, đã xây dựng được quy trình sản xuất siro thanh long quy mô 50 kg nguyên liệu/mẻ. Sản phẩm mứt nhuyễn và siro thanh long ruột đỏ được ứng dụng trong sản xuất sữa chua tại Công ty Cổ phần Sữa Ba Vì và sản xuất kem tại Công ty Kem Goofoo. Các sản phẩm bước đầu được đánh giá cảm quan hấp dẫn người tiêu dùng và làm đa dạng sản phẩm thực phẩm.

Chia sẻ về hiệu quả kinh tế của sản phẩm, chủ nhiệm đề tài ThS. Nguyễn Hoàng Phi cho biết: "Theo tính toán, để sản xuất ra một chai siro thanh long 500 ml sẽ tốn khoảng 43.090 đồng, giá bán 1 chai sản phẩm là 55.000 đồng. Do đó, mỗi chai sản phẩm bán ra sẽ thu được lợi nhuận 11.010 đồng. Còn để sản xuất 1 chai

mứt nhuyễn thanh long sẽ cần chi phí là 29.650 đồng, giá bán là 40.000 đồng, vậy lãi cho mỗi chai sẽ đạt 10.350 đồng".

Xét về hiệu quả xã hội, đề tài bước đầu ứng dụng tại các doanh nghiệp chế biến thực phẩm, làm phong phú thêm các sản phẩm từ quả thanh long ruột đỏ. Đồng thời, nâng cao được giá trị của sản phẩm nông nghiệp. Đề tài đã tận dụng được nguồn nguyên liệu dồi dào trong nước để sản xuất ra các sản phẩm có chất lượng tốt và giá thành hợp lý, có khả năng ứng dụng và cạnh tranh với các sản phẩm cùng loại trên thị trường khu vực, góp phần nâng cao giá trị cho sản phẩm thanh long, hướng tới khắc phục tình trạng dư thừa trái thanh long khi thị trường xuất khẩu gặp khó khăn.



"Lần đầu tiên, trái thanh long có trong mì tôm"

Câu nói này đã trở thành một hiện tượng mạng lan truyền với tốc độ chóng mặt trên các trang mạng xã hội. Mì thanh long là ý tưởng sáng tạo của thương hiệu VinaCaty, một sản phẩm của Công ty TNHH Caty Food. Mì thanh long VinaCaty là sự kết hợp giữa hương vị truyền thống của mì tôm với sự tươi mát, thanh khiết của trái thanh long. Sự ra đời của mì ăn liền thanh long đã góp phần giải cứu thanh long cho bà con nông dân trong thời điểm giá thanh long xuống thấp do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19. Sản phẩm cũng được người tiêu dùng đón nhận tích cực, trở thành một trong những sản phẩm mì ăn liền bán chạy nhất của VinaCaty.

Trước đó, khi mì tôm thanh long chưa xuất hiện, để "giải cứu" thanh long không xuất khẩu được, người dân đã nảy ra sáng kiến trộn thanh long vào bột bánh mì để làm ra những chiếc bánh mì thanh long độc nhất của Việt Nam. Món ăn này cũng trở thành một hiện tượng lạ lúc bấy giờ. Với hương vị mới lạ, món bánh mì thanh long được lan truyền khắp cõi mạng và nhận được rất nhiều sự ủng hộ của mọi người. Nhờ đó, thanh long được tiêu thụ với tốc độ nhanh chóng, giải cứu nông dân khỏi tình thế khó khăn.



Phát triển bền vững cây táo mèo Yên Bái

Lan Chi

Tuy vậy, cây táo mèo ở mỗi vùng địa lý, thổ nhưỡng khác nhau của miền núi phía Bắc, lại cho các loại trái có chất lượng khác nhau. Quả táo mèo ngon nhất, có hương thơm, mùi vị đặc trưng và độ chua - chất cân bằng nhau là táo mèo Yên Bái. Đây là khu vực đồi núi có độ cao trên 1.000 m, khí hậu ôn hòa, mát mẻ, rất thích hợp để cây táo mèo sinh trưởng và phát triển.

Những điều kiện thổ nhưỡng thuận lợi của Yên Bái giúp cây táo mèo ra hoa và kết trái với sản lượng rất lớn. Theo số liệu thống kê, tỉnh Yên Bái có khoảng 3.820 ha trồng cây táo mèo, sản lượng bình quân đạt từ 2.500 - 3.000 tấn quả/năm. Trong đó, Mù Cang Chải là địa phương có diện tích, sản lượng táo mèo lớn nhất tỉnh.

Cây táo mèo thích hợp trồng ở đất rừng, tơi xốp, màu nâu xám, độ dày tầng đất > 50 cm, độ pHKCl từ 5,5 - 7. Táo mèo là giống cây ưa ẩm nên cần có chế độ tưới nước đầy đủ cho cây. Do đó, tùy tình hình thời tiết và sức khỏe của cây mà tăng giảm lượng nước tưới cho

Cây táo mèo (hay còn gọi là sơn tra) là cây trồng kinh tế cao, vừa là một vị thuốc quý được trồng chủ yếu ở vùng núi phía Bắc Việt Nam.

phù hợp. Người nông dân nên tưới vào lúc sáng sớm hoặc chiều tối và tránh tưới vào giữa trưa nắng khiến cây bị sốc nhiệt. Đặc biệt, cây táo mèo có sức sống khá tốt, ít bị sâu bệnh.

Táo mèo ra hoa vào cuối mùa xuân và cho thu hái quả vào mùa thu. Mùa quả chín rộ từ tháng 8 đến tháng 10 hàng năm. Thông thường, một cây sẽ thu hoạch làm 3 đợt/mùa. Khi chín, quả táo mèo có màu hồng trắng hoặc vàng trong, hơi dẹt. Khi ăn, táo có vị ngọt, giòn, hơi chua và chần chát với mùi thơm hấp dẫn.

Táo mèo Yên Bái được người dân địa phương chế biến thành rất nhiều món ngon, theo những công thức gia truyền riêng. Trong đó, siro táo mèo rất được yêu thích. Đây là hỗn hợp của táo và đường đã ngâm ủ và hòa trộn vào nhau, tạo thành loại siro vàng sóng đặc như mật ong. Siro táo mèo có tác dụng giải khát, thanh nhiệt, vị ngọt thanh mát rất hấp dẫn.

Bên cạnh đó, không thể không nhắc đến rượu táo mèo đã trở thành đặc sản trứ danh của tỉnh Yên Bái. Rượu có

vị ngọt chát, cay nồng nàn và thô ráp, được làm từ những quả táo mèo thom ngon. Thứ "mỹ tửu" này rất phù hợp với các món ăn như các món nướng, salad, nộm, các món xào, om và lẩu, đặc biệt là khi kết hợp với các đặc sản ẩm thực Tây Bắc.

Từ những quả táo mèo chín rộ, những sản phẩm chế biến khác đã được hình thành như món táo mèo dầm xôi, táo mèo ngâm đường, món ô mai táo mèo... Đáng chú ý, những sản phẩm này rất được người tiêu dùng ưa chuộng, được các cơ sở sản xuất trên địa bàn tỉnh xuất bán đi khắp cả nước, góp phần không nhỏ trong việc tiêu thụ quả táo mèo cho đồng bào.

Bà Đoàn Thị Lương - Giám đốc Hợp tác xã Chế biến kinh doanh tổng hợp Đoàn Lương, thành phố Yên Bái cho biết: "Hàng năm, Hợp tác xã chúng tôi tiêu thụ khoảng trên 100 tấn quả sơn tra (táo mèo) tươi cho người dân để chế biến thành các sản phẩm: mứt, ô mai, rượu, giấm. Sản phẩm làm ra ngon hơn, bảo quản được lâu, đáp ứng các yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm cũng như



Theo UBND tỉnh Yên Bái, táo mèo được xác định là loài cây bản địa đa tác dụng, là cây chiến lược trong chương trình xóa đói giảm nghèo của đồng bào vùng cao

Nhiều năm qua, táo mèo đã trở thành một cây trồng mũi nhọn trong kinh tế nông, lâm nghiệp của huyện Mù Cang Chải, tỉnh Yên Bái. Trên địa bàn huyện hiện có trên 6.000 ha cây táo mèo, trong đó trên 3.000 ha đã cho thu hoạch với sản lượng 3.000 tấn mỗi năm. Diện tích trồng cây táo mèo tập trung chủ yếu ở các xã Nậm Cọ, Nậm Khắt, Lao Chải, Púng Luông, La Pán Tẩn, Chế Cu Nha, Chế Tạo...

“Trên địa bàn huyện Mù Cang Chải chưa có cơ sở, doanh nghiệp nào lớn để thu mua, chế biến sản phẩm từ quả táo mèo. Do đó, việc tiêu thụ táo mèo của người dân rất khó khăn. Huyện đã đẩy mạnh việc liên kết tiêu thụ với các nhà phân phối, bán hàng tại các trung tâm, thành phố, thành lập tổ hợp tác thu mua và chế biến sản phẩm quả táo mèo trên địa bàn huyện. Đồng thời, khuyến khích người dân trồng các loại táo mèo mới giúp nâng cao năng suất, chất lượng quả để đảm bảo nguồn cung ứng cho thị trường”, ông Nguyễn Ngọc Nghĩa, Phó Giám đốc Trung tâm Dịch vụ hỗ trợ - Phát triển nông nghiệp huyện Mù Cang Chải cho biết.

nhu cầu, thị hiếu của khách hàng. Riêng dịp Tết Giáp Thìn vừa qua, chúng tôi đã cung cấp ra thị trường 5.000 hộp mít, ô mai, 1.000 chai rượu chế biến từ quả táo mèo. Đa số khách hàng đều rất hài lòng và hứng thú với sản phẩm chế biến từ thứ quả có vị chua chát này”.

Những năm trước đây, quả táo mèo chỉ được biết đến như loại sản phẩm của núi rừng, giá trị kinh tế không cao. Tuy nhiên, trong những năm gần đây,

quả táo mèo và các sản phẩm chế biến từ quả táo mèo được thị trường ưa chuộng cũng như đem lại giá trị kinh tế cao cho tỉnh.

Do đó, để khai thác hiệu quả kinh tế của loại cây này, UBND tỉnh Yên Bái đã xây dựng và ban hành nhiều chính sách đầu tư phát triển sản xuất loại cây này.

Cụ thể, năm 2016, Đề án phát triển cây sơn tra tại hai huyện Trạm Tấu và Mù Cang Chải giai đoạn 2016 - 2020

được triển khai với mục tiêu đến năm 2020 diện tích sơn tra đạt 10.000 ha, sản lượng đạt trên 7.500 tấn, tổng kinh phí trên 114 tỷ đồng.

Trong thời gian tới, tỉnh sẽ đẩy mạnh hơn trong việc thay đổi tư duy sản xuất, hướng đến việc tạo ra nhiều sản phẩm táo mèo có nguồn gốc từ thiên nhiên, tốt cho sức khỏe người dùng, mang lại giá trị kinh tế cao, tạo công ăn việc làm cho người dân tại địa phương.



Quả táo mèo có vị chua chát nhưng lại chế biến được thành rất nhiều sản phẩm ngon



Dấm táo mèo lên men

Bích Phương

Để đảm bảo đầu ra ổn định cho quả táo mèo, ngoài việc đẩy mạnh liên kết tiêu thụ với các nhà phân phối, bán hàng tại các tỉnh thành, các sản phẩm từ táo mèo cần được chế biến sâu, tạo ra nhiều các sản phẩm đa dạng hơn nữa.

Táo mèo đặc sản của núi rừng Tây Bắc

Táo mèo, hay còn được gọi là quả sơn tra, quả chua chát, được trồng nhiều ở các vùng núi phía Bắc như Yên Bái, Lào Cai, Sơn La. Đây là cây gỗ nhỏ, chiều cao trung bình khoảng 5 - 6 m. Hoa màu trắng, quả thịt có hình trứng hơi thuôn, đường kính từ 3 - 4 cm, lúc non có lông sau quả nhẵn, khi chín có màu vàng lục, vị chua dịu nhẹ, hơi chát.

Mặc dù có vị chua chát nhưng quả táo mèo lại có rất nhiều công dụng trong y học cổ truyền. Theo đó, táo mèo là một loại thuốc quý, có khả năng chữa được nhiều thứ bệnh như đầy bụng, chữa rối loạn mỡ máu, trị cao huyết áp. Ngoài ra, táo mèo còn có tác dụng bảo vệ tim mạch, bảo vệ gan, điều trị mất ngủ, hỗ trợ giảm cân, làm đẹp da, tăng sức đề kháng và hệ miễn dịch...

Không chỉ mang lại những lợi ích cho sức khỏe, táo mèo còn trở thành một trong những cây trồng chủ lực, góp phần đổi thay cuộc sống và xóa đói giảm nghèo cho người dân vùng cao. Ông Mùa A Sự (xã Xím Vàng,

huyện Bắc Yên, tỉnh Sơn La), cho biết, gia đình ông có hơn 10 ha táo mèo, đến nay đã thu hoạch được 5 năm với trên 10 tấn quả/năm. Sau khi trừ chi phí, gia đình ông thu được từ 30 đến 40 triệu đồng mỗi năm. Cuộc sống của gia đình ông khá khá lên trông thấy.

Trong khi đó, chị Giàng Thị Mỹ (xã Ngọc Chiến, huyện Mường La, tỉnh Sơn La) cho hay, năm nào chị cũng hái táo mèo mang xuống bán ở dưới chợ huyện. Mỗi ngày, chị mang đi được 30 - 40 kg, thu về từ 300.000 - 400.000 đồng.

Hay tại Yên Bái, táo mèo được phân thành nhiều loại khác nhau. Loại quả to đẹp bán với giá 50.000 - 60.000 đồng/kg, loại trung bình từ 20.000 - 30.000 đồng/kg. Với mức giá này, mỗi gia đình đồng bào Mông tại huyện Mù Cang Chải (Yên Bái) có thể thu vài chục triệu đồng/năm từ quả táo mèo.

Mặc dù mang lại hiệu quả kinh tế, song việc phát triển cây táo mèo hiện còn gặp nhiều khó khăn do việc tiêu thụ chưa ổn định, chủ yếu vẫn dựa vào các tiểu thương, bán lẻ. Để cây táo mèo mang lại giá trị cao hơn cho bà con vùng cao, rất cần giải bài toán chế biến, tiêu thụ loại quả này.



Sản phẩm Dấm táo mèo lên men do các nhà khoa học tại Viện Công nghiệp thực phẩm sản xuất

Dấm được làm từ quả táo mèo chứa tới 18 loại axit amin thiết yếu, giúp cơ thể hấp thụ và tiêu hóa thức ăn, kích thích sự thèm ăn, đẩy mạnh sự phục hồi sau thời gian kiệt sức. Một số nghiên cứu ban đầu cho thấy dấm táo mèo giúp hạ huyết áp. Các nhà nghiên cứu cho rằng axit acetic trong dấm làm giảm lượng hooc-môn angiotensin II, giúp các mạch máu co lại, làm giảm lưu lượng máu, giảm áp lực máu dẫn đến cân bằng huyết áp.

Dấm táo mèo cũng được cho là giúp giảm cân, một trong những yếu tố giúp hạ huyết áp. Nó làm chậm mức tăng đường huyết sau bữa ăn, làm hàm lượng đường huyết ổn định, tránh tình trạng hạ đường huyết nhanh chóng. Uống dấm táo cũng là một cách giúp giảm hàm lượng cholesterol cao.



Dấm táo mèo lên men

Nhằm giúp ổn định đầu ra cho quả táo mèo, tránh tình trạng được mùa mất giá như nhiều loại nông sản khác, TS. Đặng Hồng Ánh cùng các cộng sự tại Viện Công nghiệp thực phẩm (Bộ Công Thương) đã nghiên cứu và sản xuất thành công sản phẩm Dấm táo mèo lên men với nguyên liệu chính là quả táo mèo.

Chia sẻ về quy trình công nghệ sản xuất sản phẩm Dấm táo mèo lên men, TS. Đặng Hồng Ánh cho biết, nguyên liệu táo mèo khi được thu hoạch cần sơ chế bỏ lá, cuống, lựa những loại quả phù hợp không sâu, hỏng, không dập nát, có độ chín đồng đều. Táo sau khi lựa chọn được đem đi rửa sạch, nghiền nhỏ tạo thành mảnh có kích thước 0,5 - 1 cm.

Táo mèo sau khi nghiền nhỏ nhanh chóng được đưa vào thiết bị xử lý enzyme. Sau đó, toàn bộ hỗn hợp dịch táo mèo được chuyển vào thiết bị lên men rượu.

Lúc này, cần bổ sung đường sacaroza, cấy giống nấm men *Saccharomyces cerevisiae* CNTP7012 để lên men rượu. Kết thúc lên men rượu, dịch rượu táo mèo được chuyển sang thiết bị lên men hiếu khí để tiến hành quá trình lên men dấm.

Quá trình tiến hành lên men dấm trên thiết bị lên men hiếu khí có bổ sung vi khuẩn acetic M5. Nhiệt độ lên men trong khoảng 28 - 35°C. Quá trình lên men kết thúc khi nồng độ acid acetic có trong dịch lên men đạt 4,5 - 5,5%.

Sau khi lên men acetic, dịch lên men được thanh trùng, sau đó làm nguội tới nhiệt độ phòng. Dịch sau thanh trùng được lọc trong, sau đó được phối chế (có thể với mật ong), hoàn thiện tạo các sản phẩm từ dấm táo mèo.

TS. Đặng Hồng Ánh cho biết thêm, ở Việt Nam, việc sản xuất dấm táo mèo hiện nay chủ yếu được sản xuất

theo phương pháp lên men bề mặt nên có nhiều bất cập về quy mô sản xuất, giá thành, chất lượng về an toàn thực phẩm. Do đó, TS. Ánh cùng các cộng sự của mình đã nghiên cứu và sản xuất dấm táo mèo bằng phương pháp lên men chìm, sử dụng chủng giống vi khuẩn acetic lên men tốt trong điều kiện nhiệt độ cao, nồng độ cồn cao. Đồng thời, sử dụng các enzyme pectinase thế hệ mới cho quá trình trích ly và làm trong sản phẩm đã tạo sản phẩm dấm táo mèo có chất lượng cao. Công nghệ lên men chìm đã khắc phục được những bất cập, hạn chế của phương pháp lên men bề mặt, ngoài ra còn có thể sản xuất công nghiệp quy mô lớn.

"Các sản phẩm đều được Bộ Y tế cấp chứng nhận về an toàn thực phẩm và chứng nhận hợp quy. Đặc biệt, dấm táo mèo được công nhận là sản phẩm tốt cho sức khỏe từ Cục An toàn thực phẩm, có thể dùng làm đồ uống chức năng. Đây là sản phẩm dấm táo sản xuất trong nước đầu tiên có đăng ký là sản phẩm tốt cho sức khỏe", TS. Đặng Hồng Ánh nhấn mạnh.



Quả táo mèo có thể được chế biến thành nhiều loại sản phẩm khác nhau

Việt Nam

sản xuất cacao lớn thứ 10 trên thế giới

Thụy Quỳnh

Mặc dù được phát hiện từ thế kỷ thứ XVI ở khu vực Trung Mỹ, nhưng tại Việt Nam cacao là một ngành công nghiệp còn non trẻ, đang trên đà phát triển. Trước năm 1954, người Pháp đưa cacao vào trồng tại Việt Nam, nhưng phải tới những năm 2000 ngành này mới thực sự được tập trung đầu tư và phát triển.

Hành trình du nhập, phát triển của cacao Việt Nam

Trước thời điểm Việt Nam giành độc lập 1954, những cây cacao đầu tiên được người Pháp đưa sang trồng thử nghiệm tại thuộc địa Đông Dương. Sau đó suốt thời gian dài của kháng chiến giành độc lập, giải phóng dân tộc, thống nhất đất nước, vùng trồng cacao là vùng chiến sự nên số phận cây cacao khá hẩm hụi. Sau năm 1975, đất nước thống nhất, nhưng đầu ra sản phẩm cacao không có nên không được như cây cà phê, cây cao su và hồ tiêu. Có những giai đoạn cây cacao bị chặt bỏ vì không mang lại lợi nhuận như cà phê, tiêu, điều, cao su.

Có thời điểm, những năm 1980, Chính phủ đã nỗ lực phát triển cây cacao ở các nông trường quốc doanh, mở rộng các vùng trồng cacao kéo dài từ Quảng

Ngãi đến Cần Thơ, nhưng do hạn chế đầu ra nên hầu hết nông dân lại chặt bỏ để chuyển đổi sang cây trồng khác.

Phải đến giai đoạn từ năm 2001 đến năm 2012, cây cacao Việt Nam mới phát triển mạnh mẽ về quy mô, sản lượng và chất lượng. Chính phủ Việt Nam đóng một vai trò quan trọng khi phối hợp với các tổ chức phi chính phủ và tư nhân trong việc điều chỉnh đúng hướng cho chiến lược phát triển của ngành công nghiệp cacao. Trong giai đoạn này, rất nhiều dự án tài trợ cho phát triển cacao ở Việt Nam với sự hỗ trợ thành công của quốc tế như: SUCCESS Alliance được triển khai ở Đồng bằng sông Cửu Long, Đông Nam Bộ và Tây Nguyên (2004 - 2007, 2008 - 2014); Dự án PSOM do Chính phủ Hà Lan tài trợ (2004 - 2006); Tổ chức

Helvetes của Thụy Sĩ thực hiện xây dựng tiêu chuẩn UTZ Certified cho sản phẩm cacao Việt Nam...

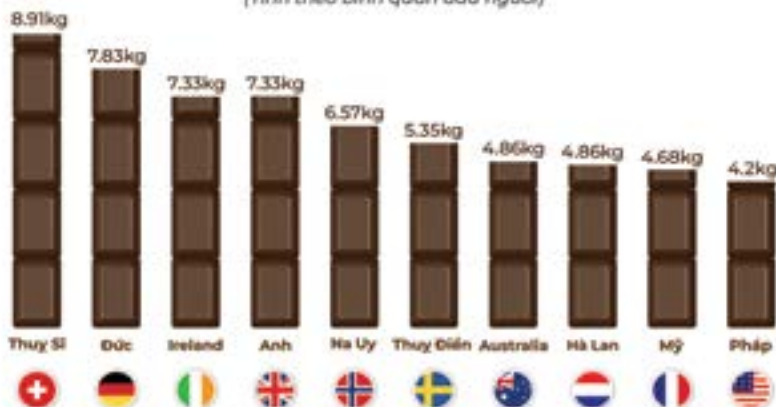
Hiện Việt Nam có ba vùng trồng cacao lớn là Đồng bằng sông Cửu Long, Tây Nguyên và vùng Đông Nam Bộ. Trong đó, cacao chủ yếu được trồng xen (với dứa, điều, cây ăn trái...) chứ không chuyên canh như ở các nước xuất khẩu lớn. Ở Đồng bằng sông Cửu Long, cacao chủ yếu trồng ở Tiền Giang, Bến Tre, Hậu Giang, Vĩnh Long, Trà Vinh, Sóc Trăng. Vùng Tây Nguyên cacao được trồng tại các tỉnh Đắk Lắk, Đắk Nông và Lâm Đồng. Còn ở vùng Đông Nam Bộ, cacao được trồng tập trung ở Bình Phước, Đồng Nai và Bà Rịa - Vũng Tàu.

Theo số liệu của Cục Trồng trọt, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam (2023), với diện tích trồng cacao hơn 600.000 ha, sản lượng đạt hơn 1,6 triệu tấn, Việt Nam là nước sản xuất cacao lớn thứ 10 trên thế giới. Trong đó, Tây Nguyên là vùng trồng cacao lớn nhất Việt Nam, chiếm khoảng 60% diện tích và sản lượng. Đắk Lắk, Đắk Nông, Lâm Đồng là ba tỉnh có diện tích trồng cacao lớn nhất.

Cacao là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Năm 2022, xuất khẩu cacao của Việt Nam đạt 3,2 tỷ USD, tăng 17,5% so với năm 2021. Hà Lan, Mỹ, Bỉ và Đức là các thị trường nhập khẩu cacao lớn của Việt Nam. Hạt cacao Việt Nam cũng được công nhận trên thị trường quốc tế với chất lượng lên men tốt nhờ điều kiện khí hậu đặc trưng cũng như chính sách phát triển từ các khu vực công và tư nhân.

Những quốc gia tiêu thụ sô-cô-la nhiều nhất thế giới

(Tinh theo bình quân đầu người)



Cacao được chế biến ngay tại Việt Nam

Hiện hạt cacao Việt Nam sau thu hoạch được chế biến thông qua hai hình thức là sơ chế lên men hạt và chế biến sản phẩm cacao bán thành phẩm và thành phẩm. Một số doanh nghiệp có quy mô sơ chế và lên men lớn như Công ty TNHH Puratos Grand Place, Công ty TNHH Cacao Trọng Đức đã thu mua quả hoặc hạt ướt để sơ chế, lên men tập trung tại công ty. Nguồn cung hạt cacao trong nước hiện không đủ so với năng lực thu mua, chế biến của các đơn vị trong và ngoài nước. Do đó, hệ thống sơ chế và lên men cacao tập trung đang có xu hướng giảm do không đủ nguồn nguyên liệu cho chế biến, xuất khẩu.

Hiện hạt cacao được xuất khẩu chủ yếu thông qua: Công ty TNHH Armajaro, Công ty TNHH Thương phẩm Atlantic Việt Nam (Acon), Công ty TNHH Giải pháp Công nghệ Bến Thành. Một số công ty chế biến bột nhão, bột, bơ cacao (Công ty Phạm Minh) hoặc chế biến bán và thành phẩm như rượu, chocolate và bột cacao, bánh kẹo, sữa (Công ty TNHH Ca cao Trọng Đức, Công ty Cổ phần Cacao Việt Nam, Công ty Cổ phần Binon Cacao Talk). Sản phẩm chocolate được sản xuất từ hạt cacao Việt Nam được quốc tế đánh giá cao và đã đạt được giải thưởng trên thế giới như sản phẩm của Công ty TNHH sôcôla Marou, Công ty TNHH Stone Hill.

Việt Nam đứng thứ 23 trong danh sách những nước có sản phẩm cacao đạt hương vị tốt, trở thành quốc gia châu Á thứ hai đạt danh hiệu này sau Indonesia, nhưng lại có đến 40% sản lượng cacao được công nhận trong khi Indonesia chỉ có tỷ lệ 1%. Nguyên nhân dẫn đến sự khác biệt này ngoài yếu tố thổ nhưỡng còn đến từ cách lên men tự nhiên để tạo nên sự độc đáo. Đó là quá trình lên men cacao, rang và nghiền hạt để làm dậy lên hương trái cây đặc trưng vốn có của hạt cacao Việt Nam.

Cacao chứa nhiều giá trị dinh dưỡng quan trọng bao gồm protein, carbohydrate và lipid, giúp cung cấp năng lượng cho cơ thể. Chất béo chủ yếu trong cacao là triglyceride và acid béo không no. Đồng thời cacao cũng giàu polyphenol, một dưỡng chất tự nhiên chống oxy hóa mạnh có tác động tích cực đối với sức khỏe, đặc biệt trong việc bảo vệ tim và hệ thống tim mạch. Ngoài ra, cacao còn chứa tryptophan, một axit amin thiết yếu tham gia vào quá trình sản xuất serotonin (hormone hạnh phúc) và melatonin (hormone giấc ngủ), giúp cơ thể cảm thấy thư giãn và tạo cảm giác vui vẻ. Tuy nhiên, cacao cũng chứa caffeine và theobromine, hai chất kích thích thần kinh, nên việc sử dụng cacao cần được điều chỉnh hợp lý.



Thách thức nào cho cacao Việt Nam

Trong những tháng đầu năm 2024, giá cacao trên thị trường thế giới tăng hơn 50% do thiếu hụt nguồn cung lớn nhất trong vòng 60 năm qua. Giá cacao giao tháng 5 trên sàn ICE ở Mỹ kết thúc phiên với mức tăng 3,9%, đạt kỷ lục 10.030 USD/tấn. Nguyên nhân được cho là do tình trạng mất mùa ở Tây Phi khi hai quốc gia sản xuất cacao lớn nhất là Bờ Biển Ngà và Ghana đang phải vật lộn với khí hậu khắc nghiệt và dịch bệnh trong nhiều tháng qua.

Theo nhận định của một số chuyên gia trong lĩnh vực xuất nhập khẩu, đây vừa là cơ hội cũng vừa là thách thức đối với Việt Nam. Bởi lẽ, diện tích trồng cây cacao tại Việt Nam nếu so với cây công nghiệp dài ngày khác như cà phê là rất khiêm tốn. Chưa kể hầu hết các diện tích này đều thuộc tư nhân, bà con nông dân tự phát trồng không theo quy hoạch nên sản lượng và chất lượng còn chưa được đồng đều. Bên cạnh đó, giá dầu thô cũng đang tăng

mạnh, khiến chi phí sản xuất sô cô la tăng theo, từ đó làm tăng nhu cầu tiêu thụ cacao. Dự báo trong thời gian tới, giá cacao trong nước có thể sẽ tiếp tục tăng, do nhu cầu tiêu thụ cacao không hề hạ nhiệt.

Nếu giá cacao thế giới tiếp tục tăng đều, bà con nông dân Việt Nam chắc chắn hưởng lợi. Còn tăng đột biến như hiện nay thì chưa thể đánh giá được mức độ ảnh hưởng. Tuy nhiên, cây cacao là cây công nghiệp dài ngày, sau 4 - 5 năm canh tác mới cho thu hoạch, vì vậy không thể vì thấy lợi trước mắt mà chặt bỏ loại cây đang trồng thay thế bằng cây cacao hoặc mở rộng diện tích vùng trồng ngoài quy hoạch của Chính phủ.

Để phát triển bền vững, ngành cacao Việt Nam cần tập trung vào tăng cường nâng cao chất lượng cacao, đầu tư chế biến sâu sau thu hoạch giúp nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm. Ngoài ra, cần đa dạng hóa thị trường tiêu thụ cacao, không chỉ tập trung vào thị trường truyền thống.

Bách vị sô cô la

Đức Thịnh

Sô cô la là đồ ăn vô cùng hấp dẫn mọi lứa tuổi. Là biểu tượng của tình yêu với đầy đủ sự ngọt ngào nhất. Sô cô la luôn là một phần không thể thiếu của lịch sử và văn hóa ẩm thực. Sô cô la khởi nguồn từ khám phá ban đầu miền nhiệt đới đến việc trở thành một phần “hương vị” của đời sống toàn cầu. Sô cô la chính là hành trình bách vị của cảm xúc.

Sô cô la (chocolate) là sản phẩm nổi tiếng được tạo ra từ hạt của cây cacao mà sản phẩm đầu tiên thuộc “bản quyền” của người Maya và Aztec ở Trung Mỹ và Nam Mỹ. Ban đầu họ sử dụng hạt cacao để làm một loại đồ uống đắng, có tên là “xocolatl” trong ngôn ngữ Aztec. Họ cũng sử dụng hạt cacao như một loại tiền tệ để buôn bán và trao đổi hàng hóa. Đơn vị tiền tệ này được chia ra thành 2 “mệnh giá” là hạt cacao và quả cacao.

Sau khi tìm ra châu Mỹ, năm 1523, người Tây Ban Nha xâm lược và đô hộ vùng đất của người Inca. Họ cũng đưa hạt cacao của người Inca về châu Âu và bắt đầu sản xuất sô cô la theo cách riêng của họ bằng cách thêm đường và sữa vào hạt cacao. Sản phẩm này trở nên rất phổ biến ở châu Âu vào thế kỷ 18 và 19.

Đến cuối thế kỷ 19, các nhà sản xuất sô cô la tại châu Âu đã phát minh ra một quá trình sản xuất mới để tách bột cacao từ hạt cacao và loại bỏ chất béo cacao, được gọi là “bơ cacao”. Quá trình này đã cho phép sản xuất sô cô la trở nên đơn giản và giá thành rẻ hơn.

Sang thế kỷ 20, công nghệ sản xuất sô cô la tiếp tục được cải tiến, bao gồm việc sử dụng các loại đường và sữa mới để cải thiện hương vị và chất lượng của sản phẩm. Sô cô la cũng đã trở thành một phần không thể thiếu của nền kinh tế toàn cầu, với nhiều nhà sản xuất và thương hiệu sô cô la nổi tiếng trên khắp thế giới.

Sô cô la vào Việt Nam giai đoạn là thuộc địa Pháp. Rất lâu sau này, theo biến động thời cuộc của Việt Nam, sô cô la cũng chưa phổ biến và là đồ xa xỉ

khí nhập khẩu từ nước ngoài và chỉ được bán tại những cửa hàng hạng sang.

Chỉ sau khi Việt Nam mở cửa, đổi mới kinh tế vào cuối thập niên 1980, thị trường sô cô la tại Việt Nam bắt đầu phát triển và mở rộng. Các doanh nghiệp Việt Nam và quốc tế đã cùng nhau đầu tư vào sản xuất và phân phối sô cô la tại Việt Nam. Trong những năm 1990, khi kinh tế Việt Nam phát triển, sô cô la bắt đầu được nhập khẩu từ các nước sản xuất sô cô la hàng đầu như Thụy Sĩ, Bỉ và Pháp. Sản phẩm này được phân phối qua các cửa hàng bánh kẹo cao cấp và được sử dụng như một món quà sang trọng trong các dịp đặc biệt.

Đến những năm 2000, với sự phát triển của nền kinh tế và thị trường tiêu dùng tại Việt Nam, các doanh nghiệp trong nước bắt đầu sản xuất sô cô la với nhiều hương vị khác nhau nhằm đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Điều này đã góp phần thúc đẩy ngành công nghiệp sản xuất sô cô la Việt phát triển mạnh mẽ. Ngoài ra, các doanh nghiệp cũng đầu tư vào công nghệ sản xuất, tăng cường quản lý chất lượng sản phẩm để đáp ứng yêu cầu của người tiêu dùng về chất lượng và an toàn thực phẩm.

Hiện thị trường sô cô la Việt Nam rất sôi động và còn nhiều dư địa phát triển. Dự kiến, thị trường sô cô la Việt Nam sẽ tiếp tục tăng trưởng trong những năm tới, đạt giá trị khoảng 2 tỷ USD vào năm 2025. Các thương hiệu sô cô la trong nước đang phát triển mạnh mẽ và cạnh tranh khá sòng phẳng với các thương hiệu quốc tế. Ngoài thị trường sô cô la trong nước, Việt Nam cũng đang xuất

khẩu sô cô la sang nhiều quốc gia khác, đặc biệt là các nước châu Á và châu Âu. Việt Nam có lợi thế về nguồn nguyên liệu cacao tốt, giá thành sản xuất thấp và các chính sách hỗ trợ cho ngành công nghiệp sản xuất sô cô la. Điều này mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp sản xuất socola trong nước để mở rộng thị trường và tăng cường xuất khẩu sản phẩm.

Thưởng thức sô cô la

Sô cô la hiện có ba loại phổ biến trên thị trường. Sô cô la đen được sản xuất từ hơn 70% cacao trong thành phần nguyên liệu. Loại này khá đắng nhưng lại gây “nghiện” nhiều khách hàng. Thứ hai là sô cô la sữa, gồm thành phần chính là cacao và sữa. Tỷ lệ sữa chiếm phần lớn trong thành phần. Loại này dễ ăn và trẻ con rất thích. Cuối cùng là sô cô la trắng, thành phần gần giống như sô cô la đen nhưng ca cao rắn được thay bằng bơ ca cao.

Để tạo ra một thanh sô cô la chuẩn cần một quá trình công phu bao nhiêu thì thưởng thức sô cô la chuẩn vị đòi hỏi một sự tinh tế bấy nhiêu. Người ta cho rằng, để thưởng thức trọn vẹn hương vị của sô cô la phải dùng đến cả 5 giác quan. Bắt đầu từ thị giác, bởi màu sắc của loại sô cô la. Tiếp theo là thính giác khi lắng nghe âm thanh giòn tan, sắc gọn khi bẻ một thanh nhỏ. Xúc giác sẽ cảm nhận sô cô la hơi chảy theo thân nhiệt giữa hai ngón tay. Cảm nhận mùi sô cô la ngậy, thơm bằng khứu giác khi đưa lên miệng và cuối cùng cảm nhận bằng vị giác, khi miếng sô cô la chậm rãi tan chảy trong miệng...



Dấu ấn của sô cô la Việt Nam

Mặc dù thị trường Việt Nam vốn chưa có thói quen tiêu thụ sô cô la thường xuyên, ngoại trừ các dịp đặc biệt như Valentine, ngày 8/3... Tuy nhiên, không ít sản phẩm sô cô la của Việt Nam lại khiến bạn bè quốc tế "siêu lòng". Trong đó, không thể không nhắc đến Marou - một trong những thương hiệu sô cô la nổi tiếng của Việt Nam, được sản xuất từ nguyên liệu cacao nguyên chất và quy trình chế biến thủ công tỉ mỉ. Thương hiệu này được thành lập bởi hai người Mỹ là Samuel Maruta và Vincent Mourou.

Các sản phẩm của Marou thường mang đậm nét đặc trưng vùng đất mà cacao được thu hoạch, từ đó tạo ra những hương vị đa dạng và phong phú. Thương hiệu này cũng được biết đến với việc hợp tác với các nghệ nhân làm sô cô la địa phương để tạo ra những thanh sô cô la mang tính bản địa và vẻ đẹp nghệ thuật cao.

Marou Chocolate không chỉ nổi tiếng trong nước mà còn có danh tiếng quốc tế, được phân phối rộng rãi tại các cửa hàng sô cô la chuyên nghiệp và các điểm bán lẻ cao cấp trên toàn thế giới. Thương hiệu này đại diện cho sự kết hợp giữa truyền thống và sự sáng tạo trong ngành công nghiệp sô cô la cao cấp. Không chỉ vậy mà Marou còn được tạp chí New York Times đánh giá là loại sô cô la ngon và tinh tế nhất thế giới.



Việt Nam là quốc gia sản xuất cacao lớn thứ 10 trên thế giới



Loại sô cô la đắt nhất thế giới có giá lên đến 140 triệu đồng 1 kg

Nhắc đến sô cô la, người ta thường nghĩ ngay đến vị ngọt hoặc vị đắng. Thế nhưng, ít ai biết rằng sô cô la còn mang hương vị cay nồng khi được kết hợp cùng một số gia vị quen thuộc. Tại Việt Nam, để đa dạng hoá các sản phẩm sô cô la trong nước, nhiều doanh nghiệp sản xuất đã kết hợp hương vị một số nông sản đặc sắc như tiêu, quế, gừng, bạc hà để làm nên hương vị độc đáo cho sản phẩm sô cô la Việt.

Bà Nguyễn Ngọc Diệp - Giám đốc Công ty TNHH Ca Cao Xuân Ron Chợ Gạo - nhà sản xuất sô cô la Tiền Giang được biết đến với thương hiệu Alluvia Chocolatier cho biết: "Việc sản xuất sô cô la nông sản, cụ thể là sô cô la gừng, tiêu, quế... xuất phát từ mong muốn nâng cao giá trị cho các loại nông sản của Việt Nam, đặc biệt là trái cacao, đồng thời qua đó giới thiệu

nông sản đặc trưng vùng miền của Việt Nam đến người tiêu dùng thế giới. Việc kết hợp cacao với tiêu Phú Quốc, gừng Cao Bằng... để tạo ra sô cô la có hương vị riêng, khơi gợi sự tò mò của người tiêu dùng. Nhờ vậy các sản phẩm của Alluvia Chocolatier hiện không chỉ bán trong nước mà thu hút rất nhiều du khách quốc tế như Nhật Bản, Hàn Quốc, châu Âu".



Sô cô la đắt nhất thế giới

To'ak từ lâu đã thường được nhắc tới là loại sô cô la đắt nhất thế giới, khi có thể được bán với giá 5.476 euros cho 1 kg (khoảng 142 triệu đồng Việt Nam). Nguyên nhân đằng sau sự đắt đỏ của loại sô cô la này là bởi nó chứa cacao nacional - một giống cacao cổ xưa, bị cho là đã tuyệt chủng từ năm 2009.

May mắn thay, những người đứng sau thương hiệu To'ak đã tìm thấy và duy trì một số vườn cacao lâu đời nhất trên thế giới ở Thung lũng Piedra de Plata (Ecuador). Những cây cacao này sau

đó đã được phân tích DNA, và xác nhận là 100% cacao nacional.

Hương thơm đặc trưng của cacao nacional là hương hoa và thảo dược, pha chút trái cây nhiệt đới, khiến nó trở thành nguyên liệu thô tốt nhất cho loại sô cô la đặc biệt, có bao gồm hương thơm phức hợp.

Dẫu vậy, sự nhạy cảm của giống cacao này với thời tiết khiến việc canh tác chúng trở nên vô cùng khó khăn và gặp nhiều thử thách. Theo người dân bản địa, cần có kiến thức, kỹ năng và sự chần chừ trong từng khâu canh tác để cacao nacional có thể phát triển hết tiềm năng.

Ngoài ra, sự phức tạp và tinh tế trong khâu chế biến sô cô la To'ak cũng góp phần làm tăng giá trị của chúng. Được biết, trong quá trình tạo nên thanh sô cô la, hạt cacao được người thợ lựa chọn bằng tay, nhằm đảm bảo rằng chỉ những hạt tốt nhất được đưa vào giai đoạn chế biến. Bên cạnh đó, sô cô la To'ak còn nổi tiếng nhờ tiên phong ủ sô cô la, một quá trình lấy cảm hứng từ việc ủ rượu whisky, hay rượu cognac.



Marou là niềm tự hào của sô cô la Việt Nam



Một số thương hiệu sô cô la nổi tiếng thế giới

Lindt & Spugli (Thụy Sĩ): Là quốc gia nổi tiếng nhất thế giới về ngành sản xuất sô cô la, Thụy Sĩ được vinh danh trong top 5 thương hiệu sô cô la ngon nhất. Sản phẩm của Lindt & Spugli ấn tượng với đa dạng chủng loại đáp ứng nhu cầu khách hàng.

Godiva (Bỉ): Cùng hạng với Thụy Sĩ, nhưng ít ai biết rằng, cách tạo ra sô cô la Thụy Sĩ được học từ Bỉ. Bỉ không chỉ nổi tiếng về sô cô la mà còn nổi tiếng về các khóa dạy làm sô cô la từ trung cấp đến cao cấp. Godiva là thương hiệu sô cô la kế thừa nền di sản văn hóa Belgium (Bỉ) từ năm 1926 và đến nay là thương hiệu dẫn đầu cả thế giới về sô cô la cao cấp.

Hershey's (Mỹ): Nhắc đến ngành công nghiệp sô cô la Mỹ thì không thể không kể đến Hershey's, một thương hiệu với hơn 120 năm kinh nghiệm. Nguyên liệu chính dùng để sản xuất sô cô la của Hershey's là những thành phần đơn giản như sữa tươi nông nghiệp, cacao nguyên chất và hoàn toàn không dùng chất bảo quản. Thành công lớn nhất của thương hiệu này là trở thành món quà được ưu tiên lựa chọn trong bất kỳ dịp lễ nào.

Cadbury (Anh): Cadbury là thương hiệu nổi tiếng từ Anh, thuộc sở hữu của Mondelez International từ năm 2010 với

công thức sản xuất sô cô la hữu cơ độc quyền. Đây được mệnh danh là dòng sô cô la "gây nghiện" vì những người du lịch đến Anh đều mua rất nhiều sô cô la thương hiệu này mang về.

Mika (Đức): Mika là một thương hiệu sô cô la đình đám tại Đức với dấu ấn thương hiệu là nguồn nguyên liệu nhập khẩu từ 8 quốc gia trên thế giới. Nhắc đến tình yêu dành cho sô cô la thì người Đức chưa bao giờ là ngoại lệ. Người dân Đức không chỉ ăn sô cô la nhiều top thứ hai thế giới, mà còn nằm trong top những quốc gia sản xuất sô cô la ngon nổi tiếng nhất thế giới.

Antho Berg (Đan Mạch): Là công ty hàng đầu tại Đan Mạch, ấn tượng với những sản phẩm sô cô la có thiết kế hình chai rượu độc đáo và chỉ sản xuất giới hạn vào các dịp lễ. Sô cô la chai rượu là sản phẩm mang dấu ấn của sự kết hợp độc đáo 3 thương hiệu rượu nổi tiếng Rémy Martin, Cointreau, Grand Marnier và sô cô la cao cấp.

Richard (Pháp): Richard là một trong những thương hiệu sô cô la nổi tiếng đến từ Pháp với nhiều kiệt tác được nhiều người trên thế giới ưa chuộng. Richard tạo nên những sản phẩm sô cô la đầy nghệ thuật, không chỉ đẹp về hình thức mà còn có hương vị ngon khó cưỡng. Sự thành công của thương hiệu này đến từ công thức làm sô cô la truyền nhà Richard và công thức này đã đạt giải thưởng danh dự tại liên hoan Bleu Ribbon lần thứ 7 được tổ chức tại Pháp.



Có thể bạn chưa biết

Sô cô la là rau: Sô cô la được làm từ hạt cacao, là một loại cây thường xanh thuộc họ Malvaceae. Cây cacao cùng họ với các cây như đậu bắp và bông. Vậy nên sô cô la có thể được xem như là một món rau gián tiếp.

Sô cô la có màu đỏ đến tận năm 1928: Trong cuốn Danh pháp về màu sắc của Abraham Werner được công bố vào năm 1921, màu sô cô la được miêu tả như một sắc thái của màu đỏ. Vào thời đó, bột cacao trên thực tế có màu như màu gỉ sắt, y hệt như màu bột cacao thô tự nhiên. Cho đến năm 1928, một người Hà Lan là Van Houten, một người làm sô cô la ở Amsterdam mới làm ra loại bột màu nâu như hiện nay bằng cách cho thêm vào đó một lượng bơ cacao.

Sô cô la nóng là món sô cô la đầu tiên: Món sô cô la đầu tiên là sô cô la thanh chứ không phải là sô cô la thanh như bạn thường nghĩ. Điều này bắt nguồn từ văn hóa Aztec và Mexico. Họ đã phát hiện ra và thực hiện món sô cô la nóng làm món đồ uống ngon tuyệt. Trước đây, sô cô la nóng có vị rất đắng và chỉ được dùng cho những dịp lễ, tết đặc biệt như đám cưới. Tuy nhiên, ngày nay nó đã được đổi hương vị mới để uống hơn và được sử dụng phổ biến mỗi ngày.

A photograph showing a worker in a light blue shirt and a blue face mask operating a forklift in a large industrial warehouse. The forklift is carrying a large, thick log. In the background, there are stacks of wood and several flags hanging from the ceiling. The scene is brightly lit, suggesting a well-lit industrial environment.

Xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ tăng trưởng

Kiều Tuyết



Trong 6 tháng đầu năm 2024, xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam ước đạt gần 8 tỷ USD, tăng 21,2% so với cùng kỳ năm 2023.

Xuất khẩu gỗ đạt gần 8 tỷ USD trong 6 tháng

Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, 6 tháng đầu năm kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam ước đạt hơn 7,95 tỷ USD, tăng 21,2% so với cùng kỳ năm 2023, đạt 52,3% so với kế hoạch năm.

Theo đó, cả 10 thị trường xuất khẩu lớn nhất của nước ta đều có tăng trưởng dương gồm: Hoa Kỳ, EU, Trung Quốc, ASEAN, Hàn Quốc, Nhật Bản, Hong Kong (Trung Quốc), Ấn Độ, Canada, Australia. Đặc biệt, trong đó có 5 thị trường lớn và có mức tăng ấn tượng nhất là: Hoa Kỳ, Trung Quốc, EU, ASEAN, Hong Kong (Trung Quốc).

Đáng chú ý, Hoa Kỳ tiếp tục là thị trường xuất khẩu hàng hóa lớn nhất của Việt Nam và là một trong những thị trường tăng cao nhất với con số đạt trên 20%.

Ông Đỗ Xuân Lập - Chủ tịch Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam cho hay, Việt Nam với vị thế thuộc nhóm các nước có tỷ trọng xuất khẩu gỗ hàng đầu thế giới, ngành gỗ Việt Nam đã mở rộng thị trường xuất khẩu đến 170 quốc gia trên thế giới, thâm nhập sâu hơn vào các thị trường quan trọng như Mỹ, châu Âu, Hàn Quốc, Nhật Bản và ngày càng hiện diện nhiều hơn tại các thị trường mới nổi như Trung Đông, Ấn Độ... Ngành gỗ Việt Nam có vị thế thuận lợi để tận dụng nhu cầu mạnh

mẽ từ thị trường trong nước và quốc tế. Đồng thời, các doanh nghiệp đang đầu tư công nghệ mới, chuyển đổi kỹ thuật số để phát triển các sản phẩm và dịch vụ mới, nâng cao khả năng cạnh tranh, tăng tính hiệu quả và năng suất hơn.

Theo phân tích của Hiệp hội Xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ, doanh nghiệp ngành gỗ và thủ công mỹ nghệ có cơ hội bứt phá trong năm 2024 khi dấu hiệu lạm phát ở Mỹ - thị trường nhập khẩu gỗ lớn nhất của Việt Nam đã bớt gay gắt hơn. Mặt khác, hàng tồn kho ở nước này được tích lũy tới nay đã bán gần hết và họ sẽ quay trở lại đặt hàng trong năm 2024, đặc biệt từ quý III năm 2024.

Có thể nói, mặc dù tình hình kinh tế thế giới khó khăn, lượng đơn hàng chung trên thế giới giảm sút, nhưng các doanh nghiệp Việt Nam vẫn đạt được mức tăng trưởng. Doanh nghiệp xuất khẩu có nhiều cơ hội khi Việt Nam là đối tác toàn diện với Hoa Kỳ, Trung Quốc và Nga. Đây là cơ hội lớn khi tham gia thị trường xuất khẩu để dễ dàng tiếp cận với các nhà nhập khẩu quốc tế.

Bên cạnh đó, xuất khẩu gỗ sang Ấn Độ trong năm 2023 tăng đến 250%. Đây cũng là cơ hội để các doanh nghiệp Việt Nam nắm bắt tốt cơ hội, đa dạng mẫu mã và rất cạnh tranh về giá để đáp ứng được nhu cầu tăng trưởng trở lại của đơn hàng.



Gỗ Việt còn nhiều cơ hội để gia tăng thị phần trên thị trường đồ gỗ thế giới



Hội chợ, triển lãm trong và ngoài nước kỳ vọng kết nối người mua quốc tế

Chứng chỉ FSC, 'thẻ visa' của đồ gỗ xuất khẩu

Việt Nam là quốc gia xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ lớn trên thế giới. Các quyết định của nhà mua hàng liên quan về nguồn nguyên liệu gỗ hợp pháp, yêu cầu gỗ có chứng chỉ quản lý rừng bền vững (FSC) đã tác động lên toàn bộ chuỗi cung ứng.

Hiện nay, tại một số quốc gia phát triển trên thế giới, FSC là chứng chỉ bắt buộc nếu muốn đưa sản phẩm gỗ ra thị trường tiêu thụ. Chính vì thế, FSC được cho là chiếc 'thẻ visa' của gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam xuất khẩu vào các thị trường khó tính trên thế giới.

Chính phủ Việt Nam đã triển khai nhiều chính sách và chương trình nhằm thúc đẩy hoạt động bảo vệ, phát triển và quản lý tài nguyên rừng bền vững hướng đến chứng chỉ rừng, trong đó có chứng chỉ FSC.

Trước những yêu cầu, đòi hỏi khắt khe của thị trường, đã có rất nhiều doanh nghiệp nỗ lực thực hiện và đạt được các chứng nhận phát triển bền vững. Từ đó góp phần đưa sản xuất, chế biến gỗ của Việt Nam trở thành một trong những ngành mạnh, có giá trị xuất khẩu lớn.

Năm 2016, Công ty TNHH MTV Lâm nghiệp Bảo Yên, một trong những đơn vị đầu tiên tại khu vực phía Bắc, được cấp chứng nhận quản lý rừng FSC. Nhờ đó, các sản phẩm từ gỗ của công ty tiêu thụ khá ổn định đi các nước châu Âu, Mỹ.

Ông Phan Ích Trí, chủ cơ sở đồ gỗ Linh Dương (thành phố Biên Hòa) cho biết: Việc cấp chứng nhận FSC mang lại nhiều lợi ích cho các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu gỗ, bởi nguồn nguyên liệu gỗ có nguồn gốc rõ ràng, chất lượng là lợi thế cạnh tranh trên thị trường. Đối với những nhà mua

hàng cao cấp trên thị trường toàn cầu, họ sẵn sàng trả thêm tiền cho những mặt hàng được làm từ nguyên liệu có chứng nhận FSC.

"Thời gian tới, thị trường thế giới hầu như yêu cầu 100% đều có FSC. Thị trường đồ gỗ nội địa cũng rất cần sản phẩm xanh. Vì thế, đây không còn là đòi hỏi mang tính tự nguyện mà đã trở thành điều kiện bắt buộc nếu muốn bán hàng cho đối tác", ông Phan Ích Trí nhấn mạnh.

Ông Hà Đăng Chính, Phó Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Woodland Việt Nam cho biết, nguyên liệu gỗ của công ty được lấy từ diện tích rừng có chứng chỉ FSC. Sản phẩm của công ty gồm: gỗ dán, gỗ ép, gỗ thanh và một số sản phẩm nội thất khác được xuất khẩu trực tiếp vào thị trường Mỹ, Nhật và tập đoàn IKEA (tập đoàn đồ gỗ nội thất hàng đầu châu Âu). Đánh giá của các bạn hàng,

FSC là viết tắt tên của Hội đồng Quản trị rừng quốc tế và cũng là một loại chứng chỉ rừng do chính hội đồng này quản lý. Chứng chỉ FSC nhằm xác minh nguồn gốc gỗ, quy trình khai thác, sản xuất theo đúng pháp luật, đáp ứng tiêu chuẩn bảo vệ môi trường.

Hiện nay, có 02 loại chứng nhận FSC đang được các tổ chức chứng nhận cấp như sau:

1. Chứng nhận FM (Forest Management) Certificate - hay còn gọi là Chứng nhận Quản lý rừng: Là chứng nhận cấp cho một hoặc các khu rừng xác định đã tuân thủ, đáp ứng đầy đủ các yêu cầu liên quan đến các tiêu chuẩn về môi trường, cộng đồng, xã hội và kinh tế.

2. Chứng nhận CoC (Chain of Custody) Certificate - hay còn gọi là Chứng nhận Chuỗi hành trình sản phẩm: Là chứng nhận cấp cho các tổ chức đã chứng minh được các sản phẩm gỗ giao dịch từ các nguồn gốc đã được cấp chứng nhận, các sản phẩm này có thể sử dụng nhãn FSC và dấu chứng nhận của tổ chức chứng nhận (bên thứ 3).



Hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng thị trường

Để hỗ trợ các doanh nghiệp gỗ, nội thất chủ động tìm kiếm đơn hàng, tìm kiếm các kênh có thể bán và xuất khẩu hàng ra thế giới, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Công Thương, các hiệp hội, tổ chức đã có nhiều giải pháp hỗ trợ các doanh nghiệp nhằm xúc tiến thương mại. Trong đó, việc tham gia các hội chợ, triển lãm trong và ngoài nước là một trong những giải pháp được nhiều doanh nghiệp lựa chọn trong bối cảnh khó khăn hiện nay.

Từ ngày 26 - 29/2, tại TP. Hồ Chí Minh đã diễn ra Hội chợ Quốc tế đồ gỗ mỹ nghệ xuất khẩu Việt Nam lần thứ 15, thu hút 3.500 lượt người đăng ký tham gia đến từ 83 quốc gia, vùng lãnh thổ. Tiếp theo đó, từ ngày 6 - 9/3, cũng tại TP. Hồ Chí Minh, Hội chợ Xuất khẩu đồ gỗ và nội thất TP. Hồ Chí Minh cũng được tổ chức sôi động, thu hút trên 30.000 nhà mua hàng và khách tham quan đến từ hơn 100 quốc gia và vùng lãnh thổ tham dự để kết nối giao thương.

Sắp tới, từ ngày 27 - 30/8 tại Trung tâm Triển lãm SECC - TP. Hồ Chí Minh sẽ diễn ra Hội chợ Quốc tế Đồ gỗ và Mỹ nghệ xuất khẩu Việt Nam Asean 2024 (VIFA ASEAN 2024). Dự kiến VIFA ASEAN 2024 thu hút 300 doanh nghiệp với 1.000 gian hàng, đến từ hơn 11 quốc gia Đông Nam Á và các nước khác trên thế giới.

Các sự kiện này sẽ là kênh xúc tiến thương mại hiệu quả; tạo ra nhiều sự kết nối, giao lưu, hợp tác; giúp đưa hình ảnh gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam đến với các khách hàng trên toàn thế giới, góp phần giúp ngành chế biến gỗ và sản phẩm gỗ lấy lại đà tăng trưởng trong năm 2024 và những năm tiếp theo.

chất lượng sản phẩm đồ gỗ xuất khẩu của công ty đã vượt xa các nước có sản phẩm gỗ xuất khẩu trong khu vực Đông Nam Á và đứng vào tốp đầu của thế giới.

Ông Lê Văn Lương, Giám đốc Công ty Đại Thành, Quy Nhơn chia sẻ: Đại Thành tham gia xuất khẩu hơn 10 năm nay, phần lớn khách hàng của công ty là châu Âu với kim ngạch hàng năm đạt đến 15 triệu USD, trong đó 6 triệu USD doanh thu do sản phẩm có chứng chỉ FSC tạo ra. Đại Thành có kế hoạch mở rộng thị trường đến những nhà phân phối và chuỗi siêu thị lớn ở châu Âu. Một trong những giải pháp thực hiện chiến lược này của Đại Thành là chứng chỉ FSC với mục tiêu nâng tỷ lệ sử dụng gỗ có chứng chỉ FSC từ 30% hiện nay lên 100%.

Ông Lương nói rằng mỗi khi tiếp cận với các khách hàng, công ty luôn được yêu cầu cho xem chứng chỉ FSC. Sở dĩ các công ty nhập khẩu yêu cầu chứng chỉ vì khách hàng của họ, những người tiêu dùng, chỉ lựa chọn sản phẩm bảo vệ môi trường. "Muốn tồn tại và phát triển bền vững, doanh nghiệp phải tìm kiếm nguồn nguyên liệu gỗ rõ ràng, có chứng chỉ. Đó không chỉ tạo lợi thế cạnh tranh cho các công ty xuất khẩu gỗ mà còn là vấn đề sống còn của doanh nghiệp chế biến gỗ trong tương lai", ông Lương khẳng định.

Theo Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam, năm 2021, xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ khai báo có chứng chỉ FSC là 188,01 triệu USD, chiếm 1,3% tổng kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ. Năm 2022, Việt Nam xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ khai báo có chứng chỉ FSC là 267,78 triệu USD, chiếm 1,7%, tăng 42,4% so với 2021. 11 tháng năm 2023 Việt Nam xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ khai báo có chứng chỉ FSC là 226,85 triệu USD, chiếm 2% tổng kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ cả nước. Các sản phẩm gỗ và sản phẩm gỗ xuất khẩu khai báo có chứng chỉ FSC tập trung ở các mặt hàng: Viên nén, dăm gỗ, đồ gỗ, ghế ngồi, ván sọt,...

Việt Nam tăng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ có chứng chỉ FSC với số doanh nghiệp có chứng chỉ FSC CoC là 1.730 doanh nghiệp.



Năm 2024, ngành gỗ đặt mục tiêu xuất khẩu 15,2 tỷ USD, trong đó gỗ và sản phẩm gỗ trên 14,2 tỷ USD, tăng 6% so với năm 2023.




Nâng cao giá trị gỗ keo trầm

Thanh Huyền

Gỗ keo trầm (Acacia) trong nước có tiềm năng thay thế nguồn gỗ rui ro nhập khẩu, tạo ra sự đột phá để chuyển đổi ngành gỗ Việt trong tương lai.



 Cây keo trầm luôn được xác định là một trong những cây trồng rừng chính của nước ta

Nhu cầu gỗ nguyên liệu lớn

Mỗi năm Việt Nam nhập khẩu khoảng 2 triệu m³ gỗ từ rừng tự nhiên, bao gồm nhiều loài gỗ quý, từ trên dưới 30 quốc gia vùng nhiệt đới. Hầu hết nguồn gỗ nhập khẩu này được sử dụng tạo sản phẩm tiêu thụ nội địa. Một phần gỗ nhập khẩu được làm gỗ xây dựng. Sử dụng gỗ tự nhiên nhập khẩu với các rủi ro về tính pháp lý đã và đang tạo ra hình ảnh xấu cho ngành gỗ Việt Nam, trực tiếp ảnh hưởng tới xuất khẩu.

Theo Cục Lâm nghiệp, do nguồn cung trong nước chưa đủ đáp ứng nhu cầu đầu vào của ngành chế biến đồ gỗ nước ta (cho tiêu dùng nội địa và xuất khẩu), nên ngành gỗ vẫn phụ thuộc nhiều vào nguyên liệu nhập khẩu.

Chỉ tính riêng năm 2023, trong tổng số 2,19 tỷ USD nhập khẩu, nhóm gỗ nguyên liệu (HS 44) đạt 1,91 tỷ USD, chiếm tới 87,1%; trong khi các mặt hàng thuộc nhóm đồ gỗ (HS 9403) và ghế ngồi (HS 9401) chỉ đạt 0,283 tỷ USD, chiếm 12,9%.

Gỗ keo trầm sẽ thay thế nguyên liệu nhập khẩu

Hiện cả nước có khoảng 3,5 triệu ha diện tích rừng trồng là rừng sản xuất, trong đó diện tích keo trầm chiếm khoảng 70-80%, phần còn lại tập trung vào các loài bạch đàn, thông và mỡ.

TS. Tô Xuân Phúc, Giám đốc điều hành Chương trình Chính sách thương mại lâm sản, Tổ chức Forest Trends, cho biết: Dự địa để mở rộng sử dụng gỗ keo trầm hiện rất lớn. Diện tích rừng trồng keo trầm đang tiếp tục mở rộng, khoảng trên 100.000 ha mỗi năm, bao gồm diện tích rừng đạt chứng chỉ bền vững FSC và VFCS/PEFC.

“Dự địa này được tạo ra không phải chỉ thông qua việc đẩy mạnh việc sử dụng nguồn gỗ này để tạo ra các mặt hàng gỗ. Nguồn gỗ keo trầm cũng có tiềm năng thay thế các sản phẩm được làm từ các vật liệu ít thân thiện về mặt môi trường như nhựa, kim loại”, ông Phúc cho biết.

Việc sử dụng gỗ keo trầm trong tương lai có thể tạo ra động lực chuyển đổi ngành gỗ Việt Nam, trên cơ sở Việt Nam nỗ lực mở rộng diện tích rừng trồng.

Gỗ keo tràm ngày càng phổ biến và hiện đang được sử dụng rộng rãi tạo các sản phẩm đầu ra, bao gồm các mặt hàng đồ gỗ nội ngoại thất (furniture), ván, dăm gỗ và viên nén. Loại gỗ này ngày càng được thị trường bao gồm xuất khẩu và nội địa chấp nhận.



Nhiều người dân miền núi có thu nhập ổn định nhờ trồng keo tràm

Để khai thác tiềm năng đột phá của cây keo tràm trong tương lai đòi hỏi nỗ lực của nhiều bên liên quan, bao gồm các cơ quan quản lý và cộng đồng doanh nghiệp. Mô hình liên kết giữa công ty chế biến gỗ và các hộ trồng rừng giúp tiếp cận nguồn giống tốt và phương thức canh tác tiên tiến, góp phần nâng cao chất lượng đầu ra của gỗ.

Bên cạnh đó, Chính phủ cũng cần quản lý chặt nguồn gỗ rủi ro nhập khẩu, tạo cơ hội cho nguồn gỗ trong nước thay thế cho phần nhập khẩu này.

Hiệu quả rừng trồng keo tràm

Trong nhiều năm qua, Đảng, Nhà nước đã có nhiều chủ trương, chính sách khuyến khích người dân phát triển kinh tế rừng. Nhiều địa phương đẩy mạnh trồng cây keo tràm để tạo công ăn việc làm, nâng cao thu nhập cho người dân, vừa tăng độ che phủ rừng. Nhờ vậy, nhiều hộ dân đã thoát nghèo, có thu nhập ổn định từ nghề trồng rừng nguyên liệu.

Ông Đỗ Thanh Tùng ở thôn 3, xã Tân Đức (huyện Hàm Tân, tỉnh Bình Thuận) cho biết, gia đình ông đã gắn bó với nghề trồng cây keo tràm vài chục năm nay. Từ một gia đình khó khăn, vất vả nhưng nhờ trồng cây keo tràm nên đến nay ông đã có cuộc sống đủ đầy, con cái được học hành đến nơi đến chốn. Vừa qua, gia đình ông mới khai thác 4,5 ha cây keo tràm thu về 380 triệu đồng. "Theo tính toán, nếu trồng, chăm sóc trong điều kiện thời tiết thuận lợi thì sau một chu kỳ khoảng 4 năm, gia đình thu lãi 80 - 90 triệu đồng/ha", ông Tùng nhận định.

Tại huyện miền núi Nam Đông (tỉnh Thừa Thiên Huế), hiện có khoảng 7.000 ha rừng trồng keo tràm. Anh Hồ Văn Rin, xã

Hương Phú, huyện Nam Đông cho hay: "Vào thời điểm được giá, cứ mỗi ha rừng keo sau khi thu hoạch, trừ đi mọi chi phí, người trồng lãi khoảng từ 70-85 triệu đồng/ha. Nhờ đó đem lại nguồn thu ổn định, đời sống của gia đình cũng được nâng lên".

Từ thực tế hiệu quả mang lại của cây keo tràm, nhiều hộ dân vùng đồi núi đã tận dụng những vùng đất kém, bạc màu, thiếu nguồn nước để phát triển kinh tế trang trại trồng rừng. Đặc biệt là trong những năm gần đây, khi giá cả một số vật tư nông nghiệp như phân bón tăng cao, giá thành sản phẩm lại thấp khiến cho nhiều hộ dân chuyển từ đất trồng cao su, trồng mì, bắp sang trồng keo tràm.

Có thể khẳng định, cây keo tràm đã mang lại nguồn thu nhập ổn định cho nhân dân, đồng thời góp phần đảm bảo độ che phủ rừng và bảo vệ môi trường sinh thái. Bên cạnh đó, với những đặc điểm sinh học riêng, cây keo tràm còn có khả năng làm tăng độ phì nhiêu cho đất, giữ vững hệ sinh thái và góp phần giúp nhiều gia đình thoát nghèo, xây dựng được nhà cửa và dần ổn định cuộc sống.

Thế khó

FSC

trong công nghiệp gỗ Việt Nam

Mai Anh

Phát triển rừng trồng, đảm bảo nguồn cung gỗ nguyên liệu cho ngành công nghiệp chế biến gỗ, yêu cầu tiên quyết đảm bảo mục tiêu xuất khẩu gỗ và lâm sản đạt 17,5 tỷ USD năm 2024.

Ông Trần Lê Huy - Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Bình Định, tại Hội thảo "Hệ thống chứng chỉ FSC: Thực trạng sử dụng các sản phẩm và xu hướng phát triển" được tổ chức tại Hà Nội ngày 29/12/2023, cho biết, hiện nguồn cung gỗ FSC của rừng trồng trong nước còn hạn chế. Các sản phẩm FSC chủ yếu tập trung đồ nội thất, viên nén và bột giấy.

Theo ông Huy, nguồn gỗ trong nước không đủ cho nhu cầu sản xuất đồ gỗ xuất khẩu và cũng chưa có chứng chỉ FSC-FM; trong khi theo yêu cầu của châu Âu và Mỹ, phải sử dụng 70% nguyên liệu có chứng chỉ FSC, 30% còn lại là gỗ có nguồn gốc.



FSC là viết tắt tên của Hội đồng Quản trị rừng Quốc tế và cũng là một loại chứng chỉ rừng do chính hội đồng này quản lý. Trong đó, hai chứng nhận quan trọng là FSC - FM (nguyên liệu gỗ có xuất xứ từ những vùng rừng được phát triển bền vững) và FSC-CoC (chuỗi khai thác, chế biến đến thành phẩm, xác định nguyên liệu từ rừng đã được quản lý tốt, kết nối trong quy trình sản xuất).

Hiện nay, tại một số quốc gia phát triển trên thế giới, FSC là chứng chỉ bắt buộc nếu muốn đưa sản phẩm gỗ ra thị trường tiêu thụ. Chính vì thế, để các sản phẩm gỗ Việt Nam có vị thế trên thị trường, đặc biệt là hướng đến thị trường lớn như Mỹ thì chúng ta cần phải thay đổi ngay từ lúc này.

Việt Nam là quốc gia xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ lớn trên thế giới. Các quyết định của nhà mua hàng liên quan về nguồn nguyên liệu gỗ hợp pháp, yêu cầu gỗ có chứng chỉ FSC đang tác động lên toàn bộ chuỗi cung.

Tại Việt Nam, nhiều doanh nghiệp đã đầu tư vùng nguyên liệu gỗ FSC để đón đầu cơ hội thị trường. Hòa Phát, một trong những công ty phát triển mạnh diện tích gỗ FSC, thông qua liên kết với hộ trồng rừng phát triển sản lượng 15 nghìn tấn/năm.

Diện tích rừng ở Việt Nam có chứng chỉ FSC đang tăng lên trong những năm gần đây. Theo Hội đồng Quản lý

Áp lực gia tăng lên ngành công nghiệp gỗ khi các nhà mua hàng đặt quan tâm vào sản phẩm gỗ có chứng chỉ FSC.

rừng FSC, tính đến hết tháng 12 năm 2023, diện tích rừng có chứng chỉ FSC là khoảng 282.960 ha, chiếm khoảng 64% tổng diện tích rừng trồng tại Việt Nam. Hiện nay, kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ có chứng chỉ FSC 11 tháng đầu năm 2023 đạt 226,85 triệu USD, theo Tổng cục Hải quan.

Ngành gỗ đang hướng tới mục tiêu phát triển nguyên liệu đảm bảo hợp pháp, nhằm thực hiện các cam kết và hành động vì mục tiêu Net Zero vào năm 2050 của Chính phủ tại Hội nghị COP 26. Bên cạnh các yêu cầu từ các thị trường xuất khẩu lớn, việc sử dụng gỗ hợp pháp mà cao hơn là gỗ có chứng chỉ là hướng phát triển bền vững, dài lâu của ngành gỗ Việt Nam.

Theo bà Vũ Thị Quế Anh, đại diện FSC ở Việt Nam, các doanh nghiệp cần nâng cao năng lực và cập nhật các tiêu chuẩn, hướng dẫn mới của FSC và xu hướng thị trường, để đảm bảo nguồn nguyên liệu với giá thành phù hợp và chuỗi cung ứng toàn vẹn đảm bảo truy xuất nguồn gốc.

Theo bà Quế Anh, hình thành liên kết chuỗi đảm bảo nguồn nguyên liệu cho sản xuất, đáp ứng các yêu cầu của các thị trường xuất khẩu lớn, EU, Bắc Mỹ, Nhật với các yêu cầu ngày càng cao về truy xuất nguồn gốc gỗ như EUDR và chứng chỉ FSC.



10 nguyên tắc chứng nhận FSC

Nguyên tắc 1: Tuân thủ pháp luật và nguyên tắc của tổ chức FSC. Hoạt động quản lý rừng phải tôn trọng pháp luật hiện hành áp dụng tại từng nước sở tại và các hiệp ước, thỏa thuận quốc tế mà nước sở tại ký kết tham gia, tuân thủ mọi nguyên tắc và tiêu chí của tổ chức FSC.

Nguyên tắc 2: Tuân thủ quyền và nghĩa vụ với việc quản lý và sử dụng tài nguyên rừng. Quyền sử dụng, hưởng dụng đất, tài nguyên rừng dài hạn phải được xác định rõ và được pháp luật công nhận.

Nguyên tắc 3: Quyền của người bản địa. Các quyền hợp pháp và truyền thống của người bản địa về sở hữu, sử dụng và quản lý đất, tài nguyên được công nhận và tôn trọng.

Nguyên tắc 4: Các quan hệ cộng đồng và quyền của công dân lâm nghiệp. Các hoạt động quản lý rừng sẽ duy trì hoặc cải thiện vị thế kinh tế và xã hội của công nhân lâm nghiệp và cộng đồng trong dài hạn.

Nguyên tắc 5: Đảm bảo được các lợi ích từ tài nguyên rừng. Thực hành quản lý rừng sẽ khuyến khích sử dụng hiệu quả các loại lâm sản, các dịch vụ rừng nhằm đảm bảo lợi ích về kinh tế và các lợi ích to lớn về môi trường và xã hội.

Nguyên tắc 6: Đảm bảo kiểm soát được tác động đến môi trường sống. Hoạt động quản lý rừng phải bảo tồn đa dạng sinh học và các giá trị của nó về nguồn nước, tài nguyên đất, và hệ sinh thái độc đáo và giúp duy trì các chức năng sinh thái và tính toàn vẹn của rừng.

Nguyên tắc 7: Kế hoạch quản lý và sử dụng đất đai. Kế hoạch quản lý rừng phải tương thích với quy mô và cường độ quản lý phải xây dựng, thực thi và thường xuyên cập nhật.

Nguyên tắc 8: Giám sát và đánh giá. Cần tiến hành hoạt động giám sát sao cho phù hợp với quy mô và mật độ quản lý rừng để nắm rõ được điều kiện của rừng, sản phẩm rừng, chuỗi hành trình sản phẩm, các hoạt động quản lý và các tác động về mặt môi trường-xã hội của các hoạt động này.

Nguyên tắc 9: Duy trì rừng có giá trị bảo tồn cao. Các hoạt động quản lý tại các khu rừng có giá trị bảo tồn cao cần được duy trì hoặc phát huy các thuộc tính tạo nên loại rừng này. Các quyết định liên quan tới các khu rừng có giá trị bảo tồn cao luôn cần được xem xét trong bối cảnh chú trọng giải pháp phòng ngừa.

Nguyên tắc 10: Bảo vệ các cánh rừng đang được nuôi trồng và tái sinh.

Để đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao về sản phẩm gỗ có chứng chỉ, bà Quế Anh cho rằng rất cần sự vào cuộc nhiều hơn của Chính phủ, các bộ ngành và địa phương, đặc biệt là các doanh nghiệp xuất khẩu trong việc cân bằng giữa năng lực chế biến và vùng nguyên liệu rừng trồng.

Chứng chỉ FSC được tổ chức này cung cấp nhằm xác minh nguồn gốc gỗ, quy trình khai thác, sản xuất theo đúng pháp luật, đáp ứng tiêu chuẩn bảo vệ môi trường. Các nhà quản lý rừng hay những nhà sản xuất các sản phẩm từ rừng cần tuân thủ để đảm bảo phát triển bền vững, cân bằng được các giá trị bảo vệ môi trường (rừng) với lợi ích xã hội của các bên liên quan.

Cao su Việt Nam mở rộng thị phần tại Trung Quốc

Đức Trung

Trước bối cảnh nhu cầu cao su của thị trường duy trì ở mức cao như hiện nay, trong khi nhiều thị trường lớn cung cấp cao su cho Trung Quốc trên đà sụt giảm về sản lượng và giá trị thì Việt Nam vẫn duy trì đà tăng trưởng và tiếp tục mở rộng thị phần.

Tăng thị phần tại Trung Quốc

Trong quý I năm 2024, Trung Quốc vẫn là thị trường lớn nhất tiêu thụ cao su của Việt Nam, với 287,85 nghìn tấn, trị giá 407,83 triệu USD, giảm 1,6% về lượng, nhưng tăng 2,7% về trị giá so với cùng kỳ năm 2023, chiếm 69,48% về lượng và chiếm 67,15% về trị giá trong tổng xuất khẩu cao su của cả nước.

Theo số liệu của Cơ quan Hải quan Trung Quốc, trong quý I năm 2024, Trung Quốc nhập khẩu 1,8 triệu tấn cao su tự nhiên và tổng hợp (bao gồm cả mủ cao su Latex), trị giá 2,8 tỷ USD, giảm 12,1% về lượng và giảm 6,8% về trị giá so với cùng kỳ năm 2023.

Trong đó, nhập khẩu từ Thái Lan, thị trường cung cấp cao su lớn nhất cho Trung Quốc giảm tới 29,6% so với cùng kỳ năm 2023 xuống chỉ còn 588.265 tấn.

Việt Nam là nguồn cung lớn thứ hai với khối lượng đạt 402.669 tấn, giảm nhẹ 3,1%. Thị phần cao su Việt Nam chiếm 22,3% trong tổng lượng cao su nhập khẩu của Trung Quốc trong quý I năm 2024, cao hơn so với mức 21,2% của cùng kỳ năm 2023.

Như vậy, thị phần cao su của Việt Nam tại Trung Quốc đã tăng liên tục trong hơn 10 năm qua, từ mức khiêm tốn 4,7% năm 2014 lên hơn 22% của hiện tại. Ngược lại, thị phần cao su của Thái Lan tại Trung Quốc trong quãng thời gian kể trên lại thu hẹp đáng kể từ hơn 40% xuống chỉ còn 32,6%.

Trong quý I, giá cao su xuất khẩu bình quân của Việt Nam sang Trung Quốc đạt 1.395 USD/tấn, khá cạnh tranh so với mức giá 1.506 USD/tấn của Thái Lan, 1.497 USD/tấn của Malaysia và 1.510 USD/tấn của Nga.



Mủ cao su cốm Việt Nam được nhiều thị trường xuất khẩu đặt hàng

Theo Hiệp hội các quốc gia sản xuất cao su tự nhiên (ANRPC), sản lượng cao su thiên nhiên toàn cầu năm 2024 dự báo đạt 14,5 triệu tấn, tăng 1,6% so với năm 2023. Trong đó, Thái Lan giảm 0,5%, Indonesia giảm 5,1%, Trung Quốc tăng 6,9%, trong khi Ấn Độ tăng 6%, Việt Nam tăng 2,9%, Malaysia tăng 2,9% và các nước khác tăng 7,3%.

Tiêu thụ cao su tự nhiên toàn cầu năm 2024 dự kiến sẽ tăng 3% lên 15,67 triệu tấn. Trong đó, Trung Quốc tăng 5,5%, Ấn Độ tăng 3%, Thái Lan tăng 1%, Malaysia tăng 45,4%, Việt Nam tăng 6%, các nước khác giảm 3,8%.



Công nhân tại Lâm Đồng đang thu hoạch mủ cao su



Việt Nam là thị trường cung cấp cao su lớn thứ hai cho Trung Quốc

Nắm bắt cơ hội mở rộng

Theo nhận định của các chuyên gia, nguồn cung cao su có thể tiếp tục thiếu hụt trong năm 2024 - 2025, thị trường toàn cầu có thể sẽ thiếu hụt khoảng 600 - 800 nghìn tấn mỗi năm. Sự chênh lệch cung - cầu này đến từ tiêu thụ cao su thiên nhiên trên toàn cầu có thể duy trì tốc độ tăng trưởng từ 4 - 6% mỗi năm, nhờ vào sự phục hồi của ngành sản xuất ô tô và lốp xe toàn cầu, đặc biệt là tại thị trường Trung Quốc.

Trong khi đó, nguồn cung cao su tự nhiên toàn cầu dự kiến chỉ tăng trưởng bình quân khoảng 1 - 3%/năm trong giai đoạn 2024 - 2025. Diện tích trồng cao su tại Thái Lan và Indonesia liên tiếp giảm do dịch bệnh trên cây cao su và xu hướng chuyển đổi sang trồng cây công

nh nghiệp khác có hiệu quả kinh tế cao hơn khi việc trồng cây cao su mất từ 5 - 7 năm mới có thể khai thác mủ được.

Hiệu suất thu hoạch cao su cũng đã giảm xuống trong những năm gần đây do dịch bệnh và thời tiết cực đoan. Đặc biệt, năm 2024 dự báo sẽ là năm khắc nghiệt với cây cao su khi chuyển giao giữa hiện tượng El Nino và La Nina, gây ra nhiều biến động trong mùa vụ khai thác cao điểm tại khu vực Đông Nam Á.

Trong quý I năm nay, xuất khẩu cao su tự nhiên và cao su hỗn hợp của Thái Lan chỉ đạt 1,08 triệu tấn, giảm 17% so với cùng kỳ năm trước. Tương tự, xuất khẩu cao su của Indonesia giảm 19,7%, xuống chỉ còn 399.000 tấn.

Tại Trung Quốc, cao su tự nhiên chủ yếu được sử dụng trong ngành sản xuất lốp ô tô. Trong khi đó, theo số liệu của Hiệp hội các nhà sản xuất ô tô Trung Quốc (CAAM), sản lượng và doanh số bán ô tô của Trung Quốc

Hiện giá cao su tự nhiên đang tăng lên mức cao nhất trong 7 năm qua do nhu cầu ngày càng tăng từ ngành công nghiệp xe điện của Trung Quốc, cùng với sản lượng kém ở Thái Lan và Indonesia. Giá cao su xuất khẩu của Việt Nam cũng tăng cao, mở ra triển vọng khả quan cho ngành cao su Việt Nam.

trong quý I năm 2024 đã tăng 6,4% và 10,6% so với cùng kỳ năm 2023, đạt lần lượt là 6,6 và 6,7 triệu chiếc.

Bên cạnh đó, sự tương thích trong cung-cầu cao su giữa Việt Nam và Trung Quốc cũng là yếu tố quan trọng giúp gia tăng hoạt động xuất khẩu cũng như kim ngạch xuất khẩu cao su của nước ta trong thời gian tới. Cụ thể, cao su tự nhiên và cao su tổng hợp là hai dòng sản phẩm cao su chiếm thị phần nhập khẩu lớn nhất của Trung Quốc với 28,2% và 63,3% trong tổng số cao su nhập. Trùng hợp, đây cũng chính là hai loại cao su xuất khẩu chính của Việt Nam với tỷ trọng lần lượt là 27,6% và 53,9%.

Trong bối cảnh nhu cầu của thị trường duy trì ở mức cao như hiện nay, trong khi sản lượng của các đối thủ cạnh tranh chính có xu hướng thu hẹp, Việt Nam được cho là đang đứng trước cơ hội lớn để gia tăng thị phần cao su tại Trung Quốc.

Kỹ sư Nam Định “hộ biển” hạt giống nảy mầm siêu tốc

Kỹ sư Lương Văn Trường (35 tuổi) đã phát minh ra giải pháp sản xuất hạt giống siêu tốc giúp bà con nông dân dễ dàng sử dụng hạt giống, không lo bị gãy mầm hay thối hỏng như cách ngâm ủ hạt truyền thống.

Phương Linh

Anh Lương Văn Trường sinh ra trong gia đình làm nông tại xã Nghĩa Trung, huyện Nghĩa Hưng, tỉnh Nam Định. Ngày nhỏ, nhà chỉ vốn vụn có 6 sào ruộng, lại chia thành nhiều ô cách rất xa nhau, anh khao khát khi lớn lên sẽ xóa những ô thửa nhỏ để sản xuất trên cánh đồng thẳng cánh cò bay và dùng hoàn toàn bằng máy móc.

Với niềm đam mê với nông nghiệp, anh chọn theo đuổi ngành công nghệ sau thu hoạch tại trường Đại học Đà Lạt. Năm 2011, sau khi tốt nghiệp, chàng kỹ sư trẻ đã tham gia Dự án 600 Phó Chủ tịch xã trẻ, và trở thành Phó Chủ tịch UBND xã Lùng Thẩn, huyện Si Ma Cai, tỉnh Lào Cai, phụ trách nông lâm nghiệp địa phương từ năm 2012 - 2016.

Sáng kiến tiết kiệm hơn 3.000 tỷ đồng

Sau khi hoàn thành nhiệm vụ trong Dự án 600 Phó Chủ tịch xã, anh Trường chọn về quê hương lập nghiệp, thuê lại 7 ha đất nông nghiệp để canh tác lúa. Bắt tay sản xuất với quy mô lớn ngay từ đầu khiến anh gặp khó khăn. Đỉnh điểm là vào vụ mùa năm 2018, mưa lớn trong suốt hơn hai chục ngày khiến toàn bộ giống cứ gieo xong lại phải đổ bỏ vì không thể gieo được, hạt giống nảy mầm rồi rất khó bảo quản, vài ngày lại thối hỏng. “Tôi mất trắng 4 - 5 tấn giống, cả mùa vụ thiệt hại hơn một tỷ đồng”, anh Trường nhớ lại.

Nhưng cũng trong vụ mùa đó, anh Trường nhận ra có những hạt giống để lâu nhưng nếu có điều kiện thuận lợi vẫn hồi sinh bình thường. Từ phát hiện đó, anh tiến hành nghiên cứu ra hạt giống nảy mầm sẵn.



Người dân “nhàn hơn” trong quá trình gieo mạ



Hạt giống cho ra sản lượng và chất lượng lúa tốt

Với những cố gắng trong nhiều năm qua, kỹ sư Lương Văn Trường đã nhận được nhiều thành tích tiêu biểu như: Bằng khen “Đoàn viên thanh niên có công trình, giải pháp, sản phẩm sáng tạo tiêu biểu toàn quốc” năm 2020, Sản phẩm lọt top 10 cuộc thi khởi nghiệp quốc gia 2021, trở thành Đại sứ chương trình “Dự án phát triển xã hội bền vững SEF 2021”, Giải Nhất cuộc thi Khởi nghiệp thanh niên nông thôn với dự án “Nông trại cờ đỏ” do Trung ương Đoàn tổ chức và vinh dự đạt giải thưởng Lương Định Của dành cho nhà nông trẻ xuất sắc 2021...



Hạt giống ngủ đông trong vòng 6 - 12 tháng có thể thức dậy sau khi ngâm nước 15 phút



Quy trình công nghệ của kỹ sư Lương Văn Trường được hoàn thiện vào tháng 10/2020 và đăng ký bảo hộ sáng chế năm 2021.

Bằng cách phát triển một quy trình kỹ thuật, kỹ sư Trường giúp đưa hạt lúa giống đã nảy mầm về trạng thái ngủ đông (hạt giống nảy mầm rồi được đưa về dạng khô, chịu lực va đập tốt) để duy trì sự sống khi gặp điều kiện bất lợi (như hạn hán). Hạt mầm được lưu trữ đến thời điểm thích hợp để gieo trồng. Khi sử dụng hạt giống ngủ đông, người nông dân không cần ngâm ủ mà mang gieo trực tiếp, hạt giống sẽ trở lại trạng thái nảy mầm và phát triển như thông thường.

Theo anh Trường, ưu điểm của phương pháp này là hạt giống nảy mầm rất nhanh, thông thường từ 30 - 120 phút gặp điều kiện thích hợp. Hơn nữa, quy trình này đưa hạt giống đã nảy mầm về dạng khô, chịu lực va đập tốt, để người dân có thể dễ dàng sử dụng mà không bị gãy mầm hay thối, hỏng như cách ngâm ủ hạt giống truyền thống.

Theo tính toán của chàng trai Nam Định này, quy trình có chi phí sản xuất công nghiệp chỉ khoảng 2.000 đồng/kg. Trong khi nếu người nông dân ngâm ủ hạt mầm tươi thì chi phí cho 1 kg (gồm công, vật tư, nước, điện...) phải mất tối thiểu 10.000 đồng. Theo tính toán của anh Trường, hiện Việt Nam

trồng khoảng 7 triệu ha lúa, với khoảng 700.000 tấn giống mỗi năm. Nếu thực hiện theo quy trình này sẽ tiết kiệm khoảng hơn 3.000 tỷ đồng cho ngành nông nghiệp trong nước, giúp tiết kiệm hàng triệu công lao động mỗi mùa vụ.

Khát vọng vươn tầm

Hạt giống ngủ đông của anh Trường nhanh chóng được mang đi gieo sạ rộng rãi trong tỉnh Nam Định, sau đó mang đi các tỉnh khác như Thái Bình, Bạc Liêu để đánh giá sự thích nghi với chất đất, khí hậu các vùng miền. Kết quả, hạt giống gieo ở bất cứ đâu cũng nảy nở rất khỏe, tỷ lệ chết rất thấp.

Với khát vọng "làm cho nông dân nhân hơn", anh Trường cùng các đồng nghiệp thành lập Hợp tác xã (HTX) Nam Đại Dương, quy mô gần 40 ha. Ra đời vào giữa thời điểm đại dịch Covid-19 hoành hành căng thẳng, nhưng HTX vẫn hoạt động tốt với doanh thu lên tới 3 tỷ đồng trong năm đầu tiên và tiếp duy trì đà tăng trưởng mạnh cho tới nay.

Quy mô sản xuất toàn HTX hiện đạt trên 21 ha, với 7 thành viên sáng lập và hàng trăm thành viên liên kết. Với tư cách "thuyền trưởng" của HTX, anh Lương Văn

Trường đã chủ động phát triển mô hình theo chuỗi liên kết sản xuất 4 nhà: nhà nông - nhà nước - nhà khoa học - nhà doanh nghiệp, chế biến, tiêu thụ để tạo giá trị gia tăng cho sản phẩm lúa gạo.

Từ công nghệ sản xuất hạt giống nảy mầm "siêu tốc", anh Trường đã nảy ra ý tưởng sản xuất gạo mầm tươi, một sản phẩm rất giàu dinh dưỡng. Theo kiểm nghiệm từ Viện Kiểm nghiệm vệ sinh an toàn thực phẩm quốc gia (năm 2021), gạo mầm của anh Lương Văn Trường và HTX Nam Đại Dương có giá trị dinh dưỡng cao giúp hỗ trợ kiểm soát mỡ máu và phòng ngừa xơ vữa động mạch, hỗ trợ tốt cho hệ tiêu hóa, hỗ trợ chống oxy hóa, làm chậm quá trình lão hóa.

Sản phẩm gạo mầm tươi đã chính thức được thương mại hóa từ giữa năm 2021 và được cung cấp cho thị trường Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và một số tỉnh cả trong Nam và ngoài Bắc. Trong thời gian tới, HTX sẽ tiếp tục nghiên cứu, mở rộng sản xuất, phấn đấu xuất khẩu gạo mầm tươi và công nghệ hạt giống nảy mầm sẵn ra thị trường nước ngoài, góp phần khẳng định giá trị nông sản và công nghệ nông nghiệp của Việt Nam trên thế giới.



Ứng dụng công nghệ sinh học trong chế biến rau mầm

Minh Phúc

Hiện nay, rau mầm và rau baby đã trở thành một trong những loại thực phẩm tương đối phổ biến trong các bữa ăn hàng ngày của người Việt Nam. Rau mầm là loại rau trồng trên giá thể thu hoạch lúc còn non, chỉ có lá mầm chưa có lá thật. Thời gian canh tác của loại rau này tương đối ngắn, chỉ khoảng 4 - 10 ngày, tùy thuộc vào từng loại rau. Còn rau baby hay chính là loại rau non được thu hoạch và sử dụng ở dạng non khi cây còn nhỏ. Thời gian thu hoạch của rau baby khoảng tầm 15 - 20 ngày hoặc 55 - 60 ngày tùy từng loại rau và điều kiện thời tiết canh tác.

Rau mầm là những loại rau được thu hoạch khi còn ở giai đoạn mầm non, thường là 7 đến 14 ngày sau khi gieo hạt. Chúng rất giàu dinh dưỡng và thường được sử dụng trong ẩm thực để bổ sung vitamin, khoáng chất và chất xơ vào chế độ dinh dưỡng.

Rau mầm và rau baby có giá trị dinh dưỡng rất cao và thường được trồng trên giá thể sạch, không có mầm bệnh và vi sinh vật gây hại. Vì vậy, có thể nói rằng đây là những loại rau sạch và an toàn cho người tiêu dùng.

Trong số các loại rau mầm và rau baby thì rau mầm và rau baby họ cải là loại rau được ưa chuộng và sử dụng nhiều hơn cả. Lý do bởi rau mầm họ cải có giá trị dinh dưỡng cao hơn gấp 5 lần các loại rau thường. Hơn nữa, so với các loại rau mầm khác, rau cải mầm thường dễ trồng hơn và dễ chăm sóc hơn, mùi vị cũng được nhận xét là thơm ngon, hài hòa hơn, cảm quan được người tiêu dùng ưa chuộng hơn các loại rau khác.

Với nhịp sống của thời đại ngày nay, nhu cầu sử dụng rau xanh càng trở nên phong phú hơn, bên cạnh nhu cầu về chất lượng đòi hỏi phải đảm bảo cả tính tiện ích và đa dụng. Do đó, việc phát triển sản xuất chế biến các loại rau mầm và

rau baby là một trong nhiều biện pháp để cải thiện vấn đề rau sạch cũng như làm đa dạng hoá các sản phẩm giàu dưỡng chất, an toàn và dễ sử dụng, đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng.

Xuất phát từ thực tế đó, Viện Công nghiệp thực phẩm (Bộ Công Thương) đã tiến hành thực hiện đề tài "Nghiên cứu ứng dụng công nghệ sinh học xây dựng quy trình chế biến một số sản phẩm mới từ rau mầm họ cải". Đề tài nhằm hoàn thiện quy trình công nghệ nuôi trồng và chế biến 2 - 3 loại rau mầm họ cải có giá trị cao. Từ đó, sản xuất 15 kg bột rau mầm họ cải và 30 kg bột rau baby nguyên xơ đáp ứng thị hiếu người tiêu dùng và bảo quản tối thiểu 6 tháng ở điều kiện thường.


Sau gần 2 năm thực hiện đề tài (từ tháng 7/2021 - 6/2023), Viện Công nghiệp thực phẩm đã thành công lựa chọn được 02 giống rau phù hợp làm nguyên liệu để chế biến các sản phẩm





 Rau mầm là một trong những loại rau có giá trị dinh dưỡng cao



 Bột mầm cải đỏ

(bột rau baby nguyên xơ, bột rau mầm) từ giống rau họ cải là: (1) Rau baby cải rocket, (2) Rau mầm cải đỏ. Ngoài ra, đề tài đã sản xuất thử nghiệm thành công 31,3 kg bột rau baby rocket nguyên xơ và 15,6 kg bột rau mầm cải đỏ. Các sản phẩm sau thử nghiệm có chỉ tiêu cảm quan và các chỉ tiêu chất lượng phù hợp với đăng ký ở bản thuyết minh đề tài.

Từ kết quả nghiên cứu trong khuôn khổ đề tài, Viện Công nghiệp thực phẩm mong muốn mở rộng quy mô đánh giá cảm quan, và đi sâu chi tiết vào những đặc điểm thị hiếu người tiêu dùng về các yếu tố liên quan đến sản phẩm như: Màu sắc, mùi vị, mức độ tiện dụng, giá thành sản phẩm,... để có đánh giá toàn diện nhất. Từ đó có cơ sở để tiếp tục hoàn thiện sản phẩm nhằm đáp ứng thị

hiếu người tiêu dùng và nâng cao giá trị thương hiệu sản phẩm cũng như khả năng cạnh tranh với những dòng sản phẩm nhập khẩu khác.

Viện Công nghiệp thực phẩm cũng mong muốn được chuyển kết quả nghiên cứu sang thực hiện dự án sản xuất thử nghiệm để có được sự hỗ trợ của nguồn Ngân sách Nhà nước cho doanh nghiệp nhằm hoàn thiện về chất lượng, mẫu mã sản phẩm và thị trường hoá sản phẩm trên quy mô lớn hơn.

Có thể thấy, việc xây dựng quy trình chế biến các sản phẩm từ rau mầm không chỉ là một bước quan trọng trong việc đảm bảo an toàn và giá trị dinh dưỡng của sản phẩm, mà còn là một cơ hội gia tăng giá trị sản phẩm và mở rộng thị trường tiêu thụ.

Đối với lĩnh vực nghiên cứu và chế biến thực phẩm nói chung và nghiên cứu về các loại rau, củ, quả, rau họ cải... nói riêng, Viện Công nghiệp thực phẩm là một trong những đơn vị có bề dày lịch sử, kinh nghiệm nghiên cứu kết hợp với việc được đầu tư dây chuyền thiết bị sản xuất quy mô pilot hoàn chỉnh cho các dòng sản phẩm liên quan.

Trước đó, Viện đã thành công nghiên cứu nhiều công nghệ liên quan đến chế biến rau, củ, quả như: Nghiên cứu công nghệ sản xuất chế phẩm giàu isothiocyanate từ rau cải xoong ứng dụng trong sản xuất thực phẩm chức năng; Nghiên cứu công nghệ chế biến quả sần riêng bằng công nghệ sấy phun và công nghệ sấy lạnh (sấy bơm nhiệt và sấy thăng hoa); Nghiên cứu quy trình công nghệ sấy một số loại rau vụ đông (bắp cải, bí đỏ, ớt, cà rốt) bằng công nghệ sấy bơm nhiệt có hỗ trợ vi sóng.

Sống sành

rượu vang

Nguyễn Hà



Cabernet Sauvignon và Syrah/Shiraz là hai giống nho đỏ phổ biến được sử dụng để làm rượu vang đỏ

Lược sử rượu vang

Rượu vang nho đã xuất hiện trong lịch sử loài người ít nhất là 8.000 năm trước, qua việc tìm thấy dấu vết di truyền học của giống nho vang vitis vinifera ở vùng Tiểu Á (Armenia ngày nay) có niên đại từ 6.100 trước Công Nguyên (TCN). Việc trồng nho và làm rượu vang được chính thức ghi chép lại bởi người Ai Cập năm 3100 TCN. Tới những năm 1200 TCN, người Phoenicia bắt đầu buôn bán khắp khu vực Địa Trung Hải. Trong những chuyến đi, họ mang theo rượu vang và giống nho tới những vùng họ buôn bán.

Những năm 800 TCN, người Hy Lạp bắt đầu hoàn thiện những kỹ thuật làm rượu nho mà người Phoenicia đã mang tới, phổ biến rượu vang khắp vùng Địa Trung Hải cho tới tận trái tim của đế chế La Mã – Roma. Khi những đoàn quân La Mã tung hoành ngang dọc châu Âu trong các cuộc chinh phục và khai hoang, rượu vang cũng theo chân họ đi khắp. Người La Mã đã đưa kỹ thuật làm rượu và việc canh tác nho vang tới các vùng đất khác nhau mà ngày nay là Pháp, Đức, Ý, Bồ Đào Nha, Tây Ban Nha.

Thế kỷ XVI-XVII, các giống nho cũng theo chân các nhà hàng hải và thám hiểm tới những miền đất xa xôi như Bắc Mỹ, Nam Mỹ, Nam Phi hay châu Úc để tìm kiếm thuộc địa mới cho các triều đình châu Âu. Từ đó, xuất hiện khái niệm các nước “tân thế giới” như Brazil, Argentina, Chile, Mỹ, Nam Phi, Úc tham gia vào công cuộc sản xuất rượu vang.

Rượu vang nho là đồ uống có cồn được sản xuất từ loài nho vitis vinifera bằng phương pháp lên men không qua chungk cất. Từ chỗ chỉ được dùng trong các nghi thức tôn giáo, rượu vang dần trở thành thức uống phổ biến, được ưa chuộng và ca ngợi khắp nơi trên thế giới, thậm chí còn được coi là món quà quý giá mà Thượng đế đã trao tặng cho loài người.

Bản đồ rượu vang thế giới

Nhắc đến các vùng rượu vang nổi tiếng trên bản đồ rượu vang thế giới, không thể không nhắc đến rượu vang Pháp, Italy, California và Chile.

Với 2.000 giống nho, Italy là quốc gia có nhiều giống nho làm rượu nhất thế giới. Ngoài các giống nho bản địa chính Sangiovese, Barbera, Nebbiolo, Montepulciano, Italy cũng làm rượu vang từ những giống nho quốc tế như: Cabernet Sauvignon, Chardonnay hay Merlot. Mặc dù không còn là quốc gia sản xuất rượu vang quan trọng nhất của thế giới nhưng Italy vẫn là quốc gia có vai trò lịch sử quan trọng nhất.

Một đại diện nổi bật của tân thế giới đó chính là rượu vang California – vùng làm rượu vang lớn nhất, quan trọng nhất, xuất khẩu nhiều nhất nước Mỹ. Các loại rượu vang California đã có lịch sử hơn 200 năm. Cuộc thi nếm rượu Paris năm 1976 được xem là sự kiện quan trọng cho sự phục hưng ngành sản xuất rượu vang trên toàn nước Mỹ. Khi đó, rượu vang California của nhà Stag's Leap Wine Cellar mùa 1973 được chấm giải nhất, vượt cả vang Pháp ở cả

loại rượu trắng Chardonnay lẫn rượu đỏ Cabernet Sauvignon. Chiến thắng danh giá này không chỉ mang lại danh tiếng mà còn vun đắp niềm tin rằng vùng California cũng có thể sản xuất ra loại rượu vang ngon không kém gì Bordeaux hay Burgundy nổi tiếng của Pháp.





Một đại diện khác đến từ tân thế giới là rượu vang Chile. Chile là quốc gia sản xuất rượu vang quan trọng nhất của vùng Nam Mỹ, xếp hạng thứ 8 trên toàn cầu về sản lượng xuất khẩu, thuộc top 5 những đất nước có sản lượng vang được tiêu thụ nhiều nhất thế giới. Tại Chile có tới hơn 250 nhà sản xuất và xuất khẩu rượu vang. Khác với những loại rượu vang phải ủ qua thời gian dài mới có thể uống được, rượu vang Chile lại có thể dùng ngay trong năm sản xuất.

Rượu vang Italy, California, Chile đều đã khẳng định vị thế hàng đầu của mình trên bản đồ vang thế giới trong nhiều thế kỷ qua. Nhưng nhắc tới rượu vang, không thể không nhắc tới vang Pháp – chuẩn mực của thế giới. Không phải lúc nào nước Pháp cũng xếp hạng nhất về sản lượng sản xuất hay tiêu thụ, thế nhưng vị thế dẫn đầu của Pháp trong thế giới rượu vang thì không ai có thể phủ nhận được.

Pháp - Thánh địa rượu vang

Ngành rượu vang đã trở thành một trong những ngành kinh tế mũi nhọn của Pháp, giúp quốc gia châu Âu này thu về nhiều tỷ euro từ cả thị trường nội địa và xuất khẩu. Một trong những đặc điểm nổi bật nhất khiến vang Pháp không dễ bị trộn lẫn với các loại vang đến từ các quốc gia khác, đó chính là chúng được đặt tên theo địa phương sản xuất chứ không phải theo tên giống nho. Theo đó, INAO (Institut National de l'Origine et de la Qualité), cơ quan phụ trách kiểm định chất lượng và xuất xứ thực phẩm, Bộ Nông nghiệp Pháp, đã đề ra một hệ thống định danh để kiểm soát tên của rượu nho là Appellation d'Origine Contrôlée (AOC). Thuật ngữ AOC tương ứng với AOP (Appellation d'Origine Protégée) theo luật của Liên minh châu Âu (EU). Vì thế, chai rượu Pháp thường để AOC khi bán nội địa, và

AOP khi xuất khẩu ra nước ngoài.

Một đặc điểm khác rất đặc trưng của vang Pháp là rượu theo mùa nho, có nghĩa là năm nào cho ra loại rượu năm đó, và chất lượng giống nho từng năm sẽ khác nhau tùy theo điều kiện khí hậu, thời tiết, tình hình sâu bệnh,... Những nhà làm rượu Pháp chỉ sản xuất loại rượu một mùa nho. Thậm chí có năm thời tiết quá xấu và nho không có chất lượng tốt thì người làm rượu sẵn sàng bỏ qua, không làm rượu mùa đó.

Nước Pháp có 8 vùng làm rượu chính nổi tiếng trải dài khắp đất nước, từ vùng Champagne ở phía Đông Bắc Paris, vùng Bordeaux, thung lũng Loire và Rhône, cho đến vùng Alsace ở miền Đông, vùng Burgundy, vùng Provence, vùng Languedoc - Roussillon ở phía Tây Nam. Thật chẳng ngoa khi nói rằng "Pháp là thánh địa rượu vang", là xứ sở của những loại rượu vang ngon bậc nhất thế giới.

Lễ hội rượu vang Bordeaux là một sự kiện văn hoá và du lịch lớn, được tổ chức 2 năm một lần ở thành phố Bordeaux, Pháp. Lễ hội kéo dài trong 4 ngày, mở cửa từ 11 giờ sáng đến nửa đêm. Với 12 quầy thử rượu lớn, lễ hội trưng bày các loại rượu vang của hơn 80 nhãn hiệu lớn đến từ Bordeaux và vùng Aquitaine.

Lễ hội rượu vang Beaujolais Nouveau được tổ chức vào ngày thứ 5, tuần lễ thứ 3 của tháng 11 hàng năm, tại vùng Beaujolais Nouveau nằm ở phía Đông nước Pháp. Lễ hội rượu này không chỉ dừng lại ở mức độ quốc gia, mà nó đã được nâng lên đến tầm quốc tế khi có hơn 65 triệu chai Beaujolais Nouveau sẽ được tiêu thụ trong ngày đặc biệt này.



Các giống nho làm rượu vang

Cabernet Sauvignon là giống nho đỏ tốt nhất, được trồng nhiều nhất trên thế giới. Giống nho này có đặc trưng của quả lý đen, họ quả mọng vỏ đen, vị gắt và chất khi còn xanh. Khi được ủ lâu, rượu từ giống nho này sẽ êm hơn và có mùi của gỗ bút chì, ớt chuông, sô cô la. Là giống nho có nguồn gốc từ vùng Bordeaux, Cabernet Sauvignon cũng là giống nho chính của vùng vang California (Mỹ) và được ưa chuộng tại Úc, Chile, Nam Phi, Italy, Tây Ban Nha, Hy Lạp, Nga...

Syrah hay Shiraz là giống nho đỏ chính của thung lũng Rhône (Pháp). Ngoài ra, giống nho này cũng có

chất lượng cao ở Úc, New Zealand và California (Mỹ). Đặc trưng của nho Syrah hay Shiraz là có mùi và vị của quả vỏ đen (như quả lý đen, dâu đen) với chút ít dấu vết của tiêu đen, thịt nướng. Đây là một trong những giống nho mạnh và đậm nhất thế giới.

Chardonnay là giống nho được mệnh danh là "ông vua nho trắng". Chardonnay có mùi vị rất đa dạng và sống động, từ mùi quả họ chanh đến mùi trái cây nhiệt đới. Chardonnay có nguồn gốc từ vùng Burgundy (Pháp), là giống nho chính của rượu Champagne, rượu sủi bọt Crémant d'Alsace và vang trắng tân thế giới.

5S trong thưởng thức rượu vang

Nếu thưởng thức rượu vang là một nét nghệ thuật, thì người thưởng thức chính là nghệ sĩ. Thưởng thức rượu vang có những nguyên tắc bắt buộc phải thực hiện để có thể cảm nhận trọn vẹn hương vị của thứ đồ uống tinh tế này. Các bậc thầy về rượu vang đã xây dựng quy tắc thưởng thức ly rượu vang ngon với tiêu chuẩn quốc tế là 5S: See (nhìn ngắm); Swirl (lắc nhẹ); Smell (ngửi mùi vị); Snap/ taste (nếm); Savour (nhấm nhấp).

Nhìn ngắm ly rượu là quy tắc đầu tiên khi thưởng thức rượu vang. Lượng rượu trong ly chỉ nên chiếm 1/3 ly để dễ dàng



Sommelier - nghề quý hiếm

Sommelier tạm dịch là người thử nếm và phục vụ rượu vang. Một sommelier thường có thính giác và khứu giác rất nhạy để có thể nhận ra hàng chục loại mùi, vị có trong rượu. Nhiều sommelier thậm chí đã phải bảo hiểm cái mũi của mình với số tiền bồi thường lên đến cả triệu đô la. Để được mang danh hiệu cao quý master sommelier, ngoài khả năng thiên bẩm hoặc qua rèn luyện, họ còn phải có thời gian và tiền bạc. Để lấy được danh hiệu này, trung bình một ứng viên phải dành ra 10 năm để ôn luyện, 04 năm để thi (với điều kiện không rớt vòng nào) cùng hàng chục ngàn đô la tiền chi phí. Vì vậy, sommelier là những người rất được coi trọng trong nghề và được mô tả rất là quý hiếm.

Cho tới nay, trong tổng số hơn 7 tỷ dân trên toàn thế giới, chỉ có 249 master sommelier - một con số mà không cần phải thuyết minh thêm cũng đã tự nói lên tất cả.

Château de Goulaine là nhà máy sản xuất rượu vang lâu đời nhất tại Pháp với tuổi đời hơn 1.000 năm. Đây là nơi cho ra đời những chai vang Pháp làm thủ công đầu tiên. Đây cũng là một trong những lâu đài cuối cùng ở Loire vẫn còn làm rượu vang. Hiện Goulaine sản xuất một số loại rượu vang trắng từ thung lũng Loire bao gồm Muscadet và Folle Blanche.



Hầu hết các loại rượu đều được lưu trữ trong thùng gỗ, phổ biến là thùng gỗ sồi



quan sát màu sắc, độ sánh cũng như độ kết dính của rượu.

Khi đã cầm ly rượu vang trên tay, đừng vội uống ngay lập tức. Hãy lắc nhẹ cho rượu sóng sánh trong ly và bung tỏa hương thơm một cách tối ưu nhất. Bạn hãy ghé mũi vào miệng ly để ngửi và cảm nhận hết hương vị đặc trưng và hoàn toàn thiên nhiên chỉ có ở rượu vang.

Sau khi đã ngửi được mùi hương, bạn bắt đầu cảm nhận rượu vang bằng vị giác. Hãy để một chút không khí tràn vào miệng cùng với ít một rượu vang, bởi như thế vị rượu sẽ đậm đà hơn rất nhiều. Khi những giọt rượu từ từ lan toả khắp lưỡi rồi vào cuống họng, bạn sẽ cảm nhận được dư vị rượu vang còn đọng lại sau khi uống. Có thể là vị chất nhẹ, chất nồng hơn hay cũng có thể là vị ngọt thoảng nhẹ.

Rượu và thức ăn kết hợp thế nào cho hoàn hảo?

"Vang trắng uống với thịt trắng, vang đỏ uống với thịt đỏ, Champagne để uống khai vị" là lời gợi ý mà ta thường được nghe mỗi khi kết hợp giữa rượu và thức ăn. Đối với những người sành sỏi, uống loại rượu vang nào với thức ăn gì cũng cần phải được cân nhắc kỹ lưỡng để có được sự kết hợp ăn ý và đúng vị nhất.

Để không bị đối chọi giữa mùi, vị của thức ăn và rượu, quy tắc cơ bản và an toàn nhất là "mạnh đi với mạnh, nhẹ đi với nhẹ, đơn giản đi với đơn giản, phức tạp đi với phức tạp".

Bởi vậy, đối với nguyên liệu, thực phẩm có tính tươi ngon, nhẹ (thịt gà, cá nước ngọt, rau củ, cua) sẽ hợp với các loại rượu nhẹ khô, tinh tế. Các loại thịt có tính đậm đà, nặng (thịt vịt, bò, cừu) thì nên được kết hợp với rượu đậm, nặng.

Đối với gia vị, nếu nguyên liệu chính được ướp nấu với gia vị cay nồng thì nên đi với rượu có tính chất cay, đậm. Ngược lại, gia vị giản đơn (muối, tiêu, thảo mộc thơm) thì chỉ nên kết hợp với những loại rượu thơm, nhẹ.

Đối với cách chế biến, những cách nấu đơn giản, ít tác động vào tính chất nguyên liệu như luộc, hấp, chần thì dùng các loại rượu có tính chất nhẹ, tinh tế. Ngược lại, cách nấu ăn phức tạp như chiên, nướng, quay, đút lò, BBQ, nấu chậm thì cần những loại rượu mạnh, đậm.

Chọn ly sao cho đúng?

Rượu nào ly nấy, chọn chiếc ly phù hợp với từng loại rượu cũng giống như chọn tri kỷ vậy. Đó là một nghệ thuật đòi hỏi không ít công phu.

Với vang đỏ, chọn ly tiêu chuẩn có chân cao, thân bầu, miệng hẹp hơn thân, có dung tích tiêu chuẩn 330 ml. Loại ly này lý tưởng cho loại rượu vang có độ tannin cao và axit nhẹ.

Với vang đỏ nhẹ, cần chọn ly chân ngắn, bầu rộng hơn và miệng hẹp hơn ly rượu đỏ tiêu chuẩn, dành cho những loại rượu đỏ nhẹ, thơm, có vị tannin thấp và axit cao.

Khi uống vang trắng đậm, hãy dùng ly có hình dáng giống ly rượu đỏ tiêu chuẩn nhưng nhỏ hơn, dung tích ly khoảng 250 ml.

Còn khi uống vang trắng thơm, sẽ phù hợp hơn nếu ta chọn ly thấp hơn và thân nhỏ hơn ly vang trắng tiêu chuẩn, nhằm làm tôn lên mùi thơm và vị axit của rượu trắng nhẹ.

Đối với vang hồng, có hai loại phổ biến để uống là ly có bầu ngắn, đôi thon và loại ly có bầu ngắn, miệng nhỏ. Tuy nhiên, chúng ta có thể thay thế bằng ly vang đỏ hoặc vang trắng do quá trình ủ của các loại rượu này tương đối giống nhau.

Trong khi đó, để uống Champagne, ta lại dùng có hình dạng thon dài và cao hẹp để rót rượu sủi bọt không bị tràn ra ngoài. Thân thon dài cũng làm cho bong bóng trong bọt rượu lâu tan hơn, và mùi hương tập trung ngay đầu mũi.

Lexi

DẦU GỘI MƯỢT TÓC



TÓC KHỎE MƯỢT

TIỆC NGON BỪNG NỔ
NHÂN ĐÔI NIỀM VUI

22,222
QUÀ TẶNG



22 MÁY
TÍNH
MACBOOK AIR M1 13"
8GB/256GB



55 NỒI
CHIÊN
KHÔNG DẦU
KẾT HỢP HẤP



2255
VÉ XEM PHIM
CGV 2D



19890
THẺ ĐIỆN THOẠI
10.000 VND

