

Doanh nghiệp Nghệ An

VỚI GIẢI THƯỞNG CHẤT LƯỢNG QUỐC GIA

■ Thái Thị Hồng Liên

Chi cục Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng Nghệ An

Tháng 8 năm 1995, tại Hội nghị Chất lượng Việt Nam lần thứ nhất tại Hà Nội, Phó Chủ tịch nước Nguyễn Thị Bình đã công bố việc khởi xướng Phong trào Nâng suất - Chất lượng trong Thập niên Chất lượng Việt Nam lần thứ nhất (1996-2005) theo sáng kiến của Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng thuộc Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường (nay là Bộ Khoa học và Công nghệ). Tại hội nghị đó, Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường đã thông báo về việc thiết lập một giải thưởng trong lĩnh vực chất lượng - Giải thưởng Chất lượng Việt Nam.


Giải thưởng Chất lượng Việt Nam (nay là Giải thưởng Chất lượng Quốc gia) lần đầu tiên được xét tặng vào năm 1996, cho đến nay đã xét tặng và tôn vinh nhiều doanh nghiệp tiêu biểu, góp phần nâng cao năng suất, chất lượng của các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và Nghệ An nói riêng trong tiến trình hội nhập kinh tế của đất nước với khu vực và thế giới. Giải thưởng Chất lượng Quốc gia (GTCLQG) đã trải qua chặng đường 25 năm hình thành và phát triển, rất nhiều cá nhân, tập thể, doanh nghiệp đã chung tay góp sức để giải thưởng ngày một hoàn thiện và trở thành giải thưởng uy tín đối với cộng đồng doanh nghiệp, khẳng định sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

DIỄN ĐÀN DOANH NGHIỆP

Nghệ An là tỉnh luôn đi đầu trong phong trào nâng suất, chất lượng. Từ năm 1996 đến nay, Nghệ An có 84 lượt doanh nghiệp đăng ký tham dự và đạt GT-CLQG. Đây là những doanh nghiệp điển hình về việc áp dụng thành công các hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến, công cụ cải tiến, đạt kết quả sản xuất kinh doanh nổi bật, đi đầu tham gia phong trào nâng suất, chất lượng tại địa phương nói riêng và cả nước nói chung. Trong đó, có 12 lượt doanh nghiệp đạt Giải Vàng Chất lượng Quốc gia, 69 lượt doanh nghiệp đạt GTCLQG và đặc biệt có 03 lượt doanh nghiệp đạt Giải thưởng Chất lượng Quốc tế Châu Á - Thái Bình Dương. Tiên phong trong phong trào nâng cao năng suất, chất lượng tại địa phương phải kể đến Tổng Công ty Cổ phần Vật tư Nông nghiệp Nghệ An 04 lần đạt giải Vàng Chất lượng Quốc gia (1998, 1999, 2002, 2010), 02 lần đạt giải thưởng Chất lượng Quốc tế Châu Á - Thái Bình Dương (2003, 2010) và Công ty Cổ phần Thực phẩm Sữa TH 02 lần đạt giải Vàng Chất lượng Quốc gia (2013, 2016), đạt giải thưởng Chất lượng Quốc tế Châu Á - Thái Bình Dương (2021) và lần lượt các doanh nghiệp đạt giải Vàng

Chất lượng Quốc gia: Công ty TNHH MTV Hoa Sen Nghệ An (2019), Công ty Cổ phần Lương thực Vật tư nông nghiệp Nghệ An (2017), Công ty Cổ phần 479 (2013), Công ty Xi măng Hoàng Mai (2005)... Nhiều doanh nghiệp liên tục đạt GTCLQG: Xí nghiệp Gạch ngói Nam Giang, Công ty Xi Măng Hoàng Mai, Công ty Cổ phần Thủy sản Vạn Phần Diễn Châu, Công ty Cổ phần CONHEO-VANG FEED-UK, Công ty Cổ phần Xây lắp gạch ngói Hưng Nguyên, Công ty Cổ phần Bia Sài Gòn - Nghệ Tĩnh...

Thực tiễn cho thấy, những doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh đạt GTCLQG và Giải thưởng Chất lượng Quốc tế Châu Á - Thái Bình Dương đều phát triển bền vững, chất lượng sản phẩm hàng hoá, dịch vụ ổn định. Đó là những doanh nghiệp áp dụng thành công các hệ thống quản lý, công cụ cải tiến, ứng dụng các tiến bộ khoa học - công nghệ, đầu tư đổi



Một số hoạt động sản xuất của doanh nghiệp Nghệ An

GTCLQG là giải thưởng cao nhất về chất lượng, sản phẩm hàng hóa do Thủ tướng Chính phủ Quyết định trao tặng hàng năm nhằm tôn vinh những doanh nghiệp đạt thành tích xuất sắc trong việc nâng cao năng suất chất lượng sản phẩm, dịch vụ, tăng cường năng lực cạnh tranh và hiệu quả hoạt động, hội nhập với nền kinh tế khu vực và quốc tế, đóng góp tích cực cho cộng đồng xã hội. GTCLQG được quy định tại Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa ngày 21/11/2007, Nghị định số 132/2008/NĐ-CP ngày 31/12/2008, Nghị định số 74/NĐ-CP ngày 15/5/2018. Giải thưởng được thiết lập và triển khai trên cơ sở chấp nhận mô hình và 7 tiêu chí giải thưởng Chất lượng của các quốc gia tiên tiến trên thế giới và thuộc hệ thống Giải thưởng Chất lượng Quốc tế Châu Á - Thái Bình Dương (GPEA).

mới công nghệ, nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm hàng hóa, khẳng định thương hiệu của doanh nghiệp, mang lại kết quả sản xuất kinh doanh nổi bật, bên cạnh đó có nhiều đóng góp tích cực cho cộng đồng và xã hội.

Tuy nhiên, bên cạnh kết quả đạt được, việc tổ chức triển khai GTCLQG và Giải thưởng Chất lượng Quốc tế Châu Á - Thái Bình Dương còn một số điểm cần quan tâm khắc phục như: Một số tổ chức, doanh nghiệp vẫn chưa hiểu hết được giá trị của giải thưởng đối với sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Cho nên số lượng các doanh nghiệp của tỉnh đăng ký tham gia hàng năm còn thấp so với số lượng doanh nghiệp đang hoạt động trên địa bàn. Mặt khác, loại hình hoạt động của doanh nghiệp đăng ký tham dự còn đơn điệu, chủ yếu doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất trong khi đối tượng của giải thưởng được mở rộng đến hầu hết các loại hình hoạt động của doanh nghiệp.

Nguyên nhân của các hạn chế trên là do công tác tuyên truyền về GTCLQG tuy đã được quan tâm nhưng vẫn còn chưa đáp ứng được yêu cầu. Hoạt động hỗ trợ của các ngành, các cấp, hội, hiệp hội doanh nghiệp để các doanh nghiệp hội đủ các điều kiện tham dự giải thưởng và phát triển bền vững doanh nghiệp còn khiêm tốn. Bên cạnh đó, do GTCLQG và Giải thưởng Chất lượng Quốc tế Châu Á - Thái Bình Dương phải đáp ứng đầy đủ các tiêu chí của giải thưởng, có độ khó cao, hồ sơ tham dự phải đảm bảo tính pháp lý, dày công

chuẩn bị, đặc biệt là bản thân doanh nghiệp phải thực hiện những hoạt động tự hoàn thiện mình theo “chuẩn” tiên tiến của thế giới ngay từ khi tham dự giải nên những doanh nghiệp chưa có tầm nhìn xa, chưa có khát vọng lớn thì chắc chắn không tránh khỏi e ngại.

Để ngày càng nhiều doanh nghiệp trên địa bàn biết đến, đăng ký tham gia GTCLQG và Giải thưởng Chất lượng Quốc tế Châu Á - Thái Bình Dương, các cơ quan có thẩm quyền cần đẩy mạnh tuyên truyền về phong trào năng suất chất lượng, đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp tới các Hội Doanh nghiệp trẻ, Hiệp Hội Doanh nghiệp Nghề An, Hội Doanh nghiệp tiêu biểu, doanh nghiệp đổi mới sáng tạo, doanh nghiệp khởi nghiệp. Tham mưu các cơ chế chính sách khuyến khích các doanh nghiệp đăng ký tham dự và đạt giải thưởng GTCLQG và Giải thưởng Chất lượng Quốc tế Châu Á - Thái Bình Dương. Bởi vì, doanh nghiệp đạt Giải thưởng chất lượng quốc gia không chỉ đơn thuần là doanh nghiệp đạt được một giải thưởng mà thực chất doanh nghiệp đã ứng dụng thành công một công nghệ quản lý tiên tiến của thế giới để nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, đóng góp vào sự phát triển của tỉnh nhà./.

Nguyễn Thị Hà

KHÁT VỌNG ĐƯA THẢO DƯỢC NÔNG THÔN VƯƠN TẦM QUỐC TẾ

■ Trung Phú

Hành trình khởi nghiệp với thảo dược

Nguyễn Thị Hà tốt nghiệp cao đẳng sư phạm và đã từng có 10 năm gắn bó với nghề, tuy nhiên, chị đã thay đổi cuộc đời mình bằng quyết định táo bạo khi rẽ ngang, khởi nghiệp với nghề trồng cây dược liệu, sản xuất dầu gội, sữa tắm thảo dược từ thiên nhiên. Từ bé, Nguyễn Thị Hà đã gắn bó với núi rừng miền Trung mang đậm hơi thở của nắng và gió. Chính vì thế tình cảm mà chị dành cho thiên nhiên vô cùng mãnh liệt và chị như bị mê hoặc bởi mùi thơm các cây dược liệu, như: sả, hương nhu, tía tô, kinh giới, bạc hà... cùng sắc màu các loại hoa có trong vườn đồi của gia đình. Vốn yêu cây từ nhỏ, lại hiểu biết tương đối về tính chất, tác dụng của

các loại cây này, ban đầu, chị hái các loại cây dược liệu về nấu, pha chế thành dầu gội sử dụng cho gia đình, người thân dùng. Nhận được sự phản hồi tích cực từ chính người thân, chị đã sản xuất thử nghiệm với số lượng lớn và sản phẩm nhận được sự ủng hộ của người dùng. Chính vì thế, Nguyễn Thị Hà đã quyết định dấn thân vào đầu tư mở rộng mô hình sản xuất theo quy mô chuyên.

Năm 2018, Nguyễn Thị Hà đã quyết định thành lập Công ty TNHH Thương mại Hà Duy Minh với quyết tâm đưa sản phẩm ra thị trường, đến gần hơn với người

Xuất phát từ niềm đam mê đặc biệt với nguồn thảo dược sẵn có tại địa phương cùng khao khát làm ra những sản phẩm an toàn, chất lượng cho người tiêu dùng, Nguyễn Thị Hà - Giám đốc Công ty TNHH Thương Mại Hà Duy Minh đã mạnh dạn trở thành một trong những người tiên phong sản xuất các sản phẩm từ thảo dược. Và đến nay, thương hiệu Come-on đã được lan tỏa tới mọi miền đất nước.

tiêu dùng. Chị bắt đầu tìm tòi, nghiên cứu thêm các loại tài liệu thảo dược và các bài thuốc dân gian chế biến sản phẩm dầu gội kết hợp với những bài thuốc mà ông bà xưa đã để lại về những loại thảo dược quý có thể dùng làm dược liệu. Sản phẩm mang thương hiệu Come-on đã được chị nhanh chóng cho ra mắt thị trường. Không dừng lại ở đó, Nguyễn Thị Hà đã tham gia nhiều lớp học đào tạo trực tuyến và trực tiếp, nghiên cứu thêm các mô hình kinh doanh trong và nước ngoài. Hà cho biết: Tình cờ trong một chuyến du lịch nước ngoài cách đây 2 năm, Hà đã học hỏi kinh nghiệm bán hàng, quản trị kinh doanh các nước tiên tiến và may mắn được gặp các nhà đối tác, những dược sỹ, tiến sỹ đam mê về nghiên cứu các loại cây cỏ Nam dược. Lúc đầu còn rất ít người biết Thảo dược thiên nhiên Come-on, nhưng chất lượng sản phẩm có kết quả rất tốt cho chị em phụ nữ, vì thế sản phẩm đã nhanh chóng được đón nhận và chiếm lĩnh thị trường trong thời gian ngắn. Đó là điều hạnh phúc và là sự thành công bước đầu cô gái Nguyễn Thị Hà.

Đến nay, Nguyễn Thị Hà hình thành cho mình cánh đồng dược liệu hơn 8 hecta ở xã Đà Sơn, 15 hecta ở xã Đặng Sơn, huyện Đô Lương. Chị liên kết với bà con nông dân, hợp tác xã nông nghiệp kí hợp đồng bao tiêu toàn bộ sản phẩm với những quy định rất rõ về chất lượng sản phẩm, chất lượng nguồn nguyên liệu, thời gian thu hoạch, quy trình chăm sóc. Điều này giúp chị có nguồn nguyên liệu thô đảm bảo mà còn giúp người dân nơi đây có nguồn việc làm và thu nhập ổn định cho vườn dược liệu. Quá trình sơ chế cũng được thực hiện rất cẩn thận, phơi dưới ánh sáng mặt trời, trên than củi hoặc lò sấy. Quy trình từ sản xuất đến đóng gói được thực hiện trên dây chuyền công nghệ khép kín đảm bảo lưu giữ được tinh chất và hàm lượng thảo dược có trong sản phẩm. Để đưa sản phẩm chất lượng đến tay người tiêu dùng, Nguyễn Thị Hà tự đặt ra cho mình những quy tắc khắt khe hơn. Và cứ sau mỗi lần thử nghiệm

sản phẩm, chị lại đưa mẫu đi xét nghiệm, kiểm tra các chỉ số thành phần dược liệu đảm bảo sản phẩm đúng thành phần, dược liệu quy định.

Sau 3 năm hình thành và phát triển, Công ty TNHH Thương Mại Hà Duy Minh của Nguyễn Thị Hà có chỗ đứng khá vững chắc trên thị trường tinh dầu, thảo dược tắm gội bằng lá hiện nay. Thành lập từ năm 2018, đến nay công ty đã mở rộng thị trường với 20 đại lý phân phối tại Hải Phòng, 30 đại lý tại Nghệ An - Hà Tĩnh, 70 đại lý toàn quốc và 100 đại lý bán hàng online. Đặc biệt là người dân vùng nông thôn được trải nghiệm những sản phẩm từ thảo dược truyền thống mà không mất nhiều thời gian đun nấu như trước đây. Các dòng sản phẩm thảo dược Come-on có hương thơm đặc biệt được pha trộn từ những loại tinh dầu đơn chất và tạo ra mùi thơm riêng độc đáo cho từng loại sản phẩm và theo yêu cầu của khách hàng. Cứ như thế, chị lần lượt cho ra đời các dòng sản phẩm phù hợp từng kênh và phân khúc khách hàng khác nhau: kênh dược, siêu thị, spa, cửa hàng tạp hoá, shop Mẹ và Bé. Mỗi sản phẩm mang một dấu ấn riêng và liên tục được khách hàng đón nhận. Từ sản phẩm duy nhất là dầu gội thảo dược ban đầu, đến nay Nguyễn Thị Hà đã cho ra rất nhiều loại sản phẩm đa dạng về mẫu mã, chủng loại như dầu gội, dưỡng, tinh chất, dầu trị gàu, trị nám da đầu, tinh dầu sả, các loại túi lọc tắm bé, xông phụ khoa với khoảng 20.000 sản phẩm bán ra thị trường mỗi tháng, cho doanh thu 300-500 triệu đồng, đồng thời, góp phần giải quyết việc

làm cho 10 lao động thường xuyên và 20 lao động thời vụ địa phương.

Chị Nguyễn Thị Nhung - Chủ cửa hàng tạp hóa, xã Nghi Phú, thành phố Vinh - là 1 trong những đại lý phân phối sản phẩm Come-on ở Nghệ An cho biết: “Ban đầu tôi chỉ nhập bán thử nghiệm, nhưng sau khi dùng thử sản phẩm dầu gội thảo dược Come-on tôi rất bất ngờ vì kết quả, dầu gội mang hương thơm dễ chịu của cây cỏ thân thuộc, tóc gội rất mềm mà không cần dùng thêm dầu xả như dầu gội thông thường. Vì đó, tôi đã mạnh dạn nhập số lượng lớn về bán. Trong đợt dịch Covid-19 vừa qua, các sản phẩm Come-on tôi nhập về bán rất chạy, đặc biệt là các loại tinh dầu xả, chanh, có thời điểm không đáp ứng đủ nhu cầu khách hàng”.

Khát vọng đưa thảo dược nông thôn vươn tầm quốc tế

Bằng tình yêu vô tận dành cho thảo dược, Nguyễn Thị Hà đã không ngừng theo đuổi đam mê xây dựng thương hiệu Come-on phát triển trong nước và nuôi khát vọng Việt Nam sẽ trở thành một trong những quốc gia hàng đầu thế giới về thảo dược. Đến thời điểm hiện tại, Nguyễn Thị Hà đã phân phối các sản phẩm rộng rãi qua kênh online, kênh offline. Nhiều khách hàng trong nước và cả quốc tế đã tìm đến chị và gọi chị là Hà Come-on.

Để có thành công này, Nguyễn Thị Hà đã nghiên cứu rất kỹ sản phẩm cũng như xu hướng sử dụng sản phẩm thiên nhiên không hóa chất của khách hàng. Trước một thị trường dầu gội, túi lọc, tinh dầu đa dạng, khó nắm bắt và cạnh tranh cao bởi những “ông lớn” nước ngoài, các thương hiệu dầu gội Việt vẫn ra đời và không ngừng hội nhập bằng lòng tự hào dân tộc, truyền thống giàu nghị lực, và sự linh hoạt trong việc tiếp thu những công nghệ mới... Chính bởi hiểu được bản chất sản phẩm, thuộc tính thân quen với người Việt, cho nên dược liệu Come-on đã tạo ra được sự khác biệt và được định vị trong lòng khách hàng là một sản phẩm “thuần Việt”.

Những cố gắng trên hành trình khởi nghiệp của Nguyễn Thị Hà đã liên tiếp ghi nhận. Năm 2019, Come-on xuất sắc nhận giải thưởng Doanh nhân tâm tài Asean tại Malaysia, và là người đại diện thương hiệu

Come-on được xưng danh tại lễ trao giải Top 10 thương hiệu mạnh đất Việt; Sản phẩm OCOP 4 sao tỉnh Nghệ An; Tham gia bình chọn các sản phẩm chương trình Chọn giá đúng kênh VTV3; Cúp và bằng khen Thương hiệu Vàng của Bộ Nông Nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam trao tặng; Bằng khen Chủ tịch tỉnh Nghệ An về Sản phẩm tiêu biểu nông nghiệp nông thôn; Giải Ba Cuộc thi Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tỉnh Nghệ An; Giải Nhất cuộc thi Phụ nữ khởi nghiệp cấp Tỉnh; Tham gia vào vòng chung kết Phụ nữ khởi nghiệp cấp Trung ương.

Gặp Nguyễn Thị Hà trong những ngày tháng 5 này, thấy chị đang tất bật với những đơn hàng xuất khẩu đi các nước Singapore, Hàn Quốc. Chị hào hứng chia sẻ: “Công ty được nhiều đối tác trong và nước ngoài tìm đến, đặc biệt đợt dịch Covid vừa qua tương chừng như doanh thu bị ảnh hưởng thì công ty lại nhận được sự ủng hộ, phản hồi tích cực từ khách hàng. Mới đây, công ty đã hợp tác với đối tác Singapore và Hàn Quốc xuất khẩu hơn 2 tấn tinh dầu xả, 15.000 sản phẩm túi lọc sang thị trường này. Nhiều đối tác ở châu Âu cũng đã đặt vấn đề hợp tác, tuy nhiên nếu thủ tục thuận lợi, thời gian tới thảo dược Come-on sẽ có mặt ở nhiều thị trường thế giới hơn. Hà rất vui vì sản phẩm được biết đến nhiều hơn, từ đó thảo dược Việt Nam lan tỏa rộng rãi cộng đồng thế giới”.

Có thể nói rằng, ước mơ đưa sản phẩm thảo dược Việt ra thế giới của Nguyễn Thị Hà đã dần hiện thực hóa. Dầu khởi nghiệp gặp vô vàn khó khăn, nhưng với cố gắng, nỗ lực của bản thân, Nguyễn Thị Hà đang từng bước khẳng định chỗ đứng trên thị trường, không ngừng nghiên cứu tạo ra các sản phẩm mới từ thiên nhiên, không hóa chất đến tay người tiêu dùng trong nước và quốc tế./.

Khởi nghiệp Từ tình yêu với nông sản quê hương

■ Ngọc Minh

“Từ lâu mình đã nung nấu ý tưởng sẽ về quê sản xuất. Dịch Covid-19 như tác nhân thúc đẩy mình trở về và thực hiện niềm đam mê của bản thân, dành trọn tâm huyết để làm ra nhiều sản phẩm tốt đến người tiêu dùng. Nếu có ý tưởng, dù ở bất kỳ độ tuổi nào, lĩnh vực nào, thời điểm nào, hãy lên kế hoạch cụ thể và thực hiện nó ngay” - đó là chia sẻ chân tình của Nguyễn Sơn Tin - người sáng lập Công ty Cổ phần Hasafood Nghệ An.

Trên chính mảnh đất quê nhà ở xã Minh Hợp - huyện Quỳnh Hợp, Tin đã viết nên câu chuyện khởi nghiệp của riêng mình từ tình yêu với nông sản quê hương.

Tình yêu với nông sản quê hương

Từng nhận được câu hỏi: “Sao không phải ở Thành phố Hồ Chí Minh hay Hà Nội mà là ở Quỳnh Hợp - Nghệ An?”, Nguyễn Sơn Tin bộc bạch: “Vi đây là vùng đất trồng cây ăn quả nổi tiếng của Nghệ An, trái cây ăn quả nhiều vô kể nhưng giá cả bấp bênh lắm, được mùa thì mất giá. Nên mình muốn về tạo dựng một nhà máy sản xuất tạo ra những sản phẩm mang giá trị quê hương đi ra cả nước, xa hơn nữa là thế giới”. Trải qua 2 năm rèn luyện trong quân đội, 4 năm

làm việc cho một công ty có vốn đầu tư Hàn Quốc, bán máy móc thiết bị của Hàn Quốc cho các công ty Việt Nam, càng đi, càng tiếp xúc và hiểu biết, Nguyễn Sơn Tin càng trăn trở, ấp ủ muốn thực hiện ước mơ lập nghiệp chính trên mảnh đất Quỳnh Hợp quê nhà. Đó là mở một nhà máy áp dụng công nghệ hiện đại, chuyên sản xuất các loại rau củ quả có nhãn hiệu Made in Việt Nam để tiêu thụ các sản phẩm do bà con nông dân trên mảnh đất

của quê hương mình làm ra.

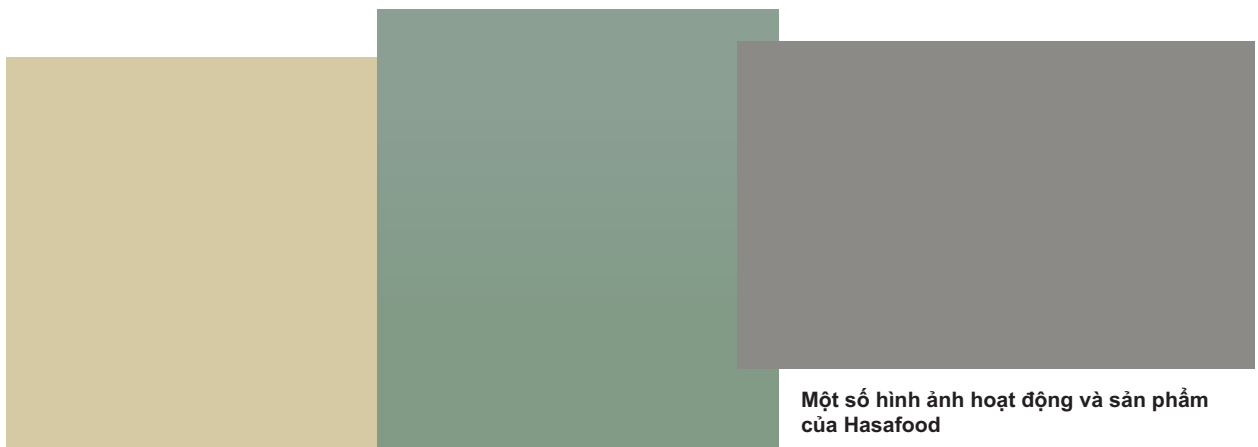
Thêm vào đó, khi đi khảo sát nhu cầu tiêu thụ sản phẩm hoa quả sấy tại các hệ thống siêu thị, Nguyễn Sơn Tin nhận thấy rằng nhu cầu về các loại thực phẩm sạch của người tiêu dùng rất cao, đặc biệt là các sản phẩm tiện lợi như hoa quả sấy. Hiện nay, trên thị trường trái cây sấy tại Việt Nam có sự góp mặt của rất nhiều doanh nghiệp lớn nhỏ tạo nên một không khí kinh doanh vô cùng sôi động và phong phú. Tuy nhiên, cũng xuất hiện nhiều loại hàng nhái, tràn lan, trôi nổi không rõ nguồn gốc, kém chất lượng, không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm khiến người tiêu dùng lo lắng, hoang mang. Vì thế, dự án sản xuất trái cây sấy được Nguyễn Sơn Tin hình thành nhằm cung cấp các sản phẩm an toàn, chất lượng. Trái cây tươi thường có theo mùa, các loại trái mùa thì giá thành khá đắt. Nhưng hoa quả sấy thì có thể giữ được nguyên vị của trái cây, lại bảo quản được lâu hơn và giá cả thường ở mức hợp lý, vì vậy có thể tiêu thụ được quanh năm.

Nhiều năm nung nấu ý tưởng, hơn 1 năm tìm hiểu về sản xuất thực phẩm, năm 2020, Nguyễn Sơn Tin từ bỏ công việc ổn định tại Hà Nội, khởi nghiệp với nhà máy chế biến nông sản ngay trên mảnh đất cha ông - xã Minh Hợp, huyện Quỳnh Hợp. Ý tưởng của Nguyễn Sơn Tin còn được gửi gắm trong chính logo của Hasafood. Như Tin chia sẻ: “Về mặt tạo hình, logo là sự kết hợp của các biểu tượng cách điệu bao gồm: Hình ảnh mầm xanh vươn chồi tượng trưng cho sức sống và sự phát triển; Hình ảnh mặt trời vàng là yếu tố thúc đẩy cho mầm xanh sinh sôi phát triển; Hình ảnh bàn tay thể hiện tinh thần lao động hăng say và tích cực của công nhân Hasafood để mang lại

những sản phẩm chất lượng, tươi ngon. Về màu sắc: Màu xanh lá cây là màu chủ đạo của thương hiệu, đại diện cho sự phát triển, sinh sôi, tính an toàn, nguồn gốc thiên nhiên và tốt cho sức khỏe. Màu cam thể hiện cho sự thơm ngon, bổ dưỡng, ấm áp, là màu thường sử dụng trong ngành thực phẩm”. Mỗi chi tiết nhỏ đều cho thấy tình yêu và tâm huyết của Nguyễn Sơn Tin đối với hướng đi mà mình lựa chọn.

Nhưng sản phẩm chất lượng

Với tư duy bài bản, ngay từ ban đầu, Nguyễn Sơn Tin đã đầu tư hệ thống máy móc, nhà xưởng đạt chuẩn với diện tích hơn 500m², cung cấp việc làm cho 6-7 lao động thường xuyên và nhiều lao động ngoài giờ của địa phương. Công ty được đầu tư hệ thống công nghệ hiện đại gồm hệ thống sấy giòn (sấy chân không), giúp tách nước, cho ra sản phẩm trái cây sấy giòn tan mà vẫn giữ lại màu sắc, hương vị, dinh dưỡng trọn vẹn và hệ thống chế biến nông sản bằng phương pháp sấy lạnh, làm khô sản phẩm bằng không khí rất khô ở nhiệt độ thấp hơn nhiệt độ sấy thông thường. Các dòng sản phẩm chủ lực gồm chuối sấy giòn, mít sấy giòn, thập cẩm sấy giòn, chuối tiêu hồng sấy lạnh, dứa sấy lạnh, xoài sấy lạnh, trà hoa quả detox và bột chè Matcha Hasafood... được nhiều người ưa chuộng bởi độ giòn, ngọt vừa phải, dễ ăn, phù hợp



Một số hình ảnh hoạt động và sản phẩm của Hasafood

với khẩu vị người lớn và trẻ em. Ưu điểm của các sản phẩm còn ở chỗ được sản xuất bằng phương pháp tiên tiến, chú trọng khâu vệ sinh, hoàn toàn sạch, không lẫn tạp chất, không sử dụng các chất phụ gia, chất bảo quản có thể làm hại tới sức khỏe người dùng. Các sản phẩm của Hasafood đầy đủ tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm như HACCP (chứng nhận hệ thống phân tích mối nguy và điểm kiểm soát tới hạn), ISO 22000:2018 (chứng nhận hệ thống quản lý an toàn thực phẩm). Đặc biệt, với slogan “Giữ trọn hương vị thiên nhiên”, 100% các sản phẩm của Hasafood không sử dụng chất bảo quản và được chế biến từ trái cây chín hoàn toàn tự nhiên. Trung bình mỗi tháng, Công ty Cổ phần Hasafood Nghệ An xuất xưởng hơn 1 tấn sản phẩm, tiêu thụ một lượng lớn nông sản của vùng Nghĩa Đàn, Quỳnh Hợp như cam, dưa, mít, chuối, chè, khoai, bí...

Mỗi sản phẩm của Hasafood đều là đứa con tinh thần được Nguyễn Sơn Tin chăm chút, tỉ mỉ nghiên cứu sao cho chất lượng nhất. Đơn cử như sản phẩm mới - bột chè Matcha. Nguyên liệu làm nên bột chè Matcha là những cây chè đặc sản của vùng Minh Hợp. Để có nguyên liệu, Hasafood đã đầu tư liên kết với người nông dân Minh Hợp tổ chức sản xuất, với cam kết mang đến những sản phẩm sạch, có nguồn gốc tự nhiên, không sử dụng hóa chất, chất bảo quản, áp dụng các tiến bộ khoa học, kỹ thuật vào sản xuất và chăm sóc cây theo đúng quy trình nghiêm ngặt. Lá trà xanh sinh trưởng trong điều kiện tự nhiên thông thường, sau khi hái về sẽ được sơ chế và sấy lạnh để giữ màu xanh tự nhiên, sau đó đưa vào nghiền bằng cối đá theo công nghệ của Nhật để tạo ra sản phẩm bột chè Matcha Hasafood với hàm lượng dinh dưỡng trọn vẹn và giữ nguyên màu sắc, mùi vị vốn có của lá chè. Bột trà xanh chứa nhiều thành phần chống oxy hóa, các vitamin B, C, và khoáng chất thiết yếu, có thể sử dụng pha trà uống, làm trà sữa matcha, làm bánh, kem, pha chế đồ uống, đắp mặt nạ... Bột trà xanh được sử dụng thông dụng ở nhiều nước trên thế giới, đặc biệt là Nhật Bản. Nhưng ở Việt Nam, dù rất sẵn nguyên liệu nhưng còn chưa được biết đến nhiều. Đây cũng là một nguyên nhân khiến Hasafood quan tâm sản xuất.

Với những cố gắng đó, sau hơn 1 năm hoạt động, Hasafood đã đạt chứng nhận 3 sao OCOP cho 4 dòng sản phẩm chính là mít sấy giòn, chuối sấy giòn, chuối

tiêu hồng sấy lạnh và bột chè Matcha. Sản phẩm được phân phối trên thị trường toàn quốc và một số được tiếp cận với thị trường nước ngoài. Điều tự hào nhất đối với ông chủ trẻ, đó là tất cả những sản phẩm ấy đều được ghi địa chỉ sản xuất chính là nơi Nguyễn Sơn Tin đã sinh ra, lớn lên và trưởng thành.

Tập tuc nỗ lực

Trong tương lai, Hasafood sẽ đẩy mạnh R&D nghiên cứu phát triển những sản phẩm mới là thế mạnh nông sản của Nghệ An, những sản phẩm đặc thù khác biệt với những sản phẩm có trên thị trường. “Nhiều người vẫn nói Quỳnh Hợp làm được những sản phẩm thế này thật à? Làm được chứ! Không có việc gì khó, chỉ sợ mình không làm thôi. Chúng tôi đang phấn đấu mở rộng quy mô sản xuất để góp phần tạo việc làm cho lao động địa phương, giải quyết vấn đề đầu ra cho các nhà vườn trong khu vực, góp phần giải quyết được phần nào những loại hoa quả sẵn có ở quê hương lâu nay phụ thuộc thương lái, đồng thời thúc đẩy kinh tế địa phương...” - Nguyễn Sơn Tin trao đổi thêm.

Xa hơn, Tin mong muốn: “Mình sản xuất được thì mình đỡ phải nhập khẩu của các nước khác. Các bạn trẻ như mình mỗi người nghĩ một sản phẩm, tập trung làm sản xuất rồi xuất khẩu, như thế đất nước dần dần sẽ lớn mạnh hơn. Những nông sản của quê hương mình sẽ không phải trông chờ các thương lái mua với giá rẻ không ổn định. Về quê và khởi nghiệp sản xuất thôi các bạn trẻ”. Hi vọng với quyết tâm đó của Nguyễn Sơn Tin, thời gian tới, Hasafood sẽ tiếp cận thêm nhiều khách hàng hơn, sản xuất ra những sản phẩm chất lượng hơn, để những đồi chè, vườn cam của mảnh đất Quỳnh Hợp sẽ được khai thác với giá trị cao hơn./