

Hapro tập trung đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu mũi nhọn sau đại dịch

16:54 05/07/2022

Tác giả: Nguyễn Hợi

Với lĩnh vực kinh doanh đa ngành lấy hoạt động xuất nhập khẩu làm mũi nhọn, nhiều năm qua Tổng công ty Thương mại Hà Nội - Công ty cổ phần (Hapro) thuộc Tập đoàn BRG đã và đang khẳng định thương hiệu mạnh tại gần 80 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới, góp phần tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu.

Mặt khác, sau khi tiến hành cổ phần hóa và trở thành thành viên Tập đoàn BRG, Hapro tiếp tục khẳng định thương hiệu và phát huy vai trò là một doanh nghiệp kinh tế, thương mại dịch vụ lớn của Thủ đô Hà Nội.

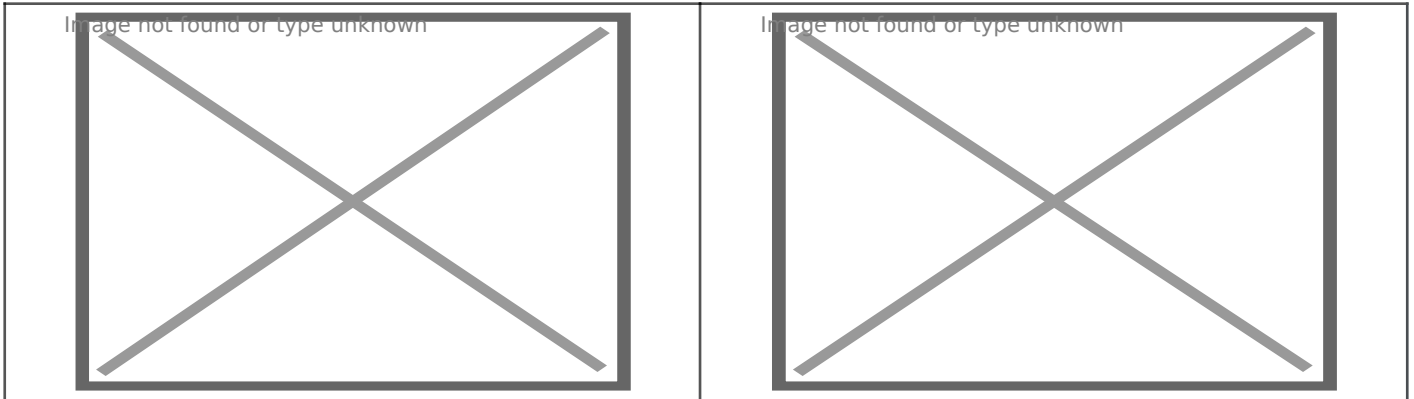
Định hướng tiếp tục tập trung phát triển hoạt động mũi nhọn là xuất nhập khẩu sau CPH

Qua gần 18 năm xây dựng và phát triển, đặc biệt sau khi tiến hành cổ phần hóa và trở thành thành viên Tập đoàn BRG, dưới định hướng của Lãnh đạo Tập đoàn BRG, hoạt động sản xuất kinh doanh của Tổng công ty Thương mại Hà Nội (Hapro) đang có những thay đổi tích cực, nổi bật nhất là hoạt động xuất khẩu các mặt hàng nông sản, thực phẩm chế biến...

Để đạt được kết quả trong hoạt động xuất khẩu thời gian qua, Ban Lãnh đạo Tổng công ty đã tập trung xây dựng các giải pháp như: luôn quan tâm hướng tới việc xây dựng thị trường; củng cố các mối liên hệ với các đại sứ quán, cơ quan ngoại giao, thương vụ Việt Nam tại các nước từ đó thúc đẩy đưa hàng hóa vào thị trường quốc tế; tăng cường quảng bá thương hiệu hình ảnh, giới thiệu và chào bán các sản phẩm nông sản thế mạnh của Việt Nam như gạo, hạt điều, hạt tiêu, cà phê, dược liệu, hàng thủ công mỹ nghệ...tại các hội chợ lớn của một số thị trường trọng điểm; tập trung phát triển một số mặt hàng xuất khẩu như mặt hàng chế biến thành phẩm, đóng gói bao bì mang thương hiệu Hapro để xuất khẩu trực tiếp vào một số chuỗi siêu thị, trung tâm thương mại lớn tại nước ngoài như gạo Hapro Đồng Tháp, hạt điều Hapro,...nhằm quảng bá và giúp nâng cao giá trị thương hiệu nông sản Việt.

Với mục tiêu duy trì và đẩy mạnh xuất khẩu vốn là hoạt động SXKD cốt lõi, Tổng công ty xây dựng kế hoạch tiếp tục nâng cao chất lượng hàng hóa dịch vụ, củng cố mạng lưới khách hàng ngoại và nhà cung cấp trong nước uy tín. Song song tìm kiếm, nghiên cứu khả năng của các đối tác, bạn

hàng với mục tiêu tìm ra các đơn vị có đủ năng lực làm đại diện cho thương hiệu Hapro tại thị trường nước ngoài, từ đó thiết lập các mối quan hệ liên doanh liên kết nhằm đẩy mạnh xuất nhập khẩu, phân phối hàng hóa Việt Nam nói chung và Hapro nói riêng tại thị trường nước ngoài.



Hapro tăng cường các mối quan hệ hợp tác với các cơ quan ĐSQ, Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài, gặp gỡ, giao thương với khách hàng quốc tế nhằm đẩy mạnh hoạt động xuất nhập khẩu

Ảnh hưởng tiêu cực của Covid-19 đối với nền kinh tế Thế giới, Việt Nam và hoạt động xuất nhập khẩu của Hapro

Tuy nhiên, tình hình kinh tế Thế giới bất ngờ bị đảo chiều do tác động nặng nề và kéo dài của dịch Covid-19 suốt từ cuối năm 2019 trở lại đây. Làn sóng Covid đã gây ra những ảnh hưởng tiêu cực cho các doanh nghiệp Việt Nam, trong đó Hapro cũng không nằm ngoài vòng xoáy này. Đối với hoạt động xuất khẩu, chuỗi cung ứng toàn cầu bị gián đoạn cục bộ, lưu thông hàng hoá, dịch vụ và lao động toàn cầu thiếu hụt khiến cho hoạt động kinh tế, thương mại quốc tế không thông suốt và kém hiệu quả. Các hoạt động xúc tiến thương mại trực tiếp không thể thực hiện được trong giai đoạn dịch bệnh, làm ảnh hưởng đến việc tìm kiếm khách hàng và thị trường tiêu thụ. Các yếu tố chi phí đầu vào, nguồn cung nguyên liệu... cho hoạt động xuất khẩu tăng cao.

Bên cạnh đó, việc phát sinh nhiều chi phí phục vụ cho công tác phòng, chống dịch bệnh cũng ảnh hưởng lớn tới các doanh nghiệp. Đặc biệt, chi phí vận chuyển hàng hóa quốc tế hiện tăng rất cao, gây khó khăn cho doanh nghiệp xuất nhập khẩu. Giá cước container và vận chuyển bằng tàu biển tăng gấp 6-7 lần so với thời điểm trước khi đại dịch Covid-19 bùng phát và chưa hạ nhiệt khiến nhiều doanh nghiệp phải trả thêm chi phí lưu kho, lưu bãi do các lô hàng bị ách tắc tại các cảng biển, đơn hàng gặp nhiều rủi ro do chậm trễ chậm trễ buộc phải hủy giao hàng, đền bù hợp đồng...

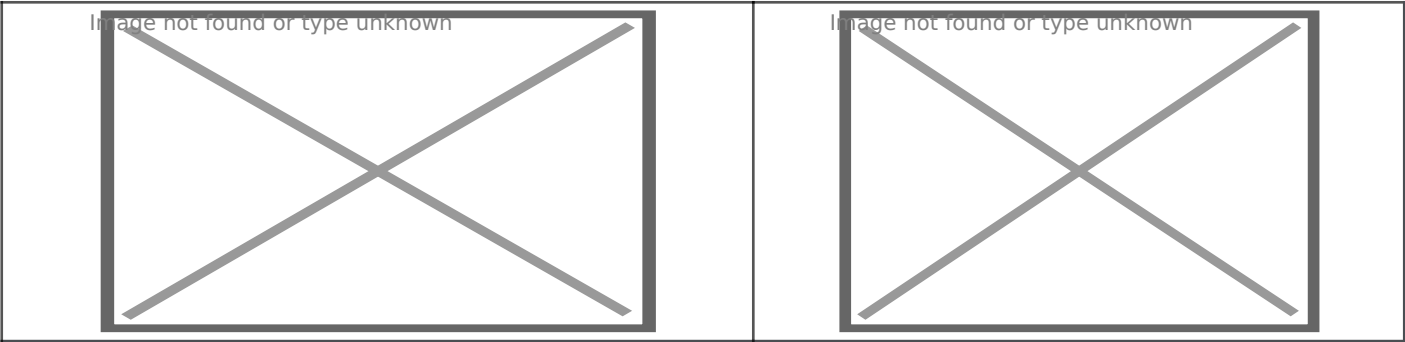
Vững vàng vượt qua đại dịch

Giữ vững niềm tin vào định hướng phát triển của HĐQT; Thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát

hiệu quả dịch Covid-19 nhằm phục hồi phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh sau dịch là những mục tiêu hàng đầu đã được Ban Lãnh đạo Tổng công ty thống nhất cao.

Để vượt lên thách thức và đón đầu các cơ hội phục hồi hậu Covid-19, Ban lãnh đạo Hapro nhận định trong “nguy” luôn có “cơ”. Tổng công ty đã đẩy mạnh tái cơ cấu và hoạt động xuất khẩu theo hướng tinh giản, an toàn và hiệu quả. Tổng công ty vẫn luôn nỗ lực để duy trì kim ngạch xuất nhập khẩu tăng 10-15% mỗi năm. Tổng công ty tái cơ cấu và đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu theo hướng tinh giản, an toàn và hiệu quả. Tiếp tục thực hiện các giải pháp để tạo sự bứt phá mạnh mẽ như: nâng cao kim ngạch xuất khẩu, mở rộng thị trường, phát triển thêm các mặt hàng xuất khẩu mới, nâng hiệu quả lợi nhuận xuất khẩu và đảm bảo tuyệt đối an toàn nguồn vốn. Thêm vào đó, Hapro tiếp tục khai thác các lợi ích đem lại từ những FTA thế hệ mới như CPTPP, EVFTA, RCEP... cùng việc kết hợp với các phương thức giao thương trực tuyến nhằm tìm kiếm khách hàng, mở rộng thị trường trong giai đoạn dịch bệnh Covid chưa được kiểm soát, hạn chế việc đi lại giữa các quốc gia nhằm thúc đẩy hoạt động xuất khẩu.

Với trọng tâm là các sản phẩm hàng nông sản thực phẩm, Hapro nuôi giấc mơ đem thương hiệu Quốc gia đi khắp năm châu bốn bể. Tăng cường thúc đẩy xuất khẩu phấn đấu đưa thương hiệu Hapro trở thành một trong những thương hiệu mạnh của Việt Nam và thương hiệu xuất khẩu quốc tế lớn mạnh tại khu vực. Hiện nay, các mặt hàng của Hapro đã được xuất khẩu tới 80 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới.



Hapro tích cực tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại trong và ngoài nước, song song với việc tiếp tục phát triển, mở rộng hệ thống bán lẻ BRGMart, minimart Haprofood/BRGMart khi dịch bệnh covid-19 đã được kiểm soát.

Một số định hướng phát triển kinh doanh XNK sau CPH:

1. Tập trung phát triển đẩy mạnh và nâng cao kim ngạch xuất khẩu trong toàn Tổng công ty; Đưa thương hiệu xuất khẩu Hapro trở thành thương hiệu quốc tế hàng đầu tại khu vực, bao trùm mọi hoạt động của Tổng công ty. Tiếp tục phát triển, mở rộng thị trường xuất khẩu đến hơn 80 nước và

khu vực trên thế giới.

2. Xây dựng thành công 05 mặt hàng xuất khẩu nằm trong 05 doanh nghiệp xuất khẩu hàng đầu của cả nước gồm: Gạo; Hạt tiêu; Hạt điều; Cà phê; Thủ công mỹ nghệ.

3. Đẩy mạnh phát triển các cơ sở vệ tinh, tăng cường khả năng phát triển nguồn hàng trong và ngoài nước, tạo kênh hàng hóa đa chiều gắn với thương hiệu Hapro phục vụ tối đa cho nhu cầu xuất khẩu và thị trường trong nước, đặc biệt là: Hoa quả tươi, gạo, nông lâm sản, thủ công mỹ nghệ, công nghệ phẩm, thủy hải sản chế biến,...

4. Tiếp tục đầu tư phát triển một số nhà máy chế biến hàng nông sản như nhà máy sản xuất tiêu sạch, nhà máy chế biến hạt điều, mở rộng nhà máy sản xuất gạo; một số nhà máy sản xuất mặt hàng TCMN như hàng mây tre lá, hàng tre cuốn,... đủ điều kiện cấp chứng chỉ BSCI để chủ động về nguồn hàng hóa đảm bảo điều kiện vào một số thị trường lớn; xây dựng mẫu mã hàng hóa theo kịp thị hiếu và có sự khác biệt tăng tính cạnh tranh trong chào bán hàng hóa xuất khẩu; Tăng hiệu quả kinh doanh đối với các mặt hàng xuất khẩu chủ lực.

5. Bổ sung nguồn lực cho công tác đầu tư phát triển, tận dụng các mối quan hệ với các nhà cung cấp nước ngoài để tìm kiếm, nhập và phân phối một số mặt hàng với trọng tâm là hàng thực phẩm để đưa vào hệ thống bán buôn, bán lẻ của Tổng công ty.

Hàng Lê

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/hapro-tap-trung-day-manh-hoat-dong-xuat-khau-mui-nhon-sau-dai-dich>