

## *New* **SORENTO 2014**

Khẳng định phong cách đỉnh cao



**THACO**  
TRUONG HAI AUTO



**Peugeot Hà Nội**  
**Peugeot Thái Nguyên**  
**Peugeot Quảng Ninh**  
**Peugeot Vinh**  
**Peugeot Bình Định**  
**Peugeot Phú Mỹ Hưng**  
**Peugeot Bình Dương**

132 Lê Duẩn, Phường Nguyễn Du, Quận Hai Bà Trưng, TP. Hà Nội  
P. Đồng Quang, Thành Phố Thái Nguyên, Tỉnh Thái Nguyên  
P. Hà Khẩu, Thành Phố Hạ Long, Tỉnh Quảng Ninh  
Ngã tư Sân bay, Đại Lộ Lê-Nin, TP. Vinh, Nghệ An  
Phường Quang Trung, Thành Phố Quy Nhơn, Tỉnh Bình Định  
Số 330, Nguyễn Văn Linh, Phường Bình Thuận, Q. 7, Thành Phố Hồ Chí Minh  
56/9 ĐLBD, Tổ 15, Khu Phố Bình Giao, Phường Thuận Giao, Thị xã Thuận An, Tỉnh Bình Dương



PEUGEOT

# PEUGEOT 408

Sang trọng và lịch lãm



MOTION & EMOTION

0938 805 036  
0933 805 623  
0933 806 010  
0938 807 626  
0933 806 718  
0938 805 110  
0933 806 739

**HOTLINE:**

Bắc Bộ: 0938 808 964

Trung Bộ: 0938 806 977

Nam Bộ: 0933 806 285

[peugeotvietnam.vn](http://peugeotvietnam.vn) [facebook.com/peugeotvn](https://facebook.com/peugeotvn)

## Thông điệp số 9 năm 2014 của Chủ tịch HĐQT Trần Bá Dương



*Kính gửi: Toàn thể cán bộ công nhân viên Thaco!*

Năm 2014, nền kinh tế Việt Nam được điều hành theo hướng tăng trưởng nhẹ so với năm 2013 trong điều kiện kinh tế vĩ mô ổn định: lạm phát được kiểm chế, tăng trưởng tín dụng hợp lý, lãi suất phù hợp và tỷ giá được điều chỉnh nhẹ. Tuy nhiên, đại bộ phận doanh nghiệp Việt Nam vẫn phải tiếp tục đối diện với nhiều khó khăn trong lộ trình tiếp tục tái cấu trúc theo hướng phát triển bền vững và hội nhập trước xu thế cạnh tranh gay gắt hơn. Nguồn nhân lực tiếp tục được sàng lọc khắt khe hơn cho phù hợp với cấu trúc mới của doanh nghiệp và của nền kinh tế.

Năm 2014 cũng được xem là năm mà Thaco xây dựng kế hoạch sản xuất kinh doanh có tăng trưởng cao một cách sát thực và tự tin thực hiện được kế hoạch đề ra, dựa trên kết quả rất đáng khích lệ đã đạt được trong năm 2013. Đồng thời, Thaco cũng định vị năm 2014 là năm đặt nền tảng để thực hiện chiến lược phát triển mới trong bối cảnh hội nhập ASEAN giai đoạn 2015-2018. Do vậy, trong năm 2014, ngoài việc thực hiện kế hoạch đã đề ra từ đầu năm thì Thaco cần tập trung những định hướng quan trọng cho chiến lược hội nhập 2015-2018 sau đây:

- **Về kinh doanh xe thương mại (xe tải và xe bus):** Dựa trên kinh nghiệm và những thành quả đạt được về phát triển sản phẩm xe bus để đẩy mạnh nghiên cứu kỹ thuật, gia tăng nội địa hóa nhằm đảm bảo chất lượng ổn định cho một số sản phẩm xe tải chiến lược. Cố gắng tăng cao thị phần cho dòng xe tải nặng và xe chuyên dụng.
- **Về kinh doanh xe du lịch:** Tiếp tục gia tăng giá trị thương hiệu, thị phần cho dòng xe Kia thông qua phát triển và giữ vững doanh số của các mẫu xe chiến lược như: K3, Picanto, New Sorento. Tiếp tục gia tăng doanh số, thị phần cho dòng xe Mazda dựa trên những thành quả nổi bật đã đạt được của Mazda trong năm 2013. Tiếp tục đầu tư phát triển thương hiệu xe Peugeot, đảm bảo là thương hiệu xe cao cấp của châu Âu trên thị trường Việt Nam.
- **Về sản xuất tại khu Cơ khí Ô tô Chu Lai - Trường Hải:** Tiếp tục nghiên cứu kỹ thuật, đầu tư máy móc và thiết bị để nâng cao công nghệ, tỷ lệ nội địa hóa một cách hợp lý và mang lại hiệu quả. Nâng cao công tác quản trị sản xuất, bố trí nhân sự hợp lý, hạn chế tuyển dụng nhân sự mới nhằm nâng cao năng suất, đáp

ứng yêu cầu tăng sản lượng so với năm 2013. Phát triển sản xuất xe chuyên dụng một cách chủ động về công nghệ và nguyên vật liệu.

- **Về giao nhận vận chuyển:** Tiếp tục mở rộng và quy hoạch cảng Chu Lai - Trường Hải có các phân khu chức năng khai thác: hàng container, hàng rời, hàng chất lỏng, khí và hàng nông lâm sản. Đầu tư thêm tàu Trường Hải Star 3 có trọng tải 10.000 tấn (650 TEU) để khai thác tuyến Tp. Hồ Chí Minh - Chu Lai nhằm tăng cường công tác giao nhận vận chuyển thành ngành nghề kinh doanh mới của công ty.

- **Về hệ thống bán lẻ:** Nghiên cứu để đưa ra được chiến lược phát triển hệ thống showroom trực thuộc và đại lý đến năm 2018, trong đó chú trọng phương pháp quản trị đặc thù, ưu việt mang bản sắc riêng của Thaco và đảm bảo có tính cạnh tranh cao.

- **Về quản trị nhân sự:** Dựa trên những triết lý, quan điểm và phương pháp quản trị nhân sự trong những năm qua (mà bước đầu đạt được những thành quả nhất định). Tiếp tục nghiên cứu, xây dựng và thực hiện ngay chiến lược phát triển nguồn nhân lực đến năm 2018 một cách toàn diện, thông qua kiện toàn các chính sách, quy chế, quy định có tính nguyên tắc, đồng thời đảm bảo ứng dụng một cách linh hoạt trong thực tế.

- **Về quản trị tài chính kế toán:** Tiếp tục triển khai chương trình “Kế toán quản trị song hành”, đặc biệt chú trọng những phân khúc trong chuỗi giá trị mà công tác kế toán quản trị còn yếu. Đẩy mạnh công tác đào tạo, huấn luyện và yêu cầu một cách nhất quán để cán bộ kế toán phải tham gia bộ máy quản lý tất cả hoạt động sản xuất kinh doanh.

- **Về văn hóa doanh nghiệp:** Triển khai biên soạn đề án “Văn hóa Thaco”, trong đó trước mắt đề cao và tập trung nâng cao ý thức kỷ luật, hành động kỷ luật, con người kỷ luật, hướng đến hình thành văn hóa kỷ luật, xem đây là điều kiện tất yếu để mở rộng sản xuất kinh doanh và phát triển nguồn nhân lực của Thaco trong điều kiện hội nhập sắp tới.

- **Về hoạt động của văn phòng tổng quản, các văn phòng tại Hà Nội, Đà Nẵng, Chu Lai và các chi nhánh khu vực:** Tiếp tục kiện toàn bộ máy, vận hành các bộ phận nghiệp vụ như: Nhân sự, Hành chính, Kế hoạch, Marketing, Tài chính Kế toán, Văn hóa Truyền thông, Công nghệ Thông tin, đảm bảo quản trị và hỗ trợ xuyên suốt trong toàn hệ thống.

Năm 2014 được xem là năm chuẩn bị của Thaco cho giai đoạn ngành công nghiệp ô tô Việt Nam phải hội nhập khu vực Asean vào năm 2015 đến 2018, với sự cạnh tranh hết sức khốc liệt khi thuế suất nhập khẩu được giảm dần về bằng 0%. Do vậy, tôi kêu gọi toàn thể cán bộ nhân viên hãy nỗ lực hoàn thành vượt mức kế hoạch sản xuất kinh doanh 2014 đã đề ra, đồng thời thực hiện tốt nhiệm vụ chuẩn bị cho hội nhập khu vực ASEAN 2015 - 2018 trên tinh thần “Vượt qua thách thức, phát triển bền vững” của Thaco trong suốt quá trình phát triển, đặc biệt trong giai đoạn khủng hoảng 2011 - 2013 vừa qua.

*Kính chào thân ái và đoàn kết.*



Chủ tịch HĐQT  
**Trần Bá Dương**

## Message No. 9

### from Chairman of Thaco – Mr. Tran Ba Duong

*Dear all of the company's officials and staffs!*

In 2014, Vietnam's economy has been administered following the tendency of slight growth compared with 2013 in the context of that macro economy is stable: inflation is controlled, reasonable credit growth and interest rates, slightly adjusted exchange rates. However, the majority of Vietnamese enterprises still have to continuously face many difficulties on the road of ongoing re-structure following sustainable development and integration in the more intense environment. Human resources are continuously strictly selected so that they are appropriate for the economy and businesses' new structure.

2014 is also considered as the time when Thaco is going to build practical highly growing manufacture and business plan, and the company is confident of successfully completing the plan based on the optimistic result in 2013. Simultaneously, 2014 also is positioned as the year of setting the foundation of implementing the new developing strategy in the context of integrating into ASEAN from 2015 to 2018. Therefore, in 2014, beside performing the proposed plan since the beginning of the year, Thaco needs to focus on 2015-2018 integration strategy's important orientations:

**Commercial vehicle (trucks and buses) business:** Based on experience as well as the achievements in bus development, the company will promote technology research, increase localization for ensuring stable quality of some strategic trucks; try to raise heavy trucks and specialized vehicles' market share.

**Passenger car business:** Continuously enhance the Kia brand value and market share by developing and maintaining the sales of strategic car models such as K3, Picanto and New Sorento; continuously increase Mazda's sales and market share based on the highlighted results in 2013; continuously develop and invest in Peugeot to position it as European high class car brand in Vietnam.

**Manufacture in Chu Lai Truong Hai Auto Complex:** Continuously research techniques, invest in the equipment for reasonably enhancing technology and localization rate; raise quality of manufacture administration, appropriately staff the company, decrease recruitment so as to increase productivity which meets the requirement of raising the output compared with 2013; take the initiative in technology and materials in specialized vehicle manufacture.

**Logistics:** Continuously expand and plan Chu Lai Truong Hai port with the divided functional areas such as container and bulk cargo, agriculture and forestry products, liquid cargo, etc; invest in 10,000-ton ship Truong Hai Star 3 (equivalent to 650 teu) in order to exploit HCMC - Chu Lai route for developing the logistics as the company's new business.

**Retails system:** Research to come up with strategies to develop the directly under showrooms and agents until 2018, which focus on unique and specific management method of Thaco as well as ensures the high competitiveness.

**Human resources management:** Based on the philosophy, the perspective and methods of human resources administration in the past few years (which initially gained certain achievements), continuously study, develop and implement immediately the strategies of developing comprehensively human resources to 2018 through the consolidation of principled policies, rules and regulations, while ensuring they will be applied flexibly in practice.

**Financial accounting management:** Continue implementing the program “parallel accounting management”, paying attention on the segments of the value chain on which accounting management is weak; enhance consistent education, training and demands so that the accounting officers have to participate in the management system of all business activities.

**Corporate culture:** Compile the project “Thaco Culture”, in which give prominence and focus on improving high sense of discipline, disciplinary action and disciplined people to form the disciplined culture, which is considered as the inevitable conditions for business expansion and development of human resources of Thaco in terms of the upcoming integration.

**The overall operation of the head office, the offices in Hanoi, Da Nang, Chu Lai and the regional branches:** Continue consolidating the structure; operate the divisions of business like Human Resources, Administrative, Planning, Marketing, Accounting and Finance, Culture and Communication, Information Technology, ensuring the management and support throughout the whole system.

2014 is considered as the year of preparation for Thaco in the process of that Vietnam automotive industry is going to integrate in ASEAN from 2015 to 2018, with the very fierce competition when importing tariffs will be reduced gradually to 0%. Therefore, I call upon all officers and staffs to strive to exceed the business plan set for 2014, also well perform in preparation for the 2015 - 2018 ASEAN regional integration with the spirit “Endeavor to prevail over challenges - Determine on sustainable development” of Thaco during the development process, especially in the pass crisis period 2011 - 2013.

*Yours sincerely,*



Chairman of Thaco  
**Tran Ba Duong**

**TIÊU ĐIỂM / Focus -----10-17****Khe cửa hẹp cho ngành công nghiệp ô tô Việt Nam và sứ mệnh của Thaco**

The narrow door for Vietnam's automobile industry and Thaco's mission

**TIN TỨC ÔTÔ / Auto News -----18-21****THỊ TRƯỜNG / Market -----22-45****Ông Bùi Kim Kha - Giám đốc Khối kinh doanh xe Du lịch Thaco:**

**"Mục tiêu của xe du lịch Thaco là nâng cao thương hiệu, mở rộng hệ thống phân phối và đa dạng sản phẩm".**

Mr. Bui Kim Kha - sales director of passenger cars:

**"The purposes of Thaco's passenger cars are to enhance the brand, enlarge the distribution system and produce a wide range of products"**

**Kia Bình Tân - Mục tiêu trở thành Showroom Kia chủ lực của khu vực Nam bộ**

Kia Binh Tan aims to become the flagship showroom in the Southern region

**Mazda Đắk Lắk nỗ lực phục vụ tại thị trường Tây Nguyên**

Mazda Dak Lak strives to serve in The Highlands Market

**Showroom Peugeot Hà Nội: Sang trọng và tiện nghi**

Hanoi Peugeot Showroom: Luxurious and convenient

**Showroom Hạ Long: Chinh phục khách hàng bằng tiện nghi và chất lượng dịch vụ hàng đầu**

Ha Long Showroom: Wins Consumers' heart by Convenience and Leading Service Quality

**Nhà máy linh kiện nhựa góp phần nâng cao tỉ lệ nội địa hóa ô tô Thaco**

Plastic spare parts factory: Contributes to enhance the automobile localization rate in Thaco

**SẢN PHẨM / Products: -----46-79****Diễn viên Hiếu Hiền: "Chiếc xe thời trang quan trọng hơn quần áo thời trang"**

Actor Hieu Hien: "A stylish car is more important than fashionable clothes"

**Thaco Kia giới thiệu New Sorento 2014**

Thaco Kia launches 2014 New Sorento

**K3 đạt doanh số trên 1.200 xe sau 5 tháng xuất hiện**

K3 has reached a turnover of over 1.200 vehicles after 5 months of launching

**Mazda CX-5 "định vị" xu hướng mới cho người sử dụng ô tô**

Mazda CX-5: Defines a new consumption trend

**Peugeot 408 mẫu sedan sang trọng của Pháp**

Peugeot 408 - A luxurious French sedan

**Xe bus Thaco County TB75S: Sản phẩm dành cho kinh doanh dịch vụ du lịch**

Bus Thaco County Tb75S: A Product For Tourism Business

**THACO NEWS -----80-85**

**GIA ĐÌNH THACO / Thaco Family -----86-113**

**Ngày hội “Muôn sắc hoa xinh” lần thứ 7/2014**

7th festive day “thousands of beautiful flowers” 2014

**Sức trẻ Thaco**

Youth Of Thaco

**Giữ lửa cho phong trào Đoàn**

Keep the fire alight for Youth Union's activities

**Khu phức hợp Chu Lai - Trường Hải: Đảm bảo An toàn vệ sinh lao động và Phòng chống cháy nổ trong mùa khô**

Chu Lai - Truong Hai Complex: Assures industrial safety - hygiene and fire - explosion prevention in dry seasons

**KPH Chu Lai - Trường Hải: Thực tiễn và thành tựu**

Chu Lai - Truong Hai complex: Reality & Accomplishments

**ĐÀO TẠO / Training -----114-119**

**Phân luồng học sinh sau trung học**

Classification of pupils after high school

**CÔNG NGHỆ / Technology -----120-125**

**Thành phố sợi và xe buýt gầy**

Fiber city and slimbus

**Kiến thức tiêu dùng / Tips -----126-133**

**Phân loại xe ô tô**

Passenger car classification

**VĂN HÓA VĂN NGHỆ / Art-Culture-----134-141**

**Tản văn: Quê hương mặc định và quê hương giả định**

**Truyện ngắn: Xứ người**

**Auto Thaco 36 - 2014**

**với sự cộng tác tin, bài của:**

PGS.TS Phạm Xuân Mai, Đỗ Tấn Đạt, Diệu Thảo, Nguyễn Một, Kiều Oanh, Thanh Trà, Mai Thi, Phương Uyên, Lan Anh, Ngọc Anh, Thạch Lựu, Mai Hương, Trà Mi, Hồng Hạnh, Uyên Nhã...

NXB Hồng Đức. Địa chỉ: A2 - 261 Thụy Khuê - Q.Tây Hồ - Hà Nội

Chịu trách nhiệm xuất bản: GD. Bùi Việt Bắc

Chịu trách nhiệm nội dung: TBT. Lý Bá Toàn

Biên tập: Nguyễn Thế Vinh

Số lượng in 3.000 cuốn, khổ 20,5cm x 28,5cm

Tại Cty TNHH TKMT & TH Huỳnh Đề Anh Khoa

Số ĐKKHXB 124-2014/CXB/23-04/HĐ ký ngày 6/05/2014

QĐXB số 754-2014/QĐ-HĐ

In xong và nộp lưu chiểu quý II/2014

**AUTO THACO**

**36 - 2014**

[www.thacogroup.vn](http://www.thacogroup.vn)

**Chủ biên / Editor-in-chief**

**Chủ tịch HĐQT / Chairman of BOD**

**TRẦN BÁ DƯƠNG**

**Chịu trách nhiệm nội dung**

Deputy Editor-in-chief

**Giám đốc Truyền thông**

Communications Director

**NGUYỄN MỘT**

**Biên tập tiếng Việt**

Edited by (Vietnamese)

**LÊ THỊ KIỀU OANH**

**Biên tập tiếng Anh / Edited by (English)**

**PHƯƠNG UYÊN - LAN ANH - THIÊN HƯƠNG**

**CTY DỊCH THUẬT PHẠM LỮ GIA**

**Thiết kế - Mỹ thuật / Art Director**

**TỔNG VĨNH NINH**

**Liên hệ / Contact**

**PHÒNG VĂN HÓA - TRUYỀN THÔNG THACO**

**80 Nguyễn Văn Trỗi, F.8, Q.Phú Nhuận, Tp.HCM**

**Tel: (84 8) 399 77824 \* Fax: (84 8) 399 77742**

COMPANY CULTURE AND PR DEPARTMENT OF THACO

80 Nguyen Van Troi, Ward 8, Phu Nhuan Dist., HCM City

Tel: (84 8) 399 77824 \* Fax: (84 8) 399 77742

\*\*\*

**Thư từ, bài vở, góp ý xin gửi về**

Please send your comments, writing and pictures to

**[lethikieuoanh@thaco.com.vn](mailto:lethikieuoanh@thaco.com.vn)**

\*\*\*

**Bản quyền thuộc Phòng Văn hóa - Truyền thông THACO.**

**Mọi trích dẫn phải được chấp thuận bằng văn bản.**

All rights reserved

by Company Culture and PR Department of Thaco.

No part of this publication is reproduced without written permission of THACO

# KHE CỬA HẸP CHO NGÀNH CÔNG NGHIỆP ÔTÔ VIỆT NAM VÀ SỨ MỆNH CỦA THACO

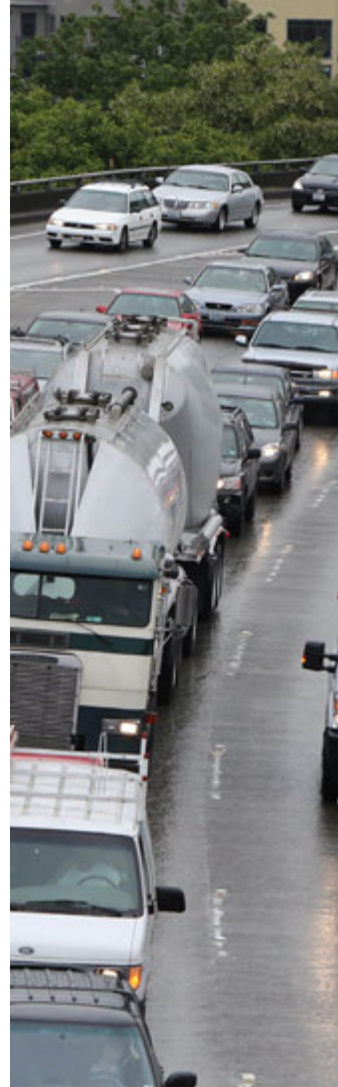
PGS. TS **Phạm Xuân Mai**, Cố vấn KHCN & Đào tạo

## **1** Nhìn lại quá trình phát triển

Trước năm 1991, công nghiệp ô tô Việt Nam hầu như không có gì, những nhà máy còn sót lại và đi vào suy thoái như nhà máy sản xuất xe La Dalat của Citroen (Pháp) và 2 nhà máy động cơ Vinapro và Vikyno của Yanmar và Kubota (Nhật Bản) tại khu công nghiệp Biên Hòa, nhà máy Sông Công ở phía Bắc sản xuất máy kéo MTZ50 theo công nghệ cũ của Liên Xô. Giai đoạn 1991 - 2003 đánh dấu sự xuất hiện của công nghiệp ô tô Việt Nam với khoảng 15 công ty liên doanh nước ngoài đầu tư để được hưởng các chính sách ưu đãi. Cuối giai đoạn này xuất hiện 2 công ty tư nhân là Trường Hải và Xuân Kiên. Năm 2004, Chính phủ đã phê duyệt Quy hoạch phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam đến năm 2010, tầm nhìn đến năm 2020 với mục tiêu: "Xây dựng và phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam để đến năm 2020 trở thành một ngành công nghiệp quan trọng của đất nước, có khả năng đáp ứng ở mức cao nhất nhu cầu thị trường trong nước và tham gia vào thị trường khu vực và thế giới". Trong giai đoạn 2004 - 2010, ngành công nghiệp ô tô nước ta đã phát triển khá nhanh, sản lượng tăng từ 40.000 xe/năm lên

đến 120.000 xe/năm, đáp ứng được một phần nhu cầu trong nước về xe con, xe tải và xe khách; đến năm 2007, công nghiệp ô tô lại vinh dự được Chính phủ xếp vào ngành công nghiệp mũi nhọn được ưu tiên phát triển. Tuy nhiên sau gần 10 năm ưu tiên phát triển, ngành công nghiệp ô tô được cho là thất bại. Mặc dù có tăng trưởng sản lượng nhưng vẫn chưa đạt được hết công suất của các nhà máy (chỉ khoảng 25%). Hầu hết các chỉ tiêu về nội địa hóa các dòng xe, về sản xuất động cơ, hộp số, cụm truyền động cho đến nay đều chưa đạt thậm chí không thực hiện được. Chỉ có khoảng 100 doanh nghiệp nhỏ tham gia công nghiệp hỗ trợ, sản xuất các loại linh kiện, phụ tùng ô tô đơn giản, hàm lượng công nghệ và tỷ lệ giá trị thấp, tỷ lệ nội địa hóa chỉ từ 15% (xe du lịch) cho đến 25% (xe tải) và 36% (xe khách). Nhìn ra các nước trong khu vực ASEAN, Thái Lan có tới trên 1.800 doanh nghiệp làm công nghiệp hỗ trợ với tỷ lệ nội địa hóa lên đến 80% và có rất nhiều linh kiện đã tham gia vào chuỗi cung ứng cho công nghiệp ô tô quốc tế. Ngành công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam được đánh giá chỉ bằng 1/5 so với

Indonesia, 1/8 so với Malaysia và 1/50 so với Thái Lan và tệ hơn là đã không nhận được chuyển giao công nghệ tiên tiến của nước ngoài. Doanh số xe các loại bán ra ngày càng giảm dần, năm 2012 và 2013 chỉ đạt dưới 100.000 xe, lý do không phải là bối cảnh suy thoái kinh tế chung, vì các nước trong khu vực đều có tăng trưởng đáng kể, như Thái Lan đạt 2,1 triệu xe (trong đó có 0,7 triệu xe xuất khẩu), Indonesia đạt 1,2 triệu xe, chỉ có duy nhất Việt Nam là suy giảm. Trong khi đó, các tập đoàn như Toyota, Honda, Mitsubishi đã chọn Thái Lan làm cứ điểm sản xuất của mình tại khu vực ASEAN trong vòng 3 - 4 năm trở lại đây. Indonesia cũng đang nổi lên như một điểm hấp dẫn các nhà đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực ô tô khi lượng xe tiêu thụ lớn, chính sách thu hút đầu tư thông thoáng và linh hoạt.





Hình 1 : Giai đoạn ô tô hóa ở Việt Nam sẽ đến trong những năm 2020 - 2030

Image 1 : The automobilization in Vietnam will probably happen between 2020 and 2030

Tuy thị trường có tiềm năng nhưng do có quá nhiều bất cập, công nghiệp ô tô Việt Nam hiện mới chỉ đạt 10 xe (xe con)/1000 dân trong tương quan với 80-144 xe/1000 dân ở các nước ASEAN đã đi vào giai đoạn ô tô hóa (>40xe/1000 dân).

## 2 Thị trường và chủ trương

Thị trường Việt Nam là không nhỏ khi có 90 triệu dân với 67% trong độ tuổi lao động (dân số vàng) so với Thái Lan 67 triệu dân. Nhu cầu đi lại, vận chuyển hàng hóa đường bộ có tốc độ tăng trưởng cao trên 10%/năm, vận chuyển hành khách chiếm tỷ trọng khoảng 91,4% và hàng hóa 70,6% so với các loại hình vận tải khác.

Quy hoạch về giao thông vận tải đường bộ Việt Nam cũng đã cho ra các con số rất lạc quan về nhu cầu. Chẳng hạn năm 2020 phải có 500.000 xe khách

các loại lưu hành, cùng với xe ô tô cá nhân sẽ ngày càng thông dụng và trở thành nhu cầu thiết yếu của người dân để thay thế dần cho trên 40 triệu xe gắn máy đang và sẽ lưu hành. Giai đoạn ô tô hóa sẽ xảy ra tại Việt Nam trong khoảng từ năm 2020 đến năm 2030, nhu cầu về xe con sẽ là khoảng 800-900 nghìn xe/năm (2-3 triệu xe lưu hành).

Về chủ trương phát triển công nghiệp ô tô, mới đây, tháng 7/2013, chính phủ tiếp tục phê duyệt Chiến lược công nghiệp hóa của Việt Nam trong khuôn khổ hợp tác Việt Nam - Nhật Bản hướng đến năm 2020, tầm nhìn 2030, trong đó tiếp tục khẳng định công nghiệp chủ lực của nền kinh tế, có giá trị gia tăng cao và năng lực cạnh tranh quốc tế. Như vậy trải qua 10 năm quy hoạch công nghiệp ô tô, vị trí của ngành công nghiệp ô tô luôn được đề cao và thay

đổi tên gọi: lúc đầu là ngành công nghiệp quan trọng (2004), sau đó là công nghiệp mũi nhọn (2007) và bây giờ là công nghiệp chủ lực. Rõ ràng là chúng ta có thị trường lớn, có chủ trương đúng nhưng tại sao ngành này lại không phát triển được?

## 3 Một vài nguyên nhân chính

- Tiềm năng thị trường lớn, chủ trương đúng nhưng do các chính sách để phát triển thị trường không cụ thể, thiếu đồng bộ nên dẫn đến quy mô thực tế thị trường tiêu thụ xe ô tô quá nhỏ (<120.000 xe/năm), bị chia sẻ cho 56 doanh nghiệp với trên 100 kiểu xe (model) khác nhau. Trong khi để sản xuất có hiệu quả thì sản lượng thấp nhất cho mỗi kiểu xe phải > 7000 - 30.000 chiếc/năm và như vậy cho cả thị trường phải cỡ khoảng 700.000 xe/năm trở lên.



Hình 2: Dây chuyền sản xuất xe Mazda tại Khu Phức Hợp Chu Lai

Image 2: Mazda vehicle manufacturing chain at the Chu Lai Complex

- Chính sách hạn chế xe cá nhân mà trong đó ô tô con bị coi là thủ phạm gây tắc đường (chứ không phải xe máy) là không phù hợp với thực tế, từ đó áp dụng các loại phí xe cá nhân cao (3 loại thuế và 7 loại phí), đẩy chi phí mua xe và sử dụng xe quá lớn (gấp 2-3 lần so với nước ngoài), làm cho sức mua giảm sút trầm trọng.

- Các chính sách của các bộ ngành liên quan mâu thuẫn nhau: bộ Công thương khuyến khích sản xuất xe, bộ GTVT hạn chế xe cá nhân và chậm phát triển cơ sở hạ tầng (cầu đường), không tương xứng với sự phát triển của nhu cầu đi lại là 10%/năm (Việt Nam hiện chỉ có vài trăm km đường cao tốc trong tổng số 280.000 km đường cả nước). Mặt khác, sự dễ dãi trong việc cho phép nhập và sản xuất xe gắn máy ồ ạt (37 triệu chiếc) làm tắc nghẽn giao thông và ảnh hưởng đến sự phát triển xe buýt, công nghiệp ô tô.

- Hiệp hội các nhà sản xuất ô tô Việt Nam còn cho rằng “do chính sách thay đổi quá nhanh và quá nhiều trong khi thị trường chưa đủ lớn, ngành công nghiệp hỗ trợ chưa phát triển”, điều này gây khó khăn cho hoạch định

chiến lược và dễ làm nản lòng nhà đầu tư.

- Chính sách nội địa hóa và các chính sách liên quan như sản phẩm cơ khí trọng điểm, sản phẩm quốc gia, công nghệ cao... tuy chủ trương đúng nhưng không rõ ràng, không nhất quán... rất khó đưa vào ứng dụng hiệu quả cho các dự án phát triển công nghiệp hỗ trợ ô tô.

- Nhà đầu tư công nghiệp nhỏ và vừa trong nước về công nghiệp hỗ trợ ô tô, tuy có kỹ thuật và tiềm năng nhưng không nhận được các chính sách ưu đãi (thuế, cơ sở hạ tầng) tại các khu công nghiệp. Trong khi theo kinh nghiệm Thái Lan và Nhật Bản, chính các doanh nghiệp vừa và nhỏ rất phù hợp với sự tham gia và phát triển công nghiệp hỗ trợ.

- Và cuối cùng là vòng luẩn quẩn: thị trường nhỏ, manh mún, công nghiệp hỗ trợ do vậy khó phát triển, tỷ lệ nội địa hóa thấp, thuế và chi phí cao, hạ tầng giao thông yếu kém... làm tăng giá xe và quay trở lại làm thị trường ngày càng thu hẹp, ảnh hưởng rất lớn đến sự phát triển công nghiệp ô tô, nhất là khó trở thành ngành công nghiệp quan trọng, mũi nhọn hay chủ lực.

#### **4 Khe cửa hẹp để phát triển công nghiệp ô tô**

Theo cam kết AFTA/CEPT, đến năm 2018, thuế nhập khẩu xe nguyên chiếc sẽ là 0% (xe con), chúng ta chỉ còn 5 năm để chạy đua trong lộ trình này để phát triển ngành công nghiệp ô tô. Để tiếp tục phát triển, dù muộn nhưng Việt Nam cũng đang phải học theo kinh nghiệm phát triển công nghiệp ô tô của Thái Lan. Để mở cửa thị trường, Thái Lan có dòng xe chiến lược bán tải pick-up và trước đó, Thái Lan đã xây dựng một ngành công nghiệp hỗ trợ đủ mạnh. Không chỉ vậy, Thái Lan còn đưa ra chính sách, lộ trình phát triển chắc chắn và lâu dài để các doanh nghiệp dựa vào đó mà lên kế hoạch sản xuất. Trong năm 2013, công nghiệp ô tô Thái đóng góp đến 12% GDP cho nước này, đang thực hiện dự án dòng xe chiến lược thế hệ 2: LCGC (Low Cost Green Car-Eco Car: xe giá rẻ và năng lượng xanh) để tiến tới vị trí thứ 10 của thế giới.

Ở nước ta, Chính phủ đang chuẩn bị phê duyệt quy hoạch công nghiệp ô tô trong đó có đề án dòng xe chiến lược của Việt Nam. Theo đó, dòng xe chiến

lược sẽ có những ưu đãi về thuế, phí phù hợp và theo thông lệ quốc tế để đảm bảo cạnh tranh được với các dòng xe của AFTA, FTA, TPP sẽ đổ vào. Nói đến dòng xe chiến lược thì dễ nhưng để có dòng xe chiến lược thì phải có nhà đầu tư chiến lược và chính sách chiến lược đi kèm.

Mặt khác, ngay từ bây giờ, các chính sách khác về phát triển cơ sở hạ tầng giao thông, thuế và phí giao thông phải thay đổi để tạo ra hành lang thông thoáng cho người sử dụng xe trên đường cũng như thu nhập của họ, từ đó tạo ra sức mua và thị trường. Mức GDP bình quân 2000 - 3000 USD/người của Việt Nam sẽ là thích hợp cho giai đoạn ô tô hóa 2020 - 2030, trong giai đoạn này, nhu cầu ô tô con thay thế xe máy sẽ ngày một tăng cao và đây là một xu hướng bình thường như những nước công nghiệp khác đã trải qua. Chính thị trường rộng mở với tính liên thông quốc tế về giao thông trong khu vực ASEAN sẽ tăng nhu cầu phát triển hạ tầng giao thông, tăng thu nhập doanh nghiệp giao thông lẫn doanh nghiệp công nghiệp, tăng thu nhập người dân, tăng sức mua và qua đó tăng thu ngân sách chứ không phải ngược lại như Bộ GTVT hiện nay đang lo lắng dẫn đến đưa ra những chính sách thu phí và hạn chế xe cá nhân. Số tiền thu phí giao thông các loại của Bộ GTVT dự định thu được sẽ chỉ chiếm vài % so với số thu ngân sách từ công nghiệp và dịch vụ ô tô cùng cơ sở hạ tầng giao thông.

Tóm lại, nếu công nghiệp ô tô phát triển, Việt Nam khó có thể cân bằng được cán cân thương mại khi mà mỗi năm ước tính phải bỏ ra 18-20 tỷ USD (2025) để nhập khẩu xe nguyên chiếc. Sẽ là một thảm họa khi hàng trăm nghìn kỹ sư và công nhân kỹ thuật lành nghề làm việc trong ngành công nghiệp ô tô cùng hàng trăm nghìn lao động gián tiếp khác thất nghiệp; hàng chục nhà máy, hàng trăm dây chuyền, hàng nghìn thiết bị và máy móc phục vụ hoạt động sản

xuất, lắp ráp ô tô bị đắp chiếu; hàng trăm doanh nghiệp sản xuất phụ tùng, linh kiện ô tô trong nước rơi vào tình thế khó khăn từ sự đổ vỡ của các nhà sản xuất ô tô.

Nếu không có ngành công nghiệp ô tô, Việt Nam sẽ khó đạt mục tiêu đến năm 2020 trở thành quốc gia công nghiệp. Vậy khi đó Việt Nam sẽ là quốc gia gì? Bài toán cân bằng ngoại tệ để đảm bảo lượng ngoại tệ rất lớn (khoảng 10% - 15% GDP) cho nhập khẩu ô tô và phụ tùng thay thế trong tương lai sẽ được giải như thế nào?

Khe cửa để đi vào công nghiệp ô tô của Việt Nam đúng là rất hẹp, sẽ có nhiều doanh nghiệp không chịu nổi sức ép cạnh tranh phải rời cuộc chơi. Nhưng đây là lúc thị trường sẽ chỉ xứng đáng cho những doanh nghiệp công nghiệp đúng nghĩa: có chiến lược khác biệt trong nước và khu vực, có năng lực công nghệ, có đội ngũ nhân lực kỹ thuật mạnh và năng động, có tiềm lực tài chính và có đối tác chiến lược tầm cỡ để phát triển bền vững.

## **5 Vai trò và sứ mệnh của Thaco trong phát triển công nghiệp ô tô**

Hiện nay, chúng ta đã có những doanh nghiệp trên đà phát triển công nghiệp ô tô một cách nhanh chóng, đúng hướng và bền vững mà điển hình là Công ty Cổ phần Ô tô Trường Hải, chiếm thị phần lớn trong 10 năm qua với những đối tác chiến lược có công nghệ và uy tín tầm cỡ khu vực và thế giới. Một số nhà công nghiệp và thiết kế ô tô nước ngoài khi thăm và làm việc tại Khu công nghiệp ô tô Chu Lai - Trường Hải đã phải công nhận: "Trường Hải có đủ khả năng về con người và sự tiếp thu công nghệ cao một cách thông minh và sáng tạo, có cơ sở hạ tầng và thị trường để làm công nghiệp ô tô, cái thiếu là thiếu chính sách chiến lược vĩ mô phù hợp để hỗ trợ phát triển".

Công nghiệp ô tô Việt Nam vẫn còn cơ

hội, thậm chí vẫn có thể cạnh tranh tốt trong khu vực Đông Nam Á nếu đề án dòng xe chiến lược cũng như bản quy hoạch mới ngành công nghiệp ô tô có hoạch định đúng đắn được Chính phủ phê duyệt và đi kèm những chính sách phù hợp để phát triển trong cạnh tranh khu vực. Ngoài ra, việc thành lập những cụm công nghiệp ô tô (Automotive Industry Cluster) với những doanh nghiệp ô tô đầu tàu như Thaco và một đối tác chiến lược tầm cỡ cùng chính sách phù hợp để kết nối các nhà cung cấp linh kiện, các doanh nghiệp nhỏ và vừa làm công nghiệp hỗ trợ và các nhà lắp ráp ô tô là điều kiện đủ để thành công.

Đây chính là khe cửa hẹp nhưng nếu biết lách qua một cách thông minh sẽ mở ra một chân trời khác biệt và tốt đẹp hơn cho ngành công nghiệp ô tô Việt Nam và để Việt Nam sớm trở thành một nước công nghiệp hóa theo đúng nghĩa của nó, trong đó Thaco sẽ là đơn vị chủ lực để mở ra cánh cửa này. Gánh nặng 20 năm công nghiệp ô tô của đất nước Việt Nam dường như đang dồn lên đôi vai của Thaco và hình như lịch sử cũng đang trao sứ mệnh lịch sử cho Thaco. Chúng ta tin rằng với chiến lược đúng đắn và khác biệt, công nghệ phù hợp, đối tác chiến lược và hơn ai hết những con người Thaco sẽ làm nên sứ mệnh lịch sử này trong giai đoạn 2015 - 2018.

# THE NARROW DOOR FOR VIETNAM'S AUTOMOBILE INDUSTRY AND THACO'S MISSION

Assoc. Prof. Dr. **Pham Xuan Mai**, Science – Technology & Training Advisor

## **1. Looking back on the development process**

Before 1991, Vietnam's automobile industry nearly inherited nothing to develop despite some remained factories coming in recession such as La Dalat Vehicle Manufacturing Factory of Citroen (France) and Vinappro and Vikyno engine factories of Yanmar and Kubota (Japan) located at Bien Hoa Industrial Park, Song Cong factory in the North manufacturing MTZ50 tractors in accordance with Soviet old-fashioned technology.

The period 1991 - 2003 had marked the appearance of automobile industry in Vietnam with around 15 joint stock companies based on foreign investments to take advantage of the incentive policies. By the end of the period, two private companies named Truong Hai and Xuan Kien appeared. In 2004, the Government approved the Project of developing Vietnam's automobile industry by 2010, with a vision to 2020 consisting of the following targets: "To establish and develop Vietnam's automobile industry which will become a key industry of the country by 2020, being capable of meeting domestic demands as much as possible and joining regional and worldwide markets". In the period 2004 - 2010, the national automobile industry developed significantly with a production capacity increasing from 40,000 vehicles per year to 120,000

vehicles per year, partly satisfying domestic demands of cars, trucks and coaches; till 2007, the automobile industry was honored to be appointed by the Government to be a preferential development key industry.

However, after nearly 10 years of development concentration, the automobile industry was considered to suffer a defeat. Despite output growth, factories have not maximized their capacity (only getting 25% in reality) yet. Almost targets regarding vehicle localization, engine, gearbox and gear assembly manufacture have been hardly achieved and even unaccomplished up to now.

There have been only about 100 small enterprises attending the supporting industry, manufacturing simple automotive components and spare parts with low technological proportion and value ratios. The companies' localization rates are only from 15% (passenger cars) to 25% (trucks) and 36% (coaches).

From a reference to ASEAN countries, Thailand had over 1,800 enterprises operating in the supporting industry with a localization rate up to 80% and a great deal of spare parts for the supply chain of the international automobile industry. The supporting industry in Vietnam has been equivalent to one-fifth of Indonesia's, one-eighth of Malaysia's and one-fiftieth of Thailand's. Moreover, the worse fact is that foreign advanced

technology has not been transferred to Vietnam.

The total sales of vehicles fell steadily, less than 100,000 vehicles in 2012 and 2013. The reason was not due to the global economic recession because regional countries still showed their considerable growth, for example, while Thailand reached 2.1 million vehicles (including 0.7 million exported vehicles), Indonesia sold out 1.2 million vehicles, only Vietnam faced such reduction.

Meanwhile, Thailand has been chosen by corporations like Toyota, Honda, Mitsubishi to be their manufacturing base in ASEAN for the past 3 - 4 years. Indonesia has also distinguished itself by being an attractive country for foreign automobile investors thanks to high sales volume, open and flexible investment incentives. In spite of the market potentials, due to unsound matters, Vietnam's automobile industry only reached 10 vehicles (cars) per 1000 citizens in comparison with 80-144 cars per 1000 citizens in ASEAN countries where the residents have easily owned cars (>40 cars/1000 citizens).

## **2. Market and policy**

Vietnam is not a small market at all when having 90 million people, 67% out of which are in the age of employment (gold population) compared to 67 million of population



of Thailand. Demands for travelling, transportation of goods by road have witnessed a high growth rate of over 10% per year, passenger and cargo transport have in turn accounted for around 91.4% and 70.6% compared to others.

The planning on development of road transportation in Vietnam has shown the positive figures in terms of demands. For example, in 2020 there must be 500,000 coaches in form of all kinds which will be used; simultaneously personal cars will so increasingly popular that they can be the essential demand gradually in replacement of over 40 million motorbikes in the presence. The automobilization in Vietnam will probably happen between 2020 and 2030, the demand for cars will reach approximately 800-900 thousand cars per year (2-3 million cars in use). In regards to the policy upon development of the automobile industry, in July of 2013, the Government continued to approve Vietnam's industrialization strategy in the cooperation between Vietnam and Japan by 2020, with a vision to 2030, in which, the automobile industry continued being affirmed as one of 6

key industries of the national economy with high values and international competitive ability. As a result, after 10 years of automobile industry planning, the position of automobile industry has been always dignified with changes in name: an important industry at the beginning (2004), then key industry (2007) and mainstay industry from now on. Why can the industry not develop although we obviously have a large market and appropriate policy?

### 3. Some major reasons

- In spite of the large market potentials and appropriate policy, unspecific and incomprehensive market development policies has resulted in a small scale of practical vehicle consumption (<120,000 units/year), being shared for 56 enterprises with over 100 different models. Meanwhile, an effective production should be proved by the lowest production capacity of each model standing at > 7,000 – 30,000 units per year, which means 700,000 units/year and over for the whole market.
- Policy on restricting personal vehicles, out of which cars have been blamed for traffic jam (not motorbikes), does not comply with the reality. As

a result, high fees and charges are applied for personal vehicles (3 taxes and 7 fees), leading to the extremely high purchase and using costs (2- 3 times more than foreign countries). It has made purchasing power fall considerably.

- Policies made by related authorities are in contradiction: Ministry of Industry and Trade encourages automobile production while Ministry of Transportation limits personal vehicles and takes slow steps in infrastructure development (bridges and roads), not suitable for 10% per year of the development of travelling demands (Vietnam has now several hundred kilometres of highway out of 280,000 kilometres of roads nationwide). On the other hand, the accommodating policy on mass import and production of motorbikes (37 million units) causes traffic jam and affects the development of buses and automobile industry.
- Vietnam's Automobile Manufacturers' Association also said that "because of extremely rapid and multiple changes in policies along with the not-large-enough market, the under-developed supporting industry", it has been difficult to determine strategies, then leading to dampen the investors.

- Despite the appropriate guideline, the localization policy and related ones such as priority mechanical products, national products, optimal technology, etc., are still unevident and incomprehensive; therefore, it is hard to be efficiently applied for projects on development of automobile supporting industry.
- Despite their techniques and potentials, small and medium industrial investors in the automobile supporting industry are not yet offered incentive policies (tax, infrastructure) at industrial zones. Whilst, according to experiences obtained by Thailand and Japan, small and medium enterprises are the appropriate ones to take part in and develop the supporting industry.
- Finally, the impasse is that small market resulting in that supporting industry is hard to develop, low localization rate, high taxes and fees, unqualified transportation infrastructure, etc. cause an increase in vehicle price and a decrease in the market, which has considerably affected the automobile industry development, especially made it hard to become an important, key or mainstay industry.

#### **4. Narrow chink in the door for the automobile industry development**

In conformity with AFTA/CEPT commitments, because the import tax for CBU vehicles will be reduced to 0% by 2018 (cars), we only have 5 years left to race on this route to develop the automobile industry. For the purpose of development, despite being a latecomer, Vietnam is required to learn from Thailand's experiences on how to develop an automobile industry. In order to open the market, Thailand has launched the strategic pick-up lineup and set up early a supporting industry in its full capacity. Moreover, Thailand

has also offered stable and long-term development policies, itinerary, so that enterprises could make their plans. In 2013, the Thailand's automobile industry accounted for 12% GDP of the country. Thailand had been implementing a project on the 2nd strategic lineup: LCGC (Low Cost Green Car-Eco Car) to rank the 10th in the world.

In our country, the Government is close to ratify the planning on automobile industry, in which a project on a strategic vehicle lineups in Vietnam, that could enjoy appropriate incentives regarding taxes and fees complying with international practices so as to ensure competitiveness against vehicle lineups of AFTA, FTA, TPP about to penetrate the domestic market. It is easy to mention a strategic vehicle lineup but it is required to have strategic investors and policies accompaniment. On the other hand, from now on, other policies on transportation infrastructure development, transport taxes and fees are required to be amended to establish widen roads for vehicle users as well as their income, resulted in purchasing power and market. The annual average GDP of 2000 - 3000 USD/person in Vietnam will satisfy the automobilization period 2020 - 2030, in which demands for cars replacing motorcycles will increasingly speed up and stand for a normal trend as in other industrial countries. The open market with international integrated transportation within the ASEAN region will foster demands for transport infrastructure development, increase in income collected by transport as well as industrial enterprises, increase in people's income, purchasing power and then taxes payable contradictory to the concerns of the Ministry of Transportation causing foregoing policies on taxes and fees and restriction

on personal vehicles. The amount received from transport fees expected by the Ministry of Transportation will only occupy several percents compared to taxes received from the automobile industry and services along with transportation infrastructure.

To sum up, in case the automobile industry went bust, Vietnam would find it difficult to equilibrate the balance of trade resulting from 18-20 billion USD (2025) expected to be spent on imported CBU vehicles. An actual disaster would occur if hundreds of qualified engineers and technical workers working in the automobile industry as well as thousands of other indirect labors suffered from unemployment; dozens of factories, hundreds of chains, thousands of equipment and machinery used for automobile manufacturing and assembly were abandoned; hundreds of enterprises nationwide producing automobile parts and accessories fell into a bad situation caused by the bankruptcy of automobile manufacturers.

Without automobile industry, it would be difficult for Vietnam to accomplish the target to become an industrial country in 2020. Then what would Vietnam turn out? How could be resolved the question to balance foreign currency in order to assure a large foreign exchange reserves (approximately 10% - 15% GDP) for future automobile and spare parts imports?

Actually, it is an extremely narrow chink in the door for the Vietnam's automobile industry, many enterprises couldn't sustain competitive pressures and would give up the race. However, this is time for true industrial enterprises to exploit the market, who are capable to make different strategies nationwide and regionwide, possess technological capabilities, powerful and self-activated



technical staff, financial potential and significant strategic partners for the purpose of durable development.

### **5. Thaco's role and mission in the automobile industry development**

Nowadays, we have enterprises on the impetus of rapid, sustainable automobile industry development in the right direction, out of which Truong Hai Auto Corporation has set a good example, won a large market share for the past 10 years with strategic partners possessing considerable technology and prestige across the region and the world. Some foreign automobile manufacturers and designers visiting and working with the Chu Lai – Truong Hai Auto Industrial Park had to admit: “Truong Hai is fully capable in terms of manpower and the intelligent and creative acquirement of high-end technology, infrastructure and market to operate in the automobile industry,

it is lack of macro strategic policies satisfactory to support its development”. The Vietnam’s automobile industry still has chances, even capabilities to compete with ASEAN countries in case the project on a strategic vehicle lineup as well as the new planning on automobile industry are scheduled in a sound manner and under the approval of the Government, accompanied by satisfactory policies to develop the competitiveness in the region. Furthermore, sufficient conditions leading to success are nothing but the establishment of automotive industry clusters with leading automobile enterprises like Thaco together with a significant strategic partner in combination with appropriate policies to connect with spare parts suppliers, small and medium enterprises operating in the supporting industry and automotive assembly enterprises. This is actually a chink in the door

but knowing to intelligently dodge through the chink will open up different and better horizon for the Vietnam’s automobile industry and soon to turn Vietnam into an industrialized country in the right meaning, in which Thaco will be the mainstay enterprise to open that door. 20 years of Vietnam’s automobile industry seems to burden Thaco and the history also seems to entrust the mission to Thaco. We believe that our sound and different strategies, appropriate technology, strategic partners and Thaco’s people above all others will definitely accomplish this historical mission in the period 2015 - 2018.

# THACO DẪN ĐẦU TRONG VAMA

Truyền thông Thaco

## THACO DẪN ĐẦU THỊ TRƯỜNG ÔTÔ 4 THÁNG ĐẦU NĂM 2014

Theo báo cáo mới nhất của Hiệp hội các nhà sản xuất ô tô Việt Nam (VAMA), tổng doanh số tháng 4/2014 của các thành viên VAMA đạt trên 10.000 xe, trong đó doanh số Thaco đạt 3.526 xe (bao gồm 1562 xe du lịch, 1964 xe thương mại), tăng 6% so với tháng trước đó. Đây là tháng thứ 3 liên tiếp Thaco dẫn đầu thị trường đồng thời dẫn đầu 4 tháng đầu năm 2014 với tổng doanh số đạt 10.794 xe.

Theo báo cáo của Hiệp hội các nhà sản xuất ô tô Việt Nam (VAMA), tổng doanh số tháng 3/2014 đạt 9.313 xe (xe du lịch đạt 6.197 xe, thương mại 2.500 xe, các loại xe khác gồm van và minibus đạt 616 xe). Đây là tháng thứ 12 liên tiếp doanh số bán ô tô của toàn ngành tăng so với cùng kỳ năm trước đó.

Cùng với chủ trương phát triển, chỉ số kinh tế vĩ mô ổn định, sự gia tăng dòng tiền mạnh, dự báo tình hình kinh doanh xe sẽ tiếp tục tăng trưởng tốt trong những tháng tới. Xe thương mại sẽ tăng mạnh với xu hướng thị trường dịch chuyển từ xe tải, ben nặng sang thị trường xe tải, ben trung và xe đầu kéo. Doanh số xe du lịch cũng sẽ tăng trong tháng 4 do phục vụ nghỉ lễ 30/4 và 1/5. VAMA tiếp tục dự báo Việt Nam sẽ tiêu thụ được 120.000 xe ô tô trong cả năm 2014, tăng 9% so với năm 2013.

Nhờ sự đa dạng sản phẩm (gồm xe tải, bus và xe du lịch), trong tháng 3/2014, tổng doanh số của Thaco đạt 3.336 xe, chiếm 36% thị phần và vươn lên dẫn đầu thị trường (xe thương mại đạt 1.808 xe, xe du lịch là 1.528 xe). Riêng thương hiệu xe du lịch Thaco Kia đạt 852 xe, chiếm 9,1% thị phần và xếp vị trí thứ 2 sau Toyota, tăng khoảng 81% so với tháng 2. Sự tăng trưởng mạnh của Thaco Kia còn thể hiện khi tổng doanh số ba tháng đầu năm 2014 đạt 2.174 xe, tăng 33% so với cùng kỳ năm ngoái. Trong khi đó, thương hiệu Vina Mazda trực thuộc Thaco có tổng số xe bán ra là 676 xe, chiếm 7,3% và vươn lên vị trí thứ 4.

Sự tăng trưởng mạnh mà Thaco có được phải kể đến sự góp sức của những dòng xe Mazda do Thaco sản xuất, lắp ráp và phân phối. Doanh số bán Mazda trong tháng 3 đạt 676 chiếc, tăng 230% so với cùng kỳ năm 2013.

trở thành thương hiệu xe Nhật Bản bán chạy thứ 2 tại thị trường Việt Nam. Trong đó, CX-5 chính là mẫu xe có đóng góp quan trọng nhất vào mức tăng ấn tượng của Mazda (191 chiếc), tăng gần gấp đôi so với tháng trước. Với thiết kế mới nhất, xe được trang bị nhiều tiện nghi, thiết bị an toàn, cùng động cơ SkyActiv tiết kiệm nhiên liệu đã khiến cho CX-5 ngày càng thu hút khách hàng tại Việt Nam, tương tự như mẫu xe này đã làm được tại các thị trường khác trên thế giới.

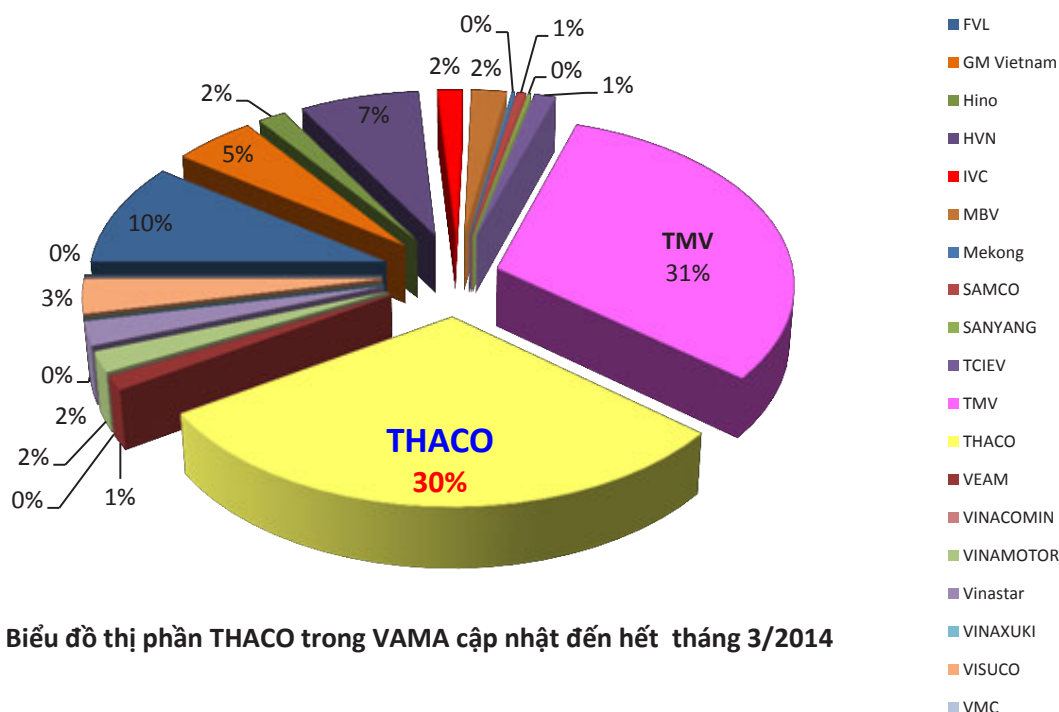
Nếu như doanh số mẫu xe CX-5 luôn theo sát CR-V thì trong phân khúc của mình, Mazda 3 có doanh số đạt 178 chiếc, gần gấp 3 lần so với Honda Civic (66 chiếc) để giữ vững vị trí xe sedan Nhật Bản bán chạy thứ hai trên thị trường.

Đặc biệt, ở phân khúc xe bán tải, mặc dù chỉ có 2 phiên bản 2.2L và 3.2L nhưng mẫu xe BT-50 bất ngờ nổi lên là một ứng viên nặng ký. Trong tháng 3 vừa qua, doanh số bán của BT-50 đạt tới 171 chiếc, gấp đôi so với tháng trước và gấp 5 lần so với cùng kỳ năm 2013, vươn lên vị trí thứ 2 trong phân khúc.

Sự bùng nổ của 3 mẫu xe trên cùng với sự ổn định của Mazda 2 (68 chiếc), cộng với sự tăng trưởng mạnh của các mẫu xe nhập khẩu như Mazda 6 (43 chiếc) và CX-9 (25 chiếc), đã giúp Mazda có doanh số lên tới gần 700 chiếc trong tháng 3/2014. Tính chung quý I/2014, Mazda đã bán được 1.659 chiếc.

Với lợi thế là thương hiệu xe ô tô danh tiếng đến từ Nhật Bản, đang trên đà tăng trưởng và rất được khách hàng tin tưởng, chọn mua, ông Bùi Kim Kha - Giám đốc Khối kinh doanh xe Du lịch Thaco, TGD Thaco PC tự tin cho biết: “Để gia tăng doanh số trong năm 2014 cùng mục tiêu vươn lên vị trí thứ hai thương hiệu xe ô tô đến từ Nhật Bản có doanh số bán nhiều nhất, chúng tôi không chỉ phải tăng sản lượng sản xuất trong nước mà còn phải tăng thêm lượng nhập khẩu xe nguyên chiếc để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng. Dự kiến trong năm 2014, Vina Mazda sẽ bán khoảng 8.000 xe, tăng gấp đôi so với doanh số 2013”.

Đối với Kia, bên cạnh sản phẩm quen thuộc như Morning, Carens thì việc ra mắt New Sorento máy dầu cũng như Kia K3 đã giúp thương hiệu này có mức gia tăng doanh số đáng kể.



# THACO TAKES THE LEAD IN VAMA

Public Relations Department Of Thaco

## THACO TAKES THE LEAD IN VIETNAM'S AUTOMOBILE MARKET IN THE FIRST FOUR MONTHS OF 2014

According to the latest report of Vietnam Automobile Manufacturers' Association (VAMA), the total sales of the association's members reached over 10,000 vehicles in April 2014, in which Thaco's figure was 3,526 units (1,562 passenger cars and 1,964 commercial vehicles), equivalent to the increase of 6% compared with last month. This is the third month Thaco takes the lead continually in the market; simultaneously the company gets the first position in terms of the total sales of the first four months of 2014 thanks to the figure of 10,794 vehicles.

According to the latest report of the Vietnam Automobile Manufacturers Association (VAMA), the total sales in March, 2014 reached 9,313 vehicles (6,197 units of passenger car, 2,500 units of commercial vehicle, 616 units of other vehicles including vans and minibuses). This was the continuous 12th month in which the overall automobile sales figure of the industry increased compared to the same period last year.

Along with the policy on development, stable macroeconomic ratio, high growth in cash flow, the automobile sales volume is expected to continue well-growing in the forth-coming months. There will be a high increase in commercial vehicle sales figure; and the market tends to switch over its interest from heavy duty trucks, dumper trucks to medium duty trucks, dumper trucks and tractors. The total sales of passenger cars will rise in April due to the holidays of April 30 and May 1. VAMA continues to forecast that Vietnam will consume 120,000 automobiles in this whole year, which is an increase of 9% compared to 2013.

Thanks to a wide range of products (including trucks, buses and passenger cars), in March, 2014, the total sales of Thaco stood at 3,336 vehicles, accounting for 36% of market share and leading the automobile market (1,808 units of commercial vehicle, 1,528 units of passenger car). Particularly, Thaco Kia sold 852 passenger cars, occupying 9.1% of market share and being ranked the 2nd behind Toyota, increasing about 81% compared to February. The booming growth of Thaco Kia was also reflected by the total sales of the first three months in 2014 reaching 2,174 vehicles, 33% increase compared to the same period last year. Meanwhile, Vina Mazda brand under the possession of Thaco had a total sold vehicles standing at 676 units, accounting for 7.3% and rising to the 4th rank.

The strong growth of Thaco has partly resulted from the contribution of Mazda lineups which are manufactured, assembled and distributed by Thaco. The sales of Mazda in March was 676 vehicles, increasing by 230% compared to the same period last year, which made Mazda become the 2nd best-selling Japanese automotive brand in Vietnam's market. CX-5 was the model making the most important contribution to the impressive growth of Mazda (191



vehicles), approximately double in comparison with the previous month. The vehicle receives the latest design, a great deal of facilities and safety features, along with the fuel economy Skyactiv engine, which makes CX-5 more attractive to customers in Vietnam, similar to the success this model has gained in other worldwide markets.

When the total sales of CX-5 model always follows closely CR-V model, Mazda 3 in its segment reached a sales of 178 vehicles, nearly 3 times more than Honda Civic (66 vehicles) to be stable at the position of the second best-selling Japanese sedan in the market.

Especially, in the segment of pick-ups, although there are only two versions of 2.2L engine and 3.2L engine, BT-50 model suddenly stood out as a competitive adversary. In March, the sales figure of BT-50 reached 171 vehicles, a double of last month figure and 5 times more than the same period of 2013. This result helped the model be at the second position in the segment.

The above booming models along with the stability of Mazda 2 (68 vehicles), in combination with the strong growth of

imported models like Mazda 6 (43 vehicles) and CX-9 (25 vehicles), have helped Mazda to reach a total sales of around 700 vehicles in March, 2014. In general, Mazda sold out 1,659 vehicles in Q1/2014.

Thanks to the advantage of well-known automotive brand coming from Japan, being on the impetus of growth and getting customers' trust, Mr. Bui Kim Kha -Director of Passenger Car Division cum President of Thaco PC - had the confidence to say: "In order to boost the sales volume in 2014 along with the target to become the second best-selling Japanese automobile brand, we are required to increase not only the domestic production capacity, but also the volume of CBU vehicles to meet the increasing demand of customers. In 2014, Vina Mazda is expected to sell approximately 8,000 vehicles, a double compared to the figure in 2013".

In terms of Kia, apart from familiar products including Morning, Carens, the launch of diesel engine New Sorento as well as Kia K3 has helped the brand to achieve a remarkable growth in sales.



Ông Bùi Kim Kha - Giám đốc Khối kinh doanh xe Du lịch Thaco



MỤC TIÊU CỦA XE DU LỊCH THACO:  
**“NÂNG CAO THƯƠNG HIỆU,  
MỞ RỘNG HỆ THỐNG PHÂN PHỐI  
VÀ ĐA DẠNG SẢN PHẨM”**

Thanh Trà

**K Ế T**

**THÚC QUÝ I/2014, THACO  
BÁN RA TRÊN 3.800 XE DU LỊCH,  
TRONG ĐÓ, DÒNG XE KIA ĐẠT 2.174 CHIẾC,  
TĂNG 33% VÀ MAZDA ĐẠT 1.659 CHIẾC, TĂNG  
230% SO VỚI CÙNG KỲ NĂM NGOÀI. SỰ BÙNG NỔ  
CỦA 2 DÒNG XE CHIẾN LƯỢC MAZDA VÀ KIA ĐÃ  
ĐƯA THƯƠNG HIỆU XE DU LỊCH THACO NẦM  
TRONG TOP NHỮNG THƯƠNG HIỆU ÔTÔ BÁN  
CHẠY NHẤT CỦA HIỆP HỘI CÁC NHÀ  
SẢN XUẤT ÔTÔ VIỆT NAM  
(VAMA).**



*Cụm showroom xe du lịch Phú Mỹ Hưng*

**D**ối với các dòng xe thương hiệu Kia, bên cạnh các sản phẩm đã trở nên quen thuộc với người tiêu dùng Việt Nam nhiều năm qua như Kia Carens, Kia Morning... thì các sản phẩm mới như K3, New Sorento cũng nhận được sự yêu mến của khách hàng với doanh số ổn định trên 300 chiếc/tháng, góp phần quan trọng vào sự tăng trưởng của doanh số Kia trong quý I/2014.

Thương hiệu Mazda được xem là đã tạo sự bùng nổ tại thị trường Việt Nam với doanh số tăng trưởng ấn tượng qua các tháng trong quý I/2014 với 627 chiếc (tháng 1), 356 chiếc (tháng 2) và 676 chiếc (tháng 3), trở thành thương hiệu xe Nhật bán chạy thứ 2 tại thị trường Việt Nam. Trong đó, đóng góp quan trọng vào mức tăng trưởng của Mazda trong quý I là mẫu xe CX-5 với doanh số 505 chiếc; Mazda 3 là 469 chiếc, BT-50 là 337 và Mazda 2 là 205 chiếc. Riêng dòng xe nhập khẩu Mazda 6 và CX-9 tăng trưởng ổn định với doanh số trung bình 20 chiếc/tháng.

Ông Bùi Kim Kha - Giám đốc Khối kinh doanh xe du lịch Thaco, Tổng Giám đốc Thaco PC chia sẻ: "Kể từ sau Tết Nguyên Đán, thị trường ô tô có những dấu hiệu tích cực dẫn đến thị trường ô tô trong quý I/2014 tăng trưởng khoảng 50% so với cùng kỳ năm ngoái. Trong đó, dòng xe du lịch do Thaco sản xuất, lắp ráp và phân phối tăng trưởng mạnh mẽ với 80% so với cùng kỳ (2.141 chiếc). Trong quý

II/2014, Thaco đặt mục tiêu tăng trưởng của dòng xe du lịch (Kia, Mazda, Peugeot) tăng khoảng 10%".

Để đạt được mục tiêu đề ra, ông Kha cho biết, đối với dòng xe Kia, sẽ tập trung phát triển các mẫu xe thuộc thế hệ mới của Kia Motors như Kia K3, New Sorento, Sportage, Optima và mẫu xe cỡ nhỏ Kia Morning cũng như tăng cường thực hiện nhiều chương trình hỗ trợ cho khách hàng, ưu đãi giá dịch vụ, trang bị thêm nhiều phụ kiện tiện nghi theo xe; Đẩy mạnh hoạt động kinh doanh bán lẻ với các đối tác lớn, các cơ quan, doanh nghiệp nhằm đạt mục tiêu doanh số quý II trên 3.000 chiếc. Ở dòng xe Mazda, với mục tiêu đưa Mazda trở thành thương hiệu xe ô tô đến từ Nhật Bản có doanh số lớn thứ hai trên thị trường, hiện nay Vina Mazda không chỉ phải tăng sản lượng sản xuất trong nước, mà còn phải tăng lượng xuất khẩu xe nguyên chiếc sang thị trường Đông Nam Á, nhằm đẩy mạnh doanh số Mazda đạt trên 700 chiếc/tháng. Riêng với dòng xe cao cấp Peugeot, vì đây là thương hiệu mới vào thị trường nên mục tiêu trong năm 2014 là đẩy mạnh nhận diện thương hiệu Peugeot, tăng cường sản phẩm và mở rộng hệ thống phân phối tại thị trường Hà Nội, Tp. HCM cũng như xây dựng hệ thống dịch vụ - phụ tùng chuyên nghiệp và chất lượng. "Mục tiêu hàng đầu của dòng xe du lịch Thaco là nâng cao thương hiệu, mở rộng hệ thống phân phối, đa dạng sản phẩm. Đó là giá trị cốt lõi cho sự phát triển của dòng xe du lịch Thaco tại thị trường Việt Nam", ông Kha cho biết thêm.

Mr. Bui Kim Kha – Director of Passenger Car Division

**THE PURPOSES OF  
THACO'S PASSENGER  
CAR DIVISION  
ARE TO ENHANCE  
THE BRAND,  
ENLARGE THE  
DISTRIBUTION  
SYSTEM AND  
DIVERSIFY THE  
PRODUCTS**

Thanh Tra

AT THE END OF Q1/2014, THACO SOLD OUT MORE THAN 3,800 PASSENGER CARS, OUT OF WHICH KIA LINEUPS REACHED 2,174 UNITS, EQUIVALENT TO 33% INCREASE AND 1,659 MAZDA CARS WERE SOLD, INCREASING 230% COMPARED TO THE SAME PERIOD OF LAST YEAR. THE TWO BOOMING STRATEGIC MAZDA AND KIA LINEUPS HAVE HELPED THACO PASSENGER CAR BRAND BECOME ONE OF THE TOP BEST-SELLING AUTOMOTIVE BRANDS SELECTED BY THE VIETNAM AUTOMOBILE MANUFACTURERS ASSOCIATION (VAMA).

**KIA**

**Morning**

**RIO**

**K3**

**OPTIMA**

**CERATO**

**NEW CARENS**

**SPORTAGE**

**NEW SORENTO**
**MAZDA**

**Mazda 2**

**Mazda 3**

**CX-5**

**Mazda 6**

**CX-9**

**BT-50**
**PEUGEOT**

**RCZ**

**208**

**408**

**508**

**3008**

**5008**

**I**n terms of Kia cars, apart from the products familiar to Vietnamese consumers over the past years like Kia Carens, Kia Morning, etc., new products including K3, New Sorento also have received a great deal of attention from customers with a stable sales of over 300 units per month, having an important contribution to the growth of Kia's sales in Q1/2014.

Mazda brand has been considered to boom in Vietnam thanks to an impressive growth in sales through months of Q1/2014 with 627 units (in January), 356 units (in February) and 676 units (in March), becoming the second best-selling Japanese automotive brand in Vietnam's market. Mazda's growth in the first quarter have been made by CX-5 model with a total sales of 505 units; 469 units of Mazda 3, 337 units of BT-50 and 205 units of Mazda 2. Particularly, the imported Mazda 6 and CX-9 models have grown steadily with average sales of 20 units per month.

Mr. Bui Kim Kha –Director of Passenger Car Division cum President of Thaco PC shared his thoughts: "After Tet holiday, the automobile market has witnessed the positive signals resulting in a 50% increase of automobile market in Q1/2014 in comparison to the same period of last year. The passenger car lineups which are manufactured, assembled and distributed by Thaco have had a powerful increase by 80% compared to same period of last year (2,141 units). In QII/2014, Thaco sets a target of

increasing the sales of passenger cars (Kia, Mazda, Peugeot) by approximately 10%".

In order to achieve the planned objectives, Mr. Kha said that with respect to Kia lineups, Thaco would focus on developing the models of new generation produced by Kia Motors including Kia K3, New Sorento, Sportage, Optima and Kia Morning as well as boosting the numerous service programs for customers with favorable service fees and additionally comfortable accessories; Boosting the wholesale contracts with the important partners and corporate customers so as to reach a total sales of over 3,000 units in QII. Regarding Mazda lineups, for the purpose of helping Mazda become the second best-selling Japanese automotive brand in the market, not only does Vina Mazda now raise its domestic production capacity, but also increases the number of vehicles exported to Southeast Asia markets so that its sales volume could reach 700 units per month. Particularly, the 2014 targets of the premium automobile lineup Peugeot, which has been recently launched in the market, are to raise Peugeot brand awareness, diversify the products and extend the distribution networks across Hanoi, HCMC as well as set up professional and high-quality service networks. "The priorities of Thaco's passenger cars are to enhance the brand, enlarge the distribution system, and diversify the products. Those are the core values of the development of Thaco's passenger cars in Vietnam's market", added Mr. Kha.

# KIA BÌNH TÂN



## TRỞ THÀNH SHOWROOM KIA CHỦ LỰC CỦA KHU VỰC NAM BỘ

Uyên Nhã

SHOWROOM KIA BÌNH TÂN TỌA LẠC TẠI 309A KINH DƯƠNG VƯƠNG, AN LẠC, BÌNH TÂN, TP. HỒ CHÍ MINH, LÀ TUYẾN ĐƯỜNG KINH DOANH SẦM UẤT NHẤT CỦA QUẬN. VỚI VỊ TRÍ THUẬN LỢI VÀ ĐƯỢC ĐẦU TƯ XÂY DỰNG THEO CHUẨN KIA TOÀN CẦU, KIA BÌNH TÂN LÀ MỘT TRONG NHỮNG SHOWROOM KIA CHUYÊN BIỆT LỚN NHẤT TẠI TP. HỒ CHÍ MINH.



hính thức hoạt động ngày 21/06/2007, Kia Bình Tân còn là một trong những showroom kinh doanh dòng xe du lịch Kia ra đời đầu tiên trong chuỗi hệ thống showroom của Thaco. Năm 2012, Kia Bình Tân đã được xây dựng và tu bổ hoàn thiện, khách hàng khi tới showroom sẽ có cảm giác thoải mái trong không gian thiết kế mở thoáng đãng và sang trọng với hai tông màu chủ đạo trắng - đỏ, trải rộng trên diện tích 8.125 m<sup>2</sup>. Trong đó bao gồm khu trưng bày các dòng xe trẻ trung, hiện đại như Picanto, K3, Sorento, Rio, Sportage... và xưởng dịch vụ bảo trì được trang bị các thiết bị, công nghệ điện tử tiên tiến cùng khu vực kho bãi và lái thử xe.



Bên cạnh phát huy những thế mạnh về thương hiệu, chất lượng sản phẩm, dịch vụ, cơ sở vật chất... Showroom Kia Bình Tân còn chú trọng đào tạo đội ngũ nhân viên nhằm đảm bảo giá trị phục vụ hoàn hảo nhất đến khách hàng và khẳng định vị thế của Kia trên thị trường Việt Nam với đẳng cấp ô tô thế giới. Đến nay, đội ngũ tư vấn viên, kỹ thuật viên của Showroom Kia Bình Tân khoảng 70 người, được đào tạo bài bản và có tay nghề cao, tâm huyết với nghề và luôn nỗ lực không ngừng nhằm mang lại sự hài lòng cao nhất cho khách hàng.



Song song đó, Showroom Kia Bình Tân còn tổ chức các sự kiện ra mắt sản phẩm mới, chương trình Test Drive để quảng bá sản phẩm, hình ảnh thương hiệu, nâng cao hiệu quả kinh doanh tương xứng với tiềm năng thị trường và giúp khách hàng có những trải nghiệm sản phẩm thực tế. Với những nỗ lực không ngừng nhằm hoàn thiện về mọi mặt, đến nay, Showroom Kia Bình Tân đã tạo được những bước đi mạnh mẽ, vững vàng và trở thành một trong những showroom Kia kinh doanh hiệu quả nhất tại khu vực Nam bộ với doanh số trung bình khoảng 40 - 50 xe/tháng.



ói về định hướng phát triển trong năm 2014, ông Vũ Đức Anh - Phó Giám đốc Kia Bình Tân chia sẻ: "Trong tình hình thị trường ô tô Việt Nam đang cạnh tranh khốc liệt, Kia Bình Tân đặt mục tiêu trọng tâm là nâng cao nhận diện thương hiệu và thị phần tăng trưởng hơn 60% so với năm 2013; Đưa những dòng xe Kia mới, có sức cạnh tranh cao cả về tiện nghi cũng như chất lượng sản phẩm đến với khách hàng; Tiếp tục phát triển nguồn nhân lực chuyên môn cao, chuyên nghiệp, tận tình và dịch vụ hậu mãi hàng đầu, xứng đáng với vai trò là một trong những showroom chủ lực của Thaco Kia tại Khu vực Nam bộ".



# KIA BINH TAN

Officially operating since June 21st, 2007, Kia Binh Tan is also one of the first showrooms selling Kia passenger cars in Thaco's showroom system. Kia Binh Tan was constructed and renovated in 2012, where customers will experience a comfortable, commodious and luxurious space designed with two main colors (white and red), covering an area of 8.125 m2, including the display area of state-of-the-art lineups such as Picanto, K3, Sorento, Rio, Sportage, etc. and the workshop equipped with advanced technological electronic devices together with the warehouses and the test road.

In addition to promoting its brand's advantages, high quality of products, services and facilities, etc. Kia Binh Tan Showroom focuses on staff training to ensure perfect services provided to customers and affirm Kia's position in Vietnam's market as a worldwide auto brand as well. Up to now, Kia Binh Tan Showroom has hired about 70 sales consultants and technicians, who are well-trained and skillful, devoting and incessantly striving for creating customers' highest satisfaction.

Simultaneously, Kia Binh Tan Showroom has organized product launching events, Test Drive sessions in order to spread the products, brand name and enhance business figures corresponding to market potentials as well as help customers get practical experiences on the products.

With unstoppable efforts for improvements, until now, Kia Binh Tan Showroom has put its steady strong steps and become one of the most efficient Kia showrooms in the Southern region with an average sales around 40 - 50 vehicles per month.

Regarding the development orientation in 2014, Mr. Vu Duc Anh – Deputy Director of Kia Binh Tan shared: "In the fiercely competitive context of Vietnam's auto market, Kia Binh Tan has set goals which focus on enhancing brand recognition and increasing its market share by more than 60% compared to 2013; introducing to customers all-new Kia lineups with highly competitive advantages and quality; continuing developing experienced, professional, dedicated manpower resources and premier after-sales services, deserving to be one of the flagship showrooms of Thaco Kia in the Southern region".



# AIMS TO BECOME THE FLAGSHIP SHOWROOM IN THE SOUTHERN REGION

Uyen Nha



Binh Tan Kia Showroom is located at 309A Kinh Duong Vuong St., An Lac, Binh Tan District, Ho Chi Minh City – the most bustling business street of the district. Being well-located and well-invested in accordance with international Kia standards, Kia Binh Tan is one of the largest Kia showrooms in Ho Chi Minh City.

# MAZDA

## ĐẮK LẮK

VỚI MỤC TIÊU XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG VÀ LÂU DÀI CHO THỊ TRƯỜNG TÂY NGUYÊN, VINA MAZDA ĐÃ CHỌN CÔNG TY TNHH TRƯỜNG LINH LÀM ĐỐI TÁC CHUYÊN PHÂN PHỐI CÁC DÒNG SẢN PHẨM XE DU LỊCH MAZDA TẠI ĐẮK LẮK.

### NỖ LỰC PHỤC VỤ THỊ TRƯỜNG TÂY NGUYÊN

Ngọc Anh

Công ty TNHH Trường Linh thành lập vào năm 2004, khởi nghiệp trong lĩnh vực kinh doanh ô tô và phụ tùng ô tô đã qua sử dụng. Tháng 8/2011, Công ty Trường Linh trở thành cộng tác viên phân phối các dòng sản phẩm Mazda tại thị trường Đắk Lắk.

Nhằm mang đến những giá trị phục vụ cao nhất cho khách hàng khi mua xe, tháng 7/2013, Mazda Đắk Lắk đã đầu tư xây dựng showroom Mazda trên tổng diện tích hơn 2.000 m<sup>2</sup>, kinh phí đầu tư lên đến 15 tỷ đồng tại địa chỉ 38 Nguyễn Chí Thanh - TP. Buôn Mê Thuật và chính thức đi vào hoạt động từ tháng 01/2014. Mazda Đắk Lắk đạt tiêu chuẩn 3S của Mazda toàn cầu, bao gồm showroom bán hàng, xưởng dịch vụ với nhiều trang thiết bị máy móc hiện đại, kho bãi cùng đội ngũ tư vấn bán hàng chuyên nghiệp, đội ngũ kỹ thuật viên tận tình...

Với sự nỗ lực gia tăng doanh số và thị phần, nâng cao hình ảnh thương hiệu Mazda trên nhiều phương diện, sau gần 3 năm đi vào hoạt động, Mazda Đắk Lắk đã bán ra thị trường hơn 301 xe Mazda, trong đó Mazda 3 có doanh số cao nhất với 115 xe và hơn 1.800 lượt sửa chữa dịch vụ. Đây được coi là thành công bước đầu để giúp Mazda Đắk Lắk chinh phục những mục tiêu cao hơn.



Nhận định về thị trường, ông Phan Bá Linh - Giám đốc Mazda Đắc Lắc cho biết: "Những gì mà thiên nhiên đã ban tặng để có một Đắc Lắc trù phú, màu mỡ, kinh tế ngày càng phát triển giúp đời sống của người dân ngày càng được nâng cao thì nhu cầu về phương tiện đi lại phục vụ cho công việc, cuộc sống cũng ngày một tăng. Chúng tôi tự tin khẳng định rằng, Mazda Đắc Lắc sẽ mang đến cho khách hàng những tiêu chí phù hợp nhất về chất lượng, mẫu mã, chi phí đầu tư hợp lý để có một chiếc xe phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Với chúng tôi, thành công lớn nhất là được nhìn thấy hình ảnh những chiếc xe Mazda trẻ trung, thanh lịch tô điểm thêm cho cao nguyên Đắc Lắc."

Với mục tiêu doanh số đạt 250 xe trong năm 2014, chiếm 35% thị phần, Mazda Đắc Lắc đang nỗ lực để gia tăng doanh số bán hàng, luôn mang đến cho khách hàng những thông tin và sự tư vấn phù hợp nhất về sản phẩm, để mỗi khi khách hàng nhắc đến Mazda Đắc Lắc là nhắc đến sự tin yêu, chia sẻ và sự đồng hành, là nhắc đến thương hiệu gắn liền cùng sản phẩm Mazda trên mọi nẻo đường của Đắc Lắc.

WITH AIMING AT CONSTRUCTING A SUSTAINABLE AND LONG-TERM STRATEGY FOR THE HIGHLANDS MARKET, TRUONG LINH COMPANY, LTD. HAS BEEN CHOSEN AND AUTHORIZED BY VINA MAZDA TO BECOME A DISTRIBUTOR PARTNER SPECIALIZED IN MAZDA PASSENGER CAR LINEUPS IN DAK LAK.



## **MAZDA DAK LAK**

*STRIVES TO SERVE  
IN THE HIGHLANDS  
MARKET*

Ngoc Anh



**T**ruong Linh Company, Ltd. was founded in 2004, starting from the business of used automobiles and automotive spare parts. Since August, 2011, Truong Linh Company has become a collaborator dealership for Mazda products in the market of Dak Lak.

For the purpose of bringing the optimal services to customers purchasing vehicles, Mazda Dak Lak invested in the construction of a Mazda showroom in July, 2013 covering an area of over 2.000 m<sup>2</sup> with an investment budget up to 15 billion dongs, located at 38 Nguyen Chi Thanh - Buon Me Thuot City and officially put into operation in January, 2014. Mazda Dak Lak satisfies the 3S standards adopted by international Mazda, including: a sales showroom, a service workshop fully-equipped with modern equipment and machinery, warehouse and professional sales consultants, whole-hearted technicians, etc.

With the efforts to improve sales volume and market share, enhance the Mazda brand across all aspects, after nearly 3 years of operation, Mazda Dak Lak has sold more than 301 Mazda vehicles, out of which Mazda 3 obtained the highest sales figures with more than 115 vehicles and more than 1.800 times of repair service. That was considered to be a first-step success to help Mazda Dak Lak conquer higher targets.

With the market analysis, said Mr. Phan Ba Linh – Director of Mazda Dak Lak: “As a nature’s gift has been given and made Dak Lak becoming populous and rich, fertile with increasingly economic development, improving people’s living conditions, the more the demand for means of transport used for business and daily life. We do affirm that Mazda Dak Lak will create for the benefits of customers the most satisfactory criteria in



connection with quality, design, reasonable investment cost spent on an vehicle satisfactory to the customer’s needs. In our point of view, the greatest success is to contemplate youthful and graceful Mazda vehicles embellishing the Highlands Dak Lak.”

With a sales target of 250 vehicles in 2014, accounting for 35% market share, Mazda Dak Lak is striving to boost its sales volume, always provide customers with the most suitable information and consultancy with respect to a specific product, so that customers can be always reminded of the trustworthiness, share and fellowship of Mazda Dak Lak as well as the brand name closely attached to Mazda products operating across all the roads in Dak Lak.



# SHOWROOM PEUGEOT HÀ NỘI

Mai Hương

## SANG TRỌNG VÀ TIỆN NGHI

*VƯỢT QUA HÀNG LOẠT YÊU CẦU KHẮT KHE CỦA  
TẬP ĐOÀN PEUGEOT (PHÁP), THACO ĐÃ TRỞ  
THÀNH NHÀ SẢN XUẤT, LẮP RÁP VÀ PHÂN PHỐI XE  
PEUGEOT TẠI THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM. ĐÂY LÀ LẦN  
ĐẦU TIÊN MỘT THƯƠNG HIỆU XE CHÂU ÂU ĐƯỢC  
SẢN XUẤT, LẮP RÁP TẠI VIỆT NAM, MỞ RA MỘT  
CHUẨN MỰC MỚI CHO XE HƠI TẠI VIỆT NAM.*

**S**au nhiều năm vắng bóng trên thị trường Việt Nam, Peugeot đã trở lại và lập tức xác định mục tiêu số 1 là sự hài lòng của khách hàng với một chuẩn mực đẳng cấp mới. Khách hàng đến với Peugeot không chỉ được khám phá những mẫu xe sang trọng với công nghệ hiện đại, trải nghiệm cảm giác lái ấn tượng, mà còn được thụ hưởng trọn vẹn dịch vụ chăm sóc khách hàng toàn diện, đẳng cấp với sự hài lòng cao nhất. Sau 4 tháng kể từ khi ra mắt, Thaco đã nhanh chóng khai trương 7 Showroom Peugeot trên toàn quốc theo tiêu chuẩn toàn cầu của Peugeot, và dự kiến sẽ nâng lên 13 showroom vào cuối năm 2014.

Showroom Peugeot Hà Nội là một điểm nhấn cho sự trở lại lần này của Peugeot tại khu vực phía Bắc. Được xây dựng trên diện tích gần 1.000 m<sup>2</sup> theo tiêu chuẩn toàn cầu 3S (Sales - Service - Spare Parts), thiết kế Blue Box dạng hình khối với tông màu chủ đạo là xanh đậm, Showroom Peugeot Hà Nội mang phong cách sang trọng và nổi bật tại địa chỉ 132 Lê Duẩn, P. Nguyễn Du, Q. Hai Bà Trưng, Hà Nội với các hạng mục như: Khu trưng bày xe hiện đại, tiện nghi, sang trọng rộng gần 300 m<sup>2</sup> được bố trí khoa học tạo sự thoải mái cho khách hàng khi tới xem xe; Phòng chờ với đầy đủ thiết bị nghe nhìn; Không gian trưng bày nhiều

đồ lưu niệm có giá trị của thương hiệu Peugeot: Khu dịch vụ rộng 700 m<sup>2</sup> tại tầng 1 và 900 m<sup>2</sup> tại tầng 2, gồm các loại máy móc, trang thiết bị, hệ thống chẩn đoán theo tiêu chuẩn toàn cầu của Tập đoàn Peugeot; Công suất phục vụ sửa chữa tối đa của Xưởng dịch vụ Peugeot Hà Nội lên đến 30 lượt xe/ngày. Bên cạnh đó là sự chuyên nghiệp của đội ngũ nhân viên tư vấn bán hàng, dịch vụ, kế toán... khách hàng sẽ cảm thấy hoàn toàn hài lòng khi đến với Showroom Peugeot Hà Nội.



**N**gày 29/03/2014 tại Vĩnh Phúc, phòng kinh doanh Peugeot khu vực Bắc bộ (KVBB) phối hợp cùng SR Du lịch Vĩnh Phúc đã tổ chức lễ bàn giao 02 xe Peugeot 408 cho khách hàng Bùi Văn Thủy và Bùi Nguyên Ninh.

Theo những cảm nhận và đánh giá ban đầu của 2 khách hàng, xe Peugeot 408 hoàn toàn chinh phục khách hàng bởi kiểu dáng sang trọng, đẳng cấp châu Âu và đáp ứng đầy đủ nhu cầu sử dụng với những tiện ích ưu việt, đồng thời hai anh Bùi Văn Thủy và Bùi Nguyên Ninh cũng đánh giá cao công tác tư vấn cùng hoạt động lái thử xe đang được triển khai rộng rãi tại KVBB. Tại lễ bàn giao xe, ông Bùi Văn Thủy và Bùi Nguyên Ninh đã nhận chìa khóa và hoa chúc mừng từ ông Nguyễn Trung Kiên – PGĐ Peugeot KVBB.

Với việc bàn giao thành công 3 xe Peugeot 408 cho khách hàng trong ba tháng đầu năm 2014, THACO PC KVBB hiện đang đẩy mạnh công tác bán hàng, mở rộng thị trường thông qua các hoạt động marketing trực tiếp, đào tạo đội ngũ tư vấn bán hàng... để có thể nhanh chóng đáp ứng nhu cầu của khách hàng nhằm gia tăng doanh số và thị phần thương hiệu Peugeot tại các tỉnh, thành trực thuộc khu vực phía Bắc trong năm 2014.



# show

## LUXURIOUS AND CONVENIENT

Mai Huong

OVERCOMING A MASS OF SEVERE REQUIREMENTS OF PEUGEOT (FRANCE), THACO HAS BECOME A PEUGEOT MANUFACTURER AND DEALER IN THE VIETNAM'S MARKET. THIS IS THE FIRST TIME A EUROPEAN AUTOMOTIVE BRAND IS MANUFACTURED AND ASSEMBLED IN VIETNAM, CREATING AN ALL-NEW AUTOMOTIVE STANDARD IN VIETNAM.

After years of disappearance in Vietnam's market, Peugeot has returned and immediately determined its No.1 target which is the satisfaction from consumers with all-new premium standards. Consumers come to Peugeot not only to discover luxurious cars equipped with state-of-the-art technology, experience impressive driving feeling, but also enjoy comprehensive and premium guest services ensuring their highest satisfaction. After 4 months launching, Thaco has rapidly opened 7 Peugeot Showroom nationwide in accordance with international standards of the Peugeot dealerships, which are expected to increased up to 13 showrooms at the end of 2014.

Hanoi Peugeot Showroom is a landmark of the return of Peugeot in the Northern region. Being set up on an area of almost 1.000 m<sup>2</sup> complied with the 3S (Sales - Service - Spare Parts) standards applied to dealerships worldwide, based on a cube design adherent to Blue Box concept with the primary blue color. Hanoi Peugeot Showroom distinguished itself by an outstanding and opulent architecture located at 132 Le Duan, Nguyen Du Ward, Hai Ba Trung District, Ha Noi including the following areas: A modern, comfortable and luxurious



# HANOI PEUGEOT room

showroom on a surface area of nearly 300 m<sup>2</sup>, smartly layout to make consumers feel relaxed as they have look at their favorite cars; A waiting-room fully equipped with audio-visual devices; An area displaying many valuable souvenirs of Peugeot brand; Service centers with an area of 700 m<sup>2</sup> at floor 1 and another area of 900 m<sup>2</sup> at floor 2 equipped with machinery, equipment and diagnostic system complying with international standards by Peugeot; 30 vehicle counts stand for the optimal service and repair capacity of Hanoi Peugeot Centre. Moreover, the professional attitude of sales consultants, guest service officers, accounting staffs, etc. will make consumers completely feel satisfied when coming to Hanoi Peugeot Showroom.



On March 29th, 2014, two consumers named Bui Van Thuy and Bui Nguyen Ninh received 2 Peugeot 408 at a handover ceremony organized by the Sales department of Peugeot in Northern Vietnam in combination with Vinh Phuc Passenger Car Showroom in Vinh Phuc.

According to the first feelings and remarks of two consumers, Peugeot 408 has accomplished to conquer their heart by its luxurious design, European standards and fully satisfy their usage demands by its premium features. Besides, Mr. Bui Van Thuy and Mr. Bui Nguyen Ninh also highly appreciated consultant services and test drive activity extensively implemented in the Northern region. At the handover ceremony, Mr. Bui Van Thuy and Bui Nguyen Ninh received keys and flowers from Mr. Nguyen Trung Kien – Deputy Director of Peugeot in Northern Vietnam.

With the successful handover ceremony of 3 Peugeot 408 in the first three months of 2014, THACO PC in Northern Vietnam is now fostering sales figures, market extension by direct marketing activities, sales consultant training, etc. so as to able to rapidly satisfy consumers' demands to increase turnover and market share of the Peugeot brand in Northern provinces, cities in 2014.

# SHOW

## CHINH PHỤC KHÁCH HÀNG BẰNG TIỆN NGHI VÀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ HÀNG ĐẦU

Mai Hương



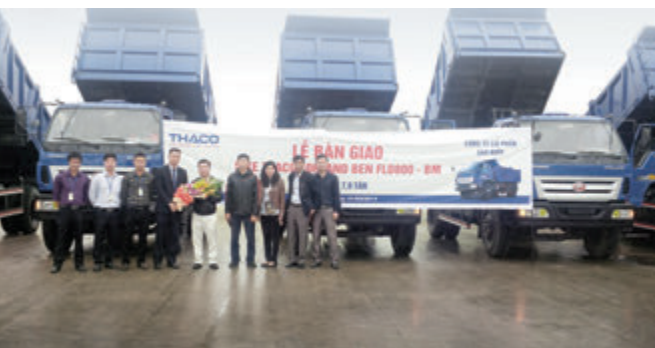
**N**ăm 2011, trước tốc độ phát triển kinh tế và nhu cầu tiêu thụ xe thương mại ngày càng lớn tại thị trường Quảng Ninh, Thaco đã kịp thời có mặt và giới thiệu đến người dân vùng mỏ những sản phẩm và dịch vụ xe thương mại mang thương hiệu Thaco với uy tín về chất lượng sản phẩm và dịch vụ ô tô đã được khẳng định tại Việt Nam. Các sản phẩm xe thương mại và dịch vụ của Thaco đã nhanh chóng được đông đảo khách hàng tại Quảng Ninh tin tưởng lựa chọn. Năm 2013, thị phần xe thương mại Thaco chiếm 28% tại Quảng Ninh, điều này đã tạo động lực cho Thaco trong việc nỗ lực để đem lại những giá trị cao nhất cho khách hàng.

Với phương châm chất lượng tiên phong, dịch vụ hoàn hảo nhằm cung cấp đến khách hàng những sản phẩm và dịch vụ đi kèm một cách thuận tiện nhất, đồng thời đem đến một không gian mua sắm chuyên biệt nhiều tiện ích. Năm 2013, Thaco đã quyết định đầu tư xây dựng mới Showroom Hạ Long trên tổng diện tích 2500 m<sup>2</sup>, gồm hai hạng mục showroom trưng bày có diện tích 880 m<sup>2</sup> và khu xưởng dịch vụ với cơ sở hạ tầng hiện đại, tiện nghi, trang thiết bị đồng bộ theo tiêu chuẩn showroom thương mại Thaco.

# ROOM

## HẠ LONG

“NHẪM ĐẨY MẠNH KHAI THÁC THỊ TRƯỜNG VÙNG ĐÔNG BẮC BỘ VÀ GIA TĂNG GIÁ TRỊ PHỤC VỤ KHÁCH HÀNG TẠI THỊ TRƯỜNG TỈNH QUẢNG NINH, TỪ THÁNG 02/2014, THACO ĐÃ CHÍNH THỨC KHAI TRƯƠNG VÀ ĐƯA VÀO HOẠT ĐỘNG SHOWROOM HẠ LONG TẠI KHU ĐỊNH CƯ ĐÔNG GA HẠ LONG, PHƯỜNG BÃI CHÁY, TP. HẠ LONG. ĐÂY LÀ VỊ TRÍ KHÁ THUẬN LỢI CHO HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CÙNG NHƯ QUẢNG BÁ, NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU THACO.”



Tại đây trưng bày nhiều mẫu xe thương mại như: xe tải, xe ben xe đầu kéo... tải trọng 500kg đến 18 tấn mang thương hiệu Thaco Towner, Thaco Forland, Thaco Ollin, Thaco Aumark, Thaco Auman, Thaco Frontier, Thaco Hyundai; Các sản phẩm xe khách thương hiệu Thaco Bus gồm: bus ghế ngồi 25 - 29 chỗ, 35 - 39 chỗ, 47 chỗ, City bus B40/45, B60, B80, xe giường nằm Thaco Mobihome... Trong đó cơ sở vật chất hiện đại và chất lượng dịch vụ là hai tiêu chí được showroom đặt lên hàng đầu để gia tăng lợi thế cạnh tranh, nhằm nâng cao giá trị khách hàng tại thị trường Quảng Ninh và các khu vực lân cận. Bên cạnh đó là đội ngũ nhân viên tư vấn bán hàng năng động, nhiệt huyết, được đào tạo bài bản theo quy trình chuyên nghiệp, sẽ đem lại sự hài lòng cao nhất cho khách hàng.

Chỉ sau thời gian ngắn đi vào hoạt động, Showroom Hạ Long đã ký kết hợp đồng đầu tiên là lô 5 xe Thaco FLD800-BM với Công ty cổ phần Sao Biển (Vosa Quảng Ninh) - Tập đoàn lớn kinh doanh trong lĩnh vực vận tải biển và đang sử dụng rất nhiều loại xe ben tại Quảng Ninh. Vào ngày 01/03/2014, lễ bàn giao xe đã được tổ chức long trọng tại showroom với sự tham gia của ông Trần Phương Đông - Phó Giám đốc Vosa Quảng Ninh và ông Nguyễn Văn Lân, Giám đốc Showroom Hạ Long. Ngay sau khi lễ bàn giao lô 5 xe Thaco FLD800-BM kết thúc, Vosa Quảng Ninh cũng đã ký kết tiếp Hợp đồng lô 5 xe FLD800 bùng liền. Đây là tín hiệu vui, mở đầu cho hoạt động kinh doanh hiệu quả của Showroom Hạ Long nói riêng và Thaco nói chung trong chiến lược mang tới sự hài lòng tối đa cho khách hàng với sự phong phú về sản phẩm, chế độ dịch vụ tiện lợi và thái độ phục vụ chuyên nghiệp.

# HA LONG SHOWROOM

*WINS  
CONSUMER'S  
HEART BY  
CONVENIENCE  
AND LEADING  
SERVICE  
QUALITY*

Mai Huong



IN ORDER TO FOSTER THE NORTHEAST MARKET OF VIETNAM AND ENHANCE CUSTOMER SERVICE VALUE IN QUANG NINH PROVINCE, THACO OFFICIALLY OPENED ITS HA LONG SHOWROOM SINCE FEBRUARY 2014 IN THE URBAN AREA DONG GA HA LONG, BAI CHAY WARD, HA LONG CITY, WHICH IS THE GOOD LOCATION FOR BUSINESS ACTIVITIES AS WELL AS BROADCASTING AND IDENTIFICATION ACTIVITIES OF THACO BRAND.



**I**n 2011, dealing with the economic growth and the increasing demand for commercial vehicles in the market of Quang Ninh, Thaco timely introduced to the local citizens the commercial vehicle products and services under Thaco brand, whose prestige of product and service quality had been affirmed in Vietnam. Commercial vehicles and services provided by Thaco have been rapidly trusted and chosen by many consumers in Quang Ninh. In 2013, the market share of Thaco commercial vehicles occupied 28% in Quang Ninh, which resulted in Thaco's motive for creating the highest values for consumers.

With the company's motto focusing on quality and perfect services to provide consumers with products and additional services conveniently, as well as to establish a specific shopping center full of services and facilities, in 2013, Thaco determined to invest in the construction of Ha Long Showroom covering an area of 2,500 m<sup>2</sup>, including a display area of 880 m<sup>2</sup> and a workshop equipped with modern infrastructure and facilities, synchronous equipment complying with Thaco's commercial vehicle showrooms.

The showroom displays a great deal of commercial vehicles including dump trucks, dumpers, container trucks, etc. whose loads from 500kg to 18 tons under the brands of Thaco Towner, Thaco Forland, Thaco Ollin, Thaco Aumark, Thaco Auman, Thaco Frontier, Thaco Hyundai; Buses under Thaco Bus brand consisting of 25 to 29-seater bus, 35 to 39-seater bus, 47-seater bus, City bus B40/45, B60, B80, Thaco Mobi-home sleeping bus, and so on in which the modern facilities and service quality are the showroom's two priorities to enhance its competitive advantages for improving the customers' level in the market of Quang Ninh and surroundings. In addition, the dynamic enthusiastic salespersons who are well-trained under professional procedures contribute to consumers' highest satisfaction.

After its short time of operation since the opening, Ha Long Showroom entered into its first contract of 5 Thaco FLD800-BM products with Vosa Quang Ninh – a prestigious corporation trading in ocean transport which has a great demand of dumpers in Quang Ninh. On March 1st, 2014, a delivery ceremony was formally organized at the showroom with the participation of Mr. Tran Phuong Dong – Deputy Director of Vosa Quang Ninh and Mr. Nguyen Van Lan – Ha Long Showroom's Director. Right after the ceremony, Vosa Quang Ninh continued to sign another contract of 5 FLD800 products with irremovable tailboard. This is a cheerful signal starting the efficient business of Ha Long Showroom in particular and Thaco in general under the new strategy to create consumers' highest satisfaction by a wide range of products, convenient services and professional manner.



## NHÀ MÁY LINH KIỆN NHỰA

VỚI MỤC TIÊU GIA TĂNG TỈ LỆ NỘI ĐỊA HÓA CÁC DÒNG XE, KHẲNG ĐỊNH CHẤT LƯỢNG, UY TÍN, THƯƠNG HIỆU ÔTÔ TẠI VIỆT NAM, THACO ĐÃ ĐẦU TƯ XÂY DỰNG NHÀ MÁY LINH KIỆN NHỰA TẠI KHU PHỨC HỢP SẢN XUẤT & LẮP RÁP ÔTÔ CHU LAI - TRƯỜNG HẢI. ĐÂY LÀ NHÀ MÁY SẢN XUẤT LINH KIỆN PHỤ TÙNG NHỰA LỚN NHẤT ĐƯỢC THACO ĐẦU TƯ QUY MÔ, ÁP DỤNG CÔNG NGHỆ SẢN XUẤT TIỀN TIẾN VÀ HIỆN ĐẠI. NHÀ MÁY ĐI VÀO HOẠT ĐỘNG ĐÃ GÓP PHẦN TẠO RA NHỮNG SẢN PHẨM NHỰA ƯU VIỆT, TẠO ĐỘNG LỰC THÚC ĐẨY NGÀNH CÔNG NGHIỆP PHỤ TRỢ PHÁT TRIỂN.

GÓP PHẦN  
NÂNG CAO TỶ LỆ  
NỘI ĐỊA HÓA  
ÔTÔ THACO

Phạm Hạnh



Nhà máy Linh kiện Nhựa thành lập vào tháng 2/2012, được xây dựng ở vị trí Kho Ngoại quan số 1 thuộc KCN Cơ khí Ô tô Chu Lai - Trường Hải trên diện tích 6.000 m<sup>2</sup>, bao gồm: Khu văn phòng điều hành, trung tâm RD và phòng thí nghiệm, nhà xưởng sản xuất, khu thành phẩm...

Nhà máy đi vào hoạt động đánh dấu bước phát triển của Thaco trong quá trình nghiên cứu, ứng dụng những linh kiện phụ tùng mới bằng nhựa có nhiều tính năng ưu việt thay thế cho linh kiện phụ tùng bằng vật liệu kim loại trên các dòng xe do Thaco sản xuất. Với công suất được thiết kế khoảng 5.000.000 sản phẩm/năm, Nhà máy Linh kiện Nhựa chuyên sản xuất các chi tiết nội, ngoại thất xe khách, chi tiết ghế bằng nhựa, chi tiết nhựa xe tải, lướt gió xe tải và đặc biệt là sản xuất cản trước và cản sau của xe du lịch Kia K3... Đây là sản phẩm chỉ có Thaco sản xuất tại Việt Nam tính tới thời điểm hiện nay. Sản phẩm của nhà máy được sản xuất đồng đều về chất lượng cũng như hình dạng, có độ chính xác cao với biên dạng phức tạp đáp ứng các chi tiết linh kiện cần cho dòng xe bus, xe tải và xe du lịch do Thaco sản xuất và được xuất khẩu sang Malaysia, Nga và các nước trong khu vực.

Các dây chuyền sản xuất của nhà máy nhựa được trang bị các thiết bị hiện đại tự động, bán tự động nhập khẩu từ nước ngoài như: dây chuyền ép phun nhựa có công suất 250 tấn, 400 tấn và 3200 tấn. Đặc biệt, máy ép phun 3200 tấn với kích thước 5x5x15m, trị giá một

triệu Euro là loại máy ép phun nhựa lớn nhất Việt Nam hiện nay.

Bên cạnh các dây chuyền nhập khẩu, Nhà máy linh kiện Nhựa còn đầu tư các dây chuyền sản xuất do Thaco tự thiết kế và lắp đặt như: dây chuyền chân không nhựa, dây chuyền chân không composite, dây chuyền lăn tay composite, dây chuyền màng phức hợp, dây chuyền phun PU khuôn kín, dây chuyền sản xuất tấm cách nhiệt xe đông lạnh... Năm 2014, Thaco sẽ chủ động cung ứng các linh kiện phụ tùng Nhựa cho các nhà máy lắp ráp tại KPH Chu Lai và xuất khẩu sang các nước trong khu vực, đồng thời nghiên cứu trên 10 sản phẩm nhựa mới để đáp ứng nhu cầu sản xuất của Thaco và xuất khẩu.

Sự ra đời của Nhà máy Linh kiện Nhựa đã tạo bước ngoặt lớn cho ngành công nghiệp sản xuất linh kiện phụ tùng ô tô của Việt Nam nói chung và Thaco nói riêng, giải quyết được tình trạng thiếu linh kiện phụ tùng trong sản xuất. Đây cũng là chiến lược phát triển nguồn linh kiện phụ tùng cho các dòng xe do Thaco sản xuất trong thời gian tới, đáp ứng nhu cầu gia tăng tỷ lệ nội địa hóa sản phẩm các dòng xe trên 40%, giảm chi phí sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm, chủ động trong kế hoạch sản xuất và cung cấp linh kiện cho các dòng xe ô tô tại Việt Nam góp phần khẳng định giá trị thương hiệu ô tô Việt Nam.

# *PLASTIC SPARE PARTS FACTORY*

CONTRIBUTES TO  
ENHANCE THE  
AUTOMOBILE  
LOCALIZATION RATE  
IN THACO

Pham Hanh

FOR THE PURPOSE OF INCREASING THE LOCALIZATION RATE OF VEHICLE LINEUPS, AFFIRMING THE QUALITY, PRESTIGE OF AUTOMOTIVE BRAND NAME IN VIETNAM, THACO HAS INVESTED IN THE CONSTRUCTION OF THE PLASTIC SPARE PARTS FACTORY LOCATED AT THE CHU LAI - TRUONG HAI AUTOMOBILE MANUFACTURING AND ASSEMBLY COMPLEX. THIS IS THE LARGEST-SCALE PLASTIC SPARE PARTS FACTORY INVESTED BY THACO AND PROVIDED WITH ADVANCED AND STATE-OF-THE-ART MANUFACTURING TECHNOLOGY. THE FACTORY PUT INTO OPERATION HAS CONTRIBUTED TO PRODUCE OPTIMUM PLASTIC PRODUCTS, WHICH HAS FOSTERED THE DEVELOPMENT OF SUPPORTING INDUSTRY.



**T**he Plastic Spare Parts Factory was established in February, 2012, located at the Bonded Warehouse No. 1 belonging to the Chi Lai - Truong Hai Automobile Mechanical Industrial Zone on an area of 6.000 m<sup>2</sup>, including: Management office, RD center and laboratory, manufacturing workshops, finished-products area, etc.

The factory's operation marked Thaco's development in the process of researches, application of newly plastic spare parts with preeminent features in replacement of metal spare parts and accessories used for vehicles produced by Thaco. With a production capacity of approximately 5.000.000 units per year, the Plastic Spare Parts Factory is specialized in the manufacture of interior , exterior features for coaches, plastic seat features, plastic parts for trucks, roof fairings for trucks and especially front and rear panels for the passenger car Kia K3, etc. The latter has been manufactured only by Thaco in Vietnam so far. All products made by the factory have a consistent quality and design, high accuracy with a complex contour satisfactory to parts required for buses, trucks and passenger cars manufactured by Thaco and exported to Malaysia, Russia and other regional countries.

Production lines of the plastic factory are equipped with modern and automatic/ semiautomatic devices imported from abroad including: plastic injection molding line with a capacity of 250 tons, 400 tons and 3200 tons. Especially, the plastic injection molding machine weighted 3200 tons of dimensions 5x5x15m, worth one million Euro is the largest one in Vietnam nowadays.



Especially, the plastic injection molding machine weighted 3200 tons of dimensions 5x15m, worth one million Euro is the largest one in Vietnam nowadays.

**I**n addition to imported lines, the Plastic Spare Parts Factory has also invested in production lines designed and mounted by Thaco such as: plastic vacuum line, composite vacuum line, composite manual rolling machine, complicated laminating roll machine, enclosed PU paint injection molding machine, production line for insulation panels of freezers, etc. In 2014, Thaco will take the initiative to provide plastic spare parts for assembly factories at the Chu Lai Complex, which will be at once exported to countries in the region, and do researches on more than 10 all-new plastic products to meet production demands of Thaco and export.

The establishment of the Plastic Spare Parts Factory marked a great turning-point of the automotive spare parts manufacturing industry in Vietnam generally and Thaco privately, able to settle out the deficiency in spare parts and accessories in production. That is also a strategy on development of spare parts and accessories for Thaco's vehicle lineups in the future, satisfying the demand for boosting the localization of vehicle lineups up to more than 40%, reducing production cost, enhancing product quality, taking the initiative in manufacturing schedules and supplying spare parts for vehicle lineups in Vietnam, contributing to affirm Vietnam's automotive brand values.

Diễn viên HIẾU HIỀN

# “*CHIẾC XE* *THỜI TRANG* quan trọng hơn *QUẦN ÁO THỜI TRANG*”

UYÊN NHẢ

SINH RA VÀ LỚN LÊN TẠI TP. HỒ CHÍ MINH, LÀ CON TRAI ÚT CỦA CỔ NGHỆ SĨ KIM NGỌC VÀ NGHỆ SĨ ĐỨC LANG, HIẾU HIỀN ĐẾN VỚI NGHỆ THUẬT THEO KIỂU “MẸ TRUYỀN CON NỔI”. ĐƯỢC THỪA HƯỞNG DÒNG MÁU NGHỆ SĨ TỪ BỐ MẸ DÙ KHÔNG SỞ HỮU MỘT CHIỀU CAO LÝ TƯỞNG HAY VẺ ĐẸP THU HÚT NHƯNG CÁCH DIỄN XUẤT CHÂN THẬT CỦA HIẾU HIỀN ĐỂ ĐI VÀO LÒNG KHÁN GIẢ. NGOÀI DIỄN VIÊN, ANH CÒN BÉN DUYÊN VỚI NGHỀ MC QUA CÁC CHƯƠNG TRÌNH NHƯ: “ÔNG KÍNH HẬU TRƯỞNG”, “TAXI MAY MẮN”, “VƯỢT QUA THỬ THÁCH”...

Một buổi chiều giữa tháng 4, Hiếu Hiền đã cùng gia đình nhỏ của mình đến Showroom Kia Nguyễn Văn Trỗi lựa chọn chiếc xe phục vụ cho nhu cầu đi lại. Ngoài đời, Hiếu Hiền toát lên vẻ chân thật, dễ gần và hài hước như chính anh trên phim. Dù lịch làm việc khá bận rộn, anh vẫn dành cho Auto Thaco thời gian trò chuyện về mẫu xe mà anh yêu thích - Sportage và những dự định sắp tới.



**Hiện có khá nhiều dòng xe trong phân khúc crossover, vì sao anh lại chọn Kia Sportage?**

Hiếu Hiền đã thích các dòng xe của Kia từ lâu, ban đầu là chiếc Kia Morning, sau đó là Sorento. Nhưng sau một thời gian tìm hiểu, cân nhắc thì chiếc Kia Sportage hoàn toàn thuyết phục Hiền bởi những tính năng hiện đại, vóc dáng thể thao, nhỏ gọn cùng những đường nét linh hoạt, năng động rất hợp với mình.

Hiếu Hiền chọn Kia Sportage một phần là qua lời giới thiệu của một người anh em, ca sĩ Lâm Hùng. Lâm Hùng tư vấn chiếc xe chạy rất êm và khá là tiện dụng. Nhìn Lâm Hùng lái chiếc Sportage rất phong cách và sang trọng nên Hiếu Hiền đã đưa ra quyết định cuối cùng. Với Hiếu Hiền, chiếc xe thời trang quan trọng hơn quần áo thời trang. (Anh cười sáng khoái).

**Kia Sportage sẽ giúp anh thuận tiện hơn trong công việc chứ?**

Do đặc thù công việc không cố định một chỗ, nên chiếc xe trở thành phương tiện đi lại tất yếu của Hiếu Hiền. Bên cạnh đó, lịch làm việc khá dày đặc, thời gian dành cho gia đình không nhiều nên Hiếu Hiền đi diễn ở đâu cũng muốn dẫn vợ con theo. Bé Hiếu Nhân giờ cũng đã cứng cáp, Hiền muốn gia đình nhỏ của mình có thêm nhiều khoảng thời gian vui vẻ, gắn bó với nhau và vợ con có thể hiểu công việc của mình hơn.

Nghĩ đến việc sau những giờ phút mệt mỏi ở trường quay, Hiếu Hiền lại có thể thoải mái thư giãn với gia đình nhỏ của mình trong không gian rộng rãi, tiện nghi của chiếc Kia Sportage thì thật hạnh phúc. Chiếc Sportage mới này sẽ giúp Hiếu Hiền hưng phấn, nhiệt huyết hơn với công việc và yên tâm chăm sóc gia đình.

**Anh có thể chia sẻ với bạn đọc Auto Thaco về những dự định sắp tới trong sự nghiệp của mình không?**

Hiếu Hiền vẫn tiếp tục theo đuổi sự nghiệp diễn xuất của mình. Nhưng trong thời gian tới, Hiền đang nhắm đến việc đầu tư vào lĩnh vực bất động sản, kinh doanh nhà cửa, căn hộ cao cấp. Hiền tại tất cả vẫn đang còn nằm trong dự định của Hiếu Hiền và những người bạn cùng đầu tư. Khi nào kế hoạch rõ ràng Hiền sẽ bật mí nhé!

**Cảm ơn Hiếu Hiền đã dành thời gian cho Auto Thaco.**

**Chúc anh thành công hơn trong sự nghiệp diễn xuất và đạt được những dự định của mình trong thời gian sắp tới.**

ACTOR HIEU HIEN

# “A STYLISH CAR IS MORE important than FASHIONABLE CLOTHES”

UYEN NHA

BORN AND GROWN UP IN HO CHI MINH CITY, THE YOUNGEST CHILD OF THE LATE ARTIST KIM NGOC AND ARTIST DUC LANG, HIEU HIEN HAS SUCCEEDED HIS PARENTS TO JOIN THE WORLD OF ACTING. DESPITE NOT POSSESSING IDEAL HEIGHT OR HANDSOMENESS, HIEU HIEN INHERITS THE ARTISTIC TRADITION FROM HIS PARENTS ALONG WITH HIS SINCERE ACTING EASY TO TOUCH THE AUDIENCE'S SOUL. APART FROM ACTING, HE ALSO ACTS AS A MASTER OF CEREMONIES FOR TELEVISION PROGRAMS LIKE “BACKSTAGE CAMERA” (ÔNG KÍNH HẬU TRƯỜNG), “LUCKY TAXI” (TAXI MAY MẮN), “OVERCOMING OBSTACLES” (VƯỢT QUA THỬ THÁCH), ETC.

In the afternoon in mid-April, Hieu Hien and his family came to Nguyen Van Troi Kia Showroom to buy a car for the purpose of travelling. Out of the stage, Hieu Hien looked sincere, sociable and had sense of humor just like himself on movies. Although he was quite occupied with his work, he still spend time to have a conversation with Auto Thaco upon his favorite automobile model - Sportage and up-coming intentions.





**There are now many automobile lineups in the crossover segment but why Kia Sportage is your favorite choice?**

Hieu Hien has been interested in Kia automobile lineups for long, starting with Kia Morning, and then Sorento. However, after careful learning and consideration, Kia Sportage has completely conquered and satisfied Hien because of its modern features, sportive and compact design as well as flexible and dynamic outline.

Hieu Hien chose Kia Sportage partly from a friend's recommendation – singer Lam Hung. It was advised by Lam Hung that the car operated smoothly and quite user-friendly. When seeing Lam Hung driving a stylish and luxurious Sportage, I finally came to make up my mind. In the opinion of Hieu Hien, a stylish car is more important than fashionable clothes. (He laughed cheerfully).

**Will Kia Sportage make your business much easier?**

Due to frequently travelling for work, a car becomes my essential means of transport. Moreover, because my relatively bustling working schedule limits my time spending with family, I always take along my wife and son to my performances. My son Hieu Nhan is growing up now and I want my family to have extra time together happily which can help my family understand much more about my job.

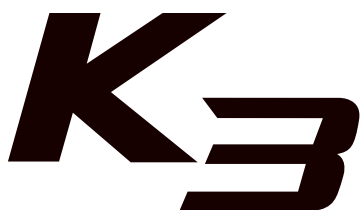
Just thinking about how happy I am to freely take a rest with family in a spacious and comfortable Kia Sportage after hard-working hours at a film studio. The new Sportage will make Hieu Hien more excited and enthusiastic in work and feel secure to take care of my family.

**Could you share with Auto Thaco readers about your future intentions regarding the acting career?**

Hieu Hien will continue to pursue the acting career. However, in the up-coming time, Hien intends to make investment in real estate, business of housing, high-end apartments. At present, all is under the intention of Hieu Hien and friends. The plan will be disclosed when ready!

**Thank you Hieu Hien for your time with Auto Thaco.**

**We would like to wish you more successes in your acting career and fulfill your future intentions.**



**ĐẠT DOANH SỐ  
TRÊN 1.200 XE  
SAU 5 THÁNG  
XUẤT HIỆN**

Mai Thi

**KIA K3**, MẪU XE NẰM TRONG ĐỊNH VỊ “**CÔNG NGHỆ MỚI - ĐẲNG CẤP MỚI**” CỦA KIA VỪA LẬP NÊN KỲ TÍCH VỚI HƠN 1.200 XE BÁN RA CHỈ SAU **5 THÁNG** XUẤT HIỆN. ĐÂY LÀ MẪU XE NẰM TRONG CHUỖI K SERIES CỦA KIA MOTORS TOÀN CẦU ĐANG ĐƯỢC ĐÁNH GIÁ LÀ **DẪN ĐẦU CẢI TIẾN CÔNG NGHỆ TRONG PHÂN KHÚC C**.



## **NGOẠI THẤT**

### **cuốn hút**

Sở hữu vẻ ngoài đậm chất thể thao, năng động hiện đại theo phong cách châu Âu với các đường dập nổi tinh tế chạy dọc thân xe và cụm đèn LED DRL tích hợp gương cầu mang lại hiệu suất ánh sáng tối ưu. K3 còn cuốn hút người đối diện ngay từ cái nhìn đầu tiên bởi hệ thống đèn chào thông minh bật sáng ngay sau khi xe mở cửa.



## **NỘI THẤT** hoàn hảo, tiện nghi

K3 có không gian nội thất rộng rãi, sang trọng với đầy đủ tiện nghi. Trong đó, buồng lái được trang bị đầy đủ các tính năng hiện đại như ghế chỉnh điện 10 hướng, nhớ 2 vị trí ghế (phiên bản 2.0), hệ thống 6 loa cao cấp cho chất lượng âm thanh hoàn hảo. Với K3, khách hàng còn thoải mái như đang ở nhà nhờ màn hình cảm ứng 8 inch, điều hòa tự động 2 vùng độc lập với hệ thống lọc khí bằng ion... Đặc biệt, hệ thống vô lăng 3 chế độ lái tùy chọn: thoải mái, thể thao và thông thường và chế độ chạy ga tự động (cruise control) sẽ giúp người lái được trải nghiệm nhiều điều thú vị đến bất ngờ.

Không chỉ có tiện nghi dẫn đầu phân khúc, K3 còn có hệ thống an toàn được trang bị đầy đủ các chức năng bảo vệ tối đa người lái và người ngồi trên xe như hệ thống camera lùi, hệ thống chống bó cứng phanh ABS, cân bằng điện tử ESP, hệ thống ổn định thân xe VSM, hỗ trợ khởi động ngang dốc HAC, 2 túi khí phía trước, nhắc bảo dưỡng, hệ thống túi khí, dây đai, tựa đầu thông minh, hệ thống hỗ trợ đỗ xe, hệ cảm biến giúp kiểm soát hành trình khi có chướng ngại vật...

# VẬN HÀNH

**manh mẽ**

K3 sử dụng động cơ Nu 2.0L MPI và Gamma 1.6L MPI kèm với hộp số sàn và hộp số tự động 6 cấp cho công suất 128 mã lực và 159 mã lực. Ngoài ra, sản phẩm được trang bị hệ thống van biến thiên thông minh kép (Dual CVVT) giúp tăng khả năng đốt cháy hỗn hợp khí, nhiên liệu, dẫn đến tăng công suất động cơ, tiết kiệm nhiên liệu và lực truyền đến các bánh xe không bị gián đoạn ngay cả khi đang chuyển số, giúp vận hành mượt mà êm ái. Nhờ vậy, K3 có thể đạt tốc độ tối đa là 205 km/h nhưng mức tiêu hao nhiên liệu chỉ ở mức 6,6 lít/100km.

Ngoài những ưu thế vượt trội trên, K3 còn được giới chuyên môn nhận xét là có mức độ rung động và tiếng ồn thấp nhất phân khúc C hiện nay. K3 hiện có 4 phiên bản: 3 sedan và 1 hatchback với nhiều gam màu trẻ trung, bắt mắt để khách hàng lựa chọn.

Tự hào về chất lượng của K3, Thaco Kia đặt cách chế độ bảo hành đặc biệt lên tới 3 năm cho mẫu xe này mà không giới hạn số km. Chế độ bảo hành này hiện ngang với các mẫu xe sang có xuất xứ từ châu Âu.

## KIA MORNING/PICANTO VÀ KIA FORTE/K3 GIÀNH GIẢI VÀNG

### “CHIẾC XE OFFERS ĐƯỢC YÊU THÍCH NHẤT 2013”

Cuộc bình chọn “Chiếc xe Offers yêu thích nhất 2013” diễn ra từ ngày 16/01 đến hết 25/01/2014 do diễn đàn Otofun tổ chức đã thu hút 6.927 lượt bình chọn, 140.000 lượt xem và 2.260 lượt bình luận về chương trình và mẫu xe được đánh giá. Kết thúc chương trình, Kia Morning/Picanto (Phân khúc xe cỡ nhỏ giá rẻ) và Kia Forte/K3 (Phân khúc xe Sedan cỡ nhỏ) là 2 trong 7 chiếc xe đứng đầu các phân khúc đã giành được giải vàng. Đại diện Thaco Kia, ông Lại Quang Huy - Giám đốc THACO PC Khu vực Bắc bộ đã nhận giải thưởng và kỷ niệm chương từ ban tổ chức chương trình.



KIA K3, THE CAR MODEL BEING IN ITS POSITIONING STRATEGY "NEW TECHNOLOGY - NEW CLASS" BY KIA HAS RECENTLY BROKEN RECORDS WITH MORE THAN 1.200 VEHICLES SOLD ONLY AFTER 5 MONTHS OF LAUNCHING. THIS MODEL BELONGS TO K SERIES MANUFACTURED BY GLOBAL KIA MOTORS, BEING EVALUATED TO TAKE THE LEAD OF TECHNOLOGY IMPROVEMENTS IN THE C SEGMENT.

# **K3 HAS REACHED A TURNOVER OF OVER 1.200 VEHICLES**

**After** 5 MONTHS OF  
LAUNCHING

| Mai Thi



## ATTRACTIVE EXTERIOR

Receiving a bold sportive, dynamic and modern exterior following European style with sophisticated prominent lines along the body and LED DRL lamp clusters integrated with curved mirrors producing premium lighting efficiency, K3 also attracts customers at first glance by smart greeting lamps lighting right after opening the car door.

## STRONG OPERATION

K3 is equipped with Nu 2.0L MPI and Gamma 1.6L MPI engines together with manual 128hp gearbox and automatic 159hp 6-speed gearbox reaching correlatively 128hp and 159hp capacity. Moreover, the model is installed with dual continuous variable valve timing (Dual CVVT) enhancing the combustion of gas mixture, fuel, resulting in increasing engine capacity, fuel economy and uninterrupted driving force towards wheels even when changing speed, ensuring smooth operation. Therefore, K3 can reach maximum speed at 205 km/h while consuming only 6.6 liters of fuel per 100km.

Except the above outstanding features, it is also reviewed by specialists that K3 causes the lowest vibration and noise in the C segment nowadays. K3 now offers 4 versions: 3 sedans and 1 hatchback with a series of youthful and eye-catching colors for customers' choice.

Taking pride in K3 quality, Thaco Kia offers a special warranty policy up to 3 years for the model without any distance limit. This warranty policy is now equivalent to luxurious Europe original car models.

## PERFECT AND COMFORTABLE INTERIOR

K3 offers a spacious and luxurious interior fit with all amenities. The cabin is sufficiently equipped with latest features such as 10-way power driver seats with 2 memory seat positions (version 2.0), 6 high-class speakers ensuring perfect acoustic quality. Driving K3, customers feel comfortable as being at home thanks to 8 inch touch screen, dual-zone independent climate control with ionizing air filtration, etc. Especially, the steering wheel with three driving mode options: comfort, sport and normal and cruise control will offer drivers many interestingly surprising experiences.

Not only possess the leading facilities in the segment, K3 is also fit with a safety system equipped all premium secure features for drivers and passengers including rear camera, anti-lock brake system ABS, electronic stability program ESP, vehicle stability management VSM, hill-assist control (HAC), 2 front airbags, maintenance reminder, system of airbag, seat belts, smart seat head supports, parking assist system, sensors controlling itinerary against obstacles, etc.

## KIA MORNING/PICANTO AND KIA FORTE/K3 WIN THE 1st POSITION IN "THE MOST FAVOURITE OFERS CAR 2013" AWARD

### The poll of "The most favourite Ofers car 2013"

Award which was held by Otofun forum from 16th January to 25th January 2014 attracted 6,927 votes, 140,000 page views and 2,260 comments about the award as well as the competitors. Finally, Kia Morning/Picanto (Cheap subcompact segment) and Kia Forte/K3 (Compact sedan segment) were 2 out of 7 cars which were on top of every segment. Mr. Lai Quang Huy – Director of Thaco PC in the Northern region – was Thaco Kia's representative to receive the prize and medal from the award's organizers.

# MAZDA CX-5 “ĐỊNH VỊ” XU HƯỚNG MỚI CHO NGƯỜI SỬ DỤNG ÔTÔ

Thanh Trà



*SỰ TRỞ LẠI CỦA THƯƠNG HIỆU MAZDA VÀ XUẤT HIỆN CỦA  
MẪU CX-5 HOÀN TOÀN MỚI ĐÃ NHANH CHÓNG LÀM NÓNG THỊ  
TRƯỜNG XE THỂ THAO ĐA DỤNG TẠI VIỆT NAM, GIÚP NGƯỜI  
TIÊU DÙNG CÓ THÊM LỰA CHỌN MỚI TRONG PHÂN KHÚC CUV.*

### **Sôi động thị trường**

Ở thời điểm năm 2011, khi Mazda CX-5 chưa xuất hiện, tổng doanh số bán của hai mẫu xe chiếm thị phần lớn nhất trong phân khúc xe lai thể thao đa dụng (CUV) là Honda CR-V và Ford Escape chỉ dừng lại ở con số khiêm tốn khoảng 1.800 xe/năm, (trung bình chỉ khoảng 150 xe/tháng).

Khi mẫu xe Mazda CX-5 hoàn toàn mới xuất hiện cùng với mẫu xe Honda CR-V đã khiến cho thị trường xe CUV tại Việt Nam trở nên sôi động chưa từng thấy, tổng doanh số phân khúc này của VAMA năm 2013 vừa qua đã lên tới trên 4.200 xe, mức doanh số trung bình lên tới 350 chiếc/tháng.

Năm 2013 vừa qua, chúng kiến sự bùng nổ ngoạn mục của Mazda CX-5 với doanh số gần 1.250 chiếc, tăng gấp đôi so với năm 2012. Sự bùng nổ này không chỉ giúp Mazda CX-5 nhanh chóng trở thành một đối thủ nặng ký nhất của các sản phẩm trong cùng phân khúc mà còn giúp người tiêu dùng có thêm sự lựa chọn mới có giá trị tại Việt Nam.

Năm 2014 này hứa hẹn một cuộc đua song mã đầy thú vị giữa CR-V và CX-5 khi hai tháng đầu năm, CR-V có doanh số hơn 460 chiếc, trong khi CX-5 cũng nỗ lực với mức trên 310 chiếc, chưa kể khá nhiều khách hàng đang chờ được giao xe. Đà tăng trưởng ngoạn mục của mẫu xe này trong hơn 2 năm xuất hiện tại Việt Nam và hứa hẹn sẽ tiếp tục bùng nổ trong thời gian tới.

### **Thế mạnh của thiết kế và động cơ**

Bên cạnh lợi thế mới xuất hiện như một làn gió mới thổi vào thị trường thì những thế mạnh nội tại của CX-5 từ thiết kế, trang bị và tiện nghi đã làm tiền đề cho sự tăng trưởng ngoạn mục của mẫu xe này trong hơn 2 năm xuất hiện tại Việt Nam và hứa hẹn sẽ tiếp tục bùng nổ trong thời gian tới.

Sở hữu ngôn ngữ thiết kế KODO - ngôn ngữ mới nhất của Tập đoàn Mazda Nhật Bản, CX-5 nhanh chóng tạo ra sự khác biệt, phá cách. Nhờ ngôn ngữ thiết kế mới nên CX-5 tạo dấu ấn thông qua cảm giác như đang chuyển động mặc dù xe vẫn đứng yên. Cùng với đó, khách hàng còn được sở hữu cả sự sang trọng, tiện nghi của xe sedan và sự đa dụng thể thao của dòng xe SUV.

Không chỉ có thiết kế ấn tượng, CX-5 còn sở hữu một động cơ hiện đại mà nhiều hãng xe khác mong muốn - động cơ SkyActiv với tỷ số nén vô địch 13:1 dành cho một động cơ xăng. Sở hữu dung tích 2.0 lít SkyActiv DOHC, 4 xi lanh này sản sinh công suất cực đại 155 mã lực tại vòng tua 6.000 vòng/phút, mô-men xoắn cực đại 203Nm tại 4.000 vòng/phút, đi kèm hộp số tự động 6 cấp tiêu chuẩn. Theo thông số công bố của Mazda Nhật bản, mức tiêu hao nhiên liệu của xe CX-5 khoảng 6.4L/100km.

### **Tiện nghi sang trọng, an toàn cao cấp**

Mazda CX-5 được trang bị ghế da cao cấp, điều hòa tự động 2 vùng, vô lăng bọc da tích hợp điều khiển âm thanh, ghế lái chỉnh điện, tay lái điều chỉnh 4 hướng, ghế sau gập 6:4. Bên cạnh đó, hệ thống âm thanh CX-5 ghi điểm với dàn hệ thống âm thanh 9 loa của Bose tinh tế, màn hình cảm ứng 5.8 inch đặt chính giữa bảng tap-lô đi kèm đầu đọc CD/MP3/Radio cùng cổng cắm AUX/USB. Các phím điều khiển màn hình đa thông tin tích hợp ngay trên vô-lăng cùng hệ thống kết nối Bluetooth và điều khiển bằng giọng nói Voice Control...

Về các thiết bị an toàn cho xe, CX-5 được đánh giá cao hàng đầu trong phân khúc xe thể thao đa dụng nhờ trang bị hệ thống chống bó cứng phanh ABS, hệ thống phân bổ lực phanh điện tử EBD, hệ thống cân bằng điện tử DSC, 2 túi

khí phía trước và 4 túi khí bên hông xe, dây đai an toàn 3 điểm kèm theo hệ thống cảnh báo. Hệ thống đèn Bi-xenon với tính năng tự điều chỉnh góc sáng khi vào cua, đèn chạy ban ngày, đèn sương mù phía trước, cánh chuồn tích hợp đèn phanh lắp trên cao, gạt mưa tự động, hệ thống rửa đèn trước tự động, gương chiếu hậu ngoài chỉnh điện và gập điện có tích hợp đèn báo rẽ... Nhờ hàng loạt trang bị an toàn, CX-5 đạt điểm an toàn tối đa ở các cuộc thử nghiệm va chạm bên hông và đặc biệt đã nhận được giải "Xe an toàn hàng đầu" do Viện Bảo hiểm An toàn giao thông Mỹ (IIHS) bình chọn năm 2013.

Với nhiều thế mạnh về thiết kế, trang bị và động cơ hiện đại, CX-5 hứa hẹn sẽ tiếp tục thăng hoa tại thị trường Việt Nam, điều mà mẫu CUV này đã làm rất tốt khi trở thành mẫu xe bán chạy nhất của Tập đoàn Mazda trên thị trường thế giới.



# MAZDA CX-5 TO DEFINE A NEW CONSUMPTION TREND

Thanh Tra |

*THE RETURN OF MAZDA BRAND  
AND THE INTRODUCTION OF ALL-  
NEW MAZDA CX-5 HAVE RAPIDLY  
STIRRED UP THE CROSSOVER  
UTILITY VEHICLE MARKET IN  
VIETNAM, OFFERING CUSTOMERS  
AN ADDITIONAL CHOICE FOR THE  
CUV SEGMENT.*



### **Stirring up the market**

In 2011, when CX-5 has not yet been launched, the total sales of the two automotive models including Honda CR-V and Ford Escape, which held the largest market share of the crossover utility vehicle (CUV) segment, modestly reached only around 1,800 vehicles per year (around 150 vehicles per month on average).

However, the introduction of Mazda CX-5 together with Honda CR-V has stirred up the CUV market in Vietnam more than ever before. The total turnover of VAMA achieved by this segment reached over 4,200 vehicles, on the average up to 350 vehicles per month.

The year of 2013 witnessed the stunning breakthrough of CX-5 whose revenue was close to 1,250 vehicles, a double figure compared to 2012. Such breakthrough has not only rapidly turned CX-5 into the most formidable opponent against the same segment products, but also given consumers an additional valuable choice in Vietnam.



2014 promises an exciting race between CR-V and CX-5 starting from the first two months of the year when CR-V has achieved the turnover of 460 vehicles and CX-5 sales has strived to reach over 310 vehicles, excluding a great deal of consumers waiting for product delivery. This growth impetus has driven Vina Mazda's confidence in its 2014 sales target of up to 3,000 vehicles.

### **Strengths in both design and engine**

In addition to the advantage of late launching as a new breeze to the market, inherent strengths of CX-5 including design, equipment and facilities have been the premise of the spectacular growth of this model over the past 2 years in Vietnam and promised a continuous booming in near future.

Receiving the latest KODO design language from Japan's Mazda Group, CX-5 has immediately distinguished itself, broken the old and fairly monotonous design of Japan's vehicles in general. The latest design language has helped CX-5 create its hallmark due to the feeling of motion even when the vehicles stand still. Moreover, consumers also can experience the luxury and comfort of a sedan and the sportive utility of an SUV at once.

Apart from its impressive design, CX-5 is equipped with a state-of-the-art engine desired by other automakers - Skyactiv engine with its invincible pressure ratio 13:1 of a petrol engine. This 2.0-litre 4-cylinder Skyactiv DOHC engine generates 155hp of maximum power at the point of 6,000rpm, 203Nm of maximum torque at 4,000rpm, along with a standard automatic 6-speed gearbox. According to Mazda Japan, CX-5 consumes about 6.4L of fuel per 100km.

### **Opulent amenities, high-class security**

The vehicle's interior is equipped with high-class leather seats, dual-zone automatic air-conditioning, leather 4-way adjustable steering wheel integrated with audio control, power adjustable driver's seat, 6:4 foldable rear bench. In addition, sound system of CX-5 wins the point thanks to 9 sophisticated Bose speakers, 5.8 inch touch screen in the center of the dashboard along with CD/MP3/Radio player and AUX/USB port. Control keys of the multi-information display are integrated on the steering wheel together with Bluetooth connectivity and Voice Control system, etc.

In terms of the car's safe system, CX-5 is highly evaluated to be on top of the crossover utility segment resulting from being equipped with anti-lock brake system ABS, electronic brakeforce distribution, dynamic stability control DSC, 2 front airbags and 4 side airbags, 3-point seat belts and warning system. Bi-xenon lamp system is able to self-adjust lighting corners when turning, daylight running lamps, foggy headlights, sporty rear spoiler with HMSL, automatic windshield wipers, automatic headlight cleaners, electrically adjustable, retractable outer mirror with LED repeated lamp, etc. Due to a mass of safety facilities, CX-5 achieved maximum safety score in side-impact crash tests and especially won the "Top Safety Pick" award of the Insurance Institute for Highway Safety in 2013.

With a lot of strengths in design, equipment and modern engine, CX-5 is engaged to continue booming at Vietnam's market, which this CUV model has well achieved and become the best-selling auto model manufactured by Mazda Corporation in worldwide market.

# THACO KIA GIỚI THIỆU **NEW SORENTO 2014**

Mai Thi

SÁNG NGÀY 15/03/2014, GẦN 100 LÃNH ĐẠO CÁC CƠ QUAN TRUYỀN THÔNG BÁO, ĐÀI VÀ PHÓNG VIÊN TRÊN CẢ NƯỚC ĐÃ ĐẾN THAM DỰ CHƯƠNG TRÌNH “HỌP BÁO GIỚI THIỆU NEW SORENTO 2014” TẠI KHU PHỨC HỢP SX&LR Ô TÔ CHU LAI - TRƯỜNG HẢI (QUẢNG NAM). TRONG CHƯƠNG TRÌNH, CÁC PHÓNG VIÊN ĐÃ THAM GIA TEST DRIVE NEW SORENTO 2014 NGAY TẠI CÁC CUNG ĐƯỜNG THỬ CỦA KPH CHU LAI - TRƯỜNG HẢI ĐỂ TRỰC TIẾP LÁI VÀ CẢM NHẬN NHỮNG TÍNH NĂNG NỔI TRỘI CỦA SẢN PHẨM.



# **SORENTO 2014**

## *KHẮNG ĐỊNH PHONG CÁCH ĐỈNH CAO*



**L**à mẫu xe thứ 2 trong định vị “Công nghệ mới - Đẳng cấp mới” của KIA tại thị trường Việt Nam. New Sorento 2014 với những cách tân mạnh mẽ về thiết kế, động cơ và các tính năng mới hứa hẹn sẽ mang đến sự hấp dẫn hơn cho phân khúc SUV đang sôi động.

### **Ngoại thất hoàn toàn mới**

Ngoại thất của New Sorento 2014 được thiết kế mới hoàn toàn với những đường gân nổi trên thân xe tạo nên một khối thống nhất đầy tính thể thao và hiện đại. Lưới tản nhiệt hài hòa hơn với cụm đèn trước do được mạ crôm xung quanh và được vuốt mảnh hơn, càng tôn thêm sự tinh tế và khác biệt cho vẻ bề ngoài cá tính lịch lãm của New Sorento 2014. Cụm đèn sương mù có thêm một đèn góc hoạt động theo tín hiệu xi-nhan giúp tăng khoảng sáng khi đánh lái và vận hành vào ban đêm.

Với thiết kế mới, thân xe được hạ thấp 10mm (còn 1.700 mm) giúp cho xe vận hành ổn định hơn, tạo cảm giác vững chãi. Ở phần đuôi xe, cản sau của New Sorento được thiết kế lớn hơn để tăng thêm sự mạnh mẽ của mẫu SUV đa dụng. Đặc biệt với cụm đèn sau dạng LED được thiết kế hài hòa duyên dáng theo dạng uốn lượn tăng thêm sự sang trọng và hiện đại của mẫu xe này. Bộ vành đúc 18 inch tạo nét cá tính, thể thao của dòng xe SUV.

### **Nội thất tiện nghi, sang trọng**

New Sorento 2014 với hàng ghế thứ 2 và thứ 3 được nới rộng mang đến không gian nội thất thông thoáng và rộng rãi, các tính năng ưu việt và chi tiết đều được bọc da, mạ crôm và giả gỗ một cách tinh xảo giúp New Sorento dẫn đầu trong phân khúc SUV về sự sang trọng.



Hệ thống lái hoàn hảo với bộ điều khiển trung tâm hiện đại màn hình LCD 7-inch kiểu TFT và cần số được thiết kế thẳng đứng, giúp người lái dễ dàng thao tác và truy cập nhanh mọi thông tin khi đang vận hành xe.

New Sorento được trang bị hầu hết các tiện nghi hàng đầu ở một mẫu xe sang như cửa sổ trời toàn cảnh (panorama); bộ không khí bằng ion; hệ thống điều hòa tự động với 2 vùng lạnh; hệ thống ghế lái chỉnh điện 10 hướng có nhớ 2 vị trí; vô lăng tích hợp điều chỉnh âm thanh và giải trí; DVD tích hợp định vị toàn cầu GPS có kết nối Bluetooth Aux/USB/iPod... New Sorento 2014 còn được trang bị hệ thống hỗ trợ đỗ xe PAS (Parking Assistant System) với cảm biến trước/sau và Camera lùi hiển thị trên màn hình DVD giúp đỗ xe an toàn và phát hiện nhanh các vật cản thông qua hình ảnh và âm thanh.

### **Thân xe cứng cáp, vận hành vững chãi**

Thân xe New Sorento 2014 cứng cáp và chắc khỏe hơn với những tấm thép có độ cứng lớn hơn 18% so với phiên bản trước, cho khả năng hấp thụ lực và phân tán lực giúp giảm thiểu tối đa các hư hỏng khi va chạm.

New Sorento 2014 có hệ thống treo trước ứng dụng damper phụ hình chữ H chống lại hiện tượng kéo xe về một phía, giúp xe vận hành ổn định, chạy thẳng và vững chãi hơn. Không chỉ tăng độ cứng, vững và cải thiện rung động, hệ thống treo sau đa điểm của New Sorento 2014 với damper phụ hình H và ứng dụng công nghệ giảm chấn hiệu suất cao HPD (High-performance dampers) còn giúp xe vận hành êm dịu, thoải mái và tối ưu hóa hoạt động của lốp xe trên mặt đường.

### **Động cơ mạnh mẽ, tiêu hao nhiên liệu thấp**

Với hệ thống phun nhiên liệu thế hệ 3 (CRDi) giúp động cơ đạt được công suất lớn, tiết kiệm nhiên liệu đồng thời giảm thiểu khí thải và độ ồn. New Sorento tự tin dẫn đầu phân khúc về mặt tiết kiệm nhiên liệu (Máy dầu 6,7 lít/100km và máy xăng 8,8 lít/100km). Đặc biệt động cơ máy dầu (Diesel 2.2LCRDi) có thể cho tốc độ tối đa lên đến 190 km/h. Với hộp số tự động 6 cấp, New Sorento 2014 còn sang số êm dịu hơn các mẫu xe trong cùng phân khúc.





### **Trang bị an toàn đầy đủ**

Liên tục nằm trong top 10 mẫu xe của năm tại Mỹ và Châu Âu, được đánh giá là mẫu xe có nhiều giá trị tổng thể tốt nhất trong phân khúc SUV, vì thế hệ thống an toàn của New Sorento được trang bị khá hoàn hảo. Theo đó, bên cạnh thân xe được thiết kế vững chắc với những tấm thép có độ cứng cao cho khả năng hấp thụ lực và phân tán lực tốt giúp giảm thiểu tối đa hư hỏng khi va chạm, New Sorento còn được trang bị đầy đủ các hệ thống an toàn như: Cân bằng điện tử ESP, hệ thống ga tự động, chống bó cứng phanh ABS, camera hiển thị trên màn hình DVD, cảm biến hỗ trợ đỗ xe trước/sau và 6 túi khí (2 túi khí trước, 2 túi khí bên hông của ghế trước và 2 túi khí rèm chạy dài từ nóc trước đến nóc ghế sau), tăng 4 túi khí so với phiên bản trước...

Hiện New Sorento 2014 đã có mặt tại các showroom của Thaco Kia trên toàn quốc với giá bán 998 triệu đồng và chế độ bảo hành lên đến 3 năm (tương ứng 100.000 km). Thaco Kia hy vọng New Sorento 2014 sẽ được khách hàng ưa chuộng và lựa chọn trong phân khúc SUV.



# THACO KIA TO LAUNCH 2014 New Sorento

Mai Thi

In the morning of march 15th, 2014, over 80 nationwide media companies' leaders and reporters participated in "2014 new sorento launching press conference" at chu lai truong hai complex (quang nam). During the conference, the reporters participated in the 2014 new sorento test drive taking place on test roads of the complex in order to experience outstanding features of the product by themselves.

## 2014 NEW SORENTO - TO AFFIRM HIGH- CLASS STYLE

To be the second car model in the positioning strategy "New technology – New class" by KIA in Vietnam market, thanks to remarkable innovations in design, engine and new features, 2014 New Sorento is expected to be create more attractions for the growing SUV segment.





### **ABSOLUTELY NEW EXTERIOR**

The exterior design of 2014 New Sorento is completely new with the prominent lines on the body, creating a consistently modern and sportive block. Radiator grille is designed in harmony with headlights owing to being chrome-plated and thinned, enhancing the delicacy and predominance of 2014 New Sorento's elegant exterior. Fog lamps are integrated with an additional corner lamp operating in accordance with turn signals to increase light area when turning or driving at night.

In the new design, the body is lowered by 10mm to 1.700 mm for more stable operation and sense of solidity. The car's bumper attached the rear-most end is larger to increase SUVs' specific forceful appearance. Especially, the charming wavy LED tail lamps make this model more opulent and modern. 18 inch alloy wheels contribute to the specific and sportive appearance of SUVs.

### **COMFORTABLE AND LUXURIOUS INTERIOR**

With the widened distance between the 2nd and the 3rd seat rows, 2014 New Sorento provides more commodious interior space while optimal features and skillfully leather-covered, chrome-plated and faux wood decorated parts raise New Sorento to the first rank in the SUV segment regarding term of luxury. The perfect driving system along with the state-of-the-art steering remote control with a integrated 7-inch TFT LCD and the vertical gearstick help drivers easily operate and immediately access any information when driving. New Sorento is equipped with almost leading features of luxury cars including panorama windows, air ionizer, digital dual-zone automatic air-conditioning, 10-way power adjustable driver's seat with 2-position driver memory, steering remote control, GPS-integrated DVD player with Bluetooth Aux/USB/iPod connectivity, etc. 2014 New Sorento is also equipped with PAS (Parking Assistant System) and front & rear parking sensors, rear view camera displaying on DVD screen for the purpose of safe parking and immediate detection of obstacles by images and sound.



### **STRONG BODY, STABLE OPERATION**

2014 New Sorento body is stronger and more rigid thanks to 18% harder steel plates compared to the previous version, which are able to absorb and disperse force to diminish collision damage.

2014 New Sorento's front suspension which applies H-shaped auxiliary beam so as to prevent the car concentrating on one side, helping the car operate more stably and keep straight. In addition to the improvements in strength, stability and vibration, the multi-link rear suspension of 2014 New Sorento with an H-shaped auxiliary beam and applied high-performance dampers (HPD) technology also ensure the smooth and comfortable operation of the car as well as to optimize the tire's traction on roads.

### **POWERFUL ENGINE, LOW FUEL CONSUMPTION**

The 3rd generation common rail direct fuel injection (CRDi) helps the engine not only to get high capacity, save fuel, but also minimize gas emissions and noise. New Sorento has the confidence in its leading-position in the segment in terms of fuel saving (6.7 litres/100km to diesel engine and 8.8 litres/100km to petrol engine). Especially, the diesel engine (Diesel 2.2LCRDi) can reach a maximum speed up to 190 km/h. The six-speed automatic gear box in 2014 New Sorento guarantees much more smooth transmission in comparison with other models of the same segment.

### **SUFFICIENT SAFETY FEATURES**

Continuously being ranked among the year's top 10 automotive models in USA and Europe, being highly evaluated as the model having many of the best overall values in SUV segment, New Sorento is equipped with almost perfect safety system. According to that, beside the body with harder steel plates which are able to absorb and disperse active force to diminish collision damages, New Sorento is also equipped with sufficient safety features such as electronic stability program ESP, auto cruise control, anti-lock brake system ABS, camera displaying on DVD screen, front/rear parking sensors and 6 airbags (2 front airbags, 2 front-seat side airbags and 2 curtain airbags from front seats to back ones), adding 4 airbags compared to the old version, etc.

2014 New Sorento is now available at Thaco Kia showrooms in the country with the price of VND998 million and up-to-3-year warranty (equivalent to 100.000 km). Thaco Kia hopes that 2014 New Sorento will be the favorite choice in SUV segment of customers.





# PEUGEOT 408

## *MẪU SEDAN SANG TRỌNG CỦA PHÁP*

Thanh Trà



Peugeot 408 là một trong những mẫu xe phát triển ở thị trường châu Mỹ và châu Á của Tập đoàn Peugeot. Tại thị trường châu Á, Peugeot 408 ra mắt đầu tiên tại Bắc Kinh vào năm 2010, nhanh chóng tạo sức hút và cạnh tranh với các thương hiệu xe hơi châu Âu với doanh số bán tăng trưởng liên tục. Tại Việt Nam, Peugeot 408 được Thaco giới thiệu vào cuối năm 2013 và nhận được nhiều sự quan tâm của người tiêu dùng. Sự trở lại của thương hiệu Peugeot với mẫu xe Peugeot 408 mang tới cho người tiêu dùng thêm lựa chọn mới về thương hiệu xe châu Âu tại Việt Nam.



Peugeot 408 thuộc phân khúc sedan cỡ trung, với kích thước dài x rộng x cao (4.688 x 1.815 x 1.525), chiều dài cơ sở là 2.710 mm, khoảng sáng gầm xe 142 mm, trọng lượng không tải là 1.425 kg, dung tích bình nhiên liệu là 60L, khoang hành lý 562L và lốp xe 215/50R17. Ngoại thất Peugeot 408 toát lên vẻ sang trọng, lịch lãm nhờ thiết kế kiểu khí động học với những đường gân nổi bật chạy dọc trên thân xe kết hợp với cụm đèn pha halogen tự động, đèn LED hiện đại, gương chiếu hậu ngoài chỉnh điện tích hợp đèn báo rẽ, chức năng đèn thông minh Follow me home và mâm đúc hợp kim nhôm 17 inch...

Peugeot 408 sở hữu không gian nội thất rộng rãi, sang trọng với các trang thiết bị công nghệ và tiện nghi như: Ghế da, điều hòa tự động 2 vùng độc lập, ngăn làm mát phía trước, vô lăng điều chỉnh 4 hướng, hàng ghế sau gập 60/40 và tựa đầu điều chỉnh độ cao... Ngoài ra, xe còn có tất cả cửa sổ điện một chạm với chức năng an toàn chống kẹt, hệ thống âm thanh điều chỉnh từ xa và hệ thống giải trí DVD + định vị toàn cầu GPS, bản đồ Vietnam, 6 loa kết hợp Bluetooth, cổng cắm USB...

Dưới nắp ca-pô, Peugeot 408 được trang bị động cơ 2.0L máy xăng, loại 4 xilanh thẳng hàng, 16 van DOHC, CVVT, sử dụng hộp số tự động 6 cấp, công suất cực đại 139 mã lực/6.000 vòng/phút, mô men xoắn 200 Nm/4.000 vòng/phút. Hệ thống khung gầm trước độc lập kiểu MacPherson và sau thanh xoắn, cơ cấu lái trợ lực thủy lực điện.

Peugeot 408 được trang bị đầy đủ chức năng an toàn bao gồm hệ thống chống bó cứng phanh ABS, hệ thống cân bằng điện tử ESP, hệ thống hỗ trợ lực phanh khẩn cấp, 6 túi khí...

Peugeot 408 is classified into the segment of medium-sized sedans, of dimensions 4.688 x 1.815 x 1.525 (length - width - height), with 2.710 mm wheel base, 142 mm minimum ground clearance, 1.425 kg curb weight, 60L fuel tank, 562L boot space and 215/50R17 wheel tyres. The exterior design of Peugeot 408 stays focused on the luxury and gracefulness resulting from a aerodynamic design with outstanding lines along the car body in combination with automatic halogen headlight clusters, state-of-the-art LED lamps, electrically adjustable mirror with repeated lamp, intelligent lighting function "Follow me home" and 17 inch alloy wheels, etc.

Peugeot 408 receives a spacious, premium interior well-fitted with technological equipment and features including: Leather-seats, digital dual zone auto air conditioning, glove box cooling, 4-way

adjustable steering wheel, rear seats foldable 60/40 and adjustable head-rest, etc. Furthermore, the vehicle is also fully-equipped with one-touch electric front and rear windows with anti-pinch safety, remote-controlled audio system and DVD player + GPS, Vietmap feature, 6 speakers combined with Bluetooth, USB port, etc.

Under the capot, Peugeot 408 is equipped with a 2.0L petrol 4 inline cylinder engine, with 16 DOHC valves, CVVT, 6-speed automatic gearbox, maximum capacity standing by 139 hp/6.000 rpm, torque 200 Nm/4.000 rpm. Macpherson strut front and rear suspension, hydraulic power steering.

Peugeot 408 receives a full-function safety including anti-lock braking system ABS, electronic stability program ESP, brake assist system BAS, 6 air bags, etc.





## **PEUGEOT 408**

### **A LUXURIOUS FRENCH SEDAN**

PEUGEOT 408 IS ONE OF PEUGEOT'S VEHICLE MODELS DEVELOPED IN AMERICAN AND ASEAN MARKETS. IN ASIA, PEUGEOT 408 WAS FIRST LAUNCHED IN 2010, PROMPT TO ATTRACT CUSTOMERS AND COMPETE WITH OTHER EUROPEAN AUTOMOBILE BRANDS WITH CONTINUOUS INCREASING IN SALES FIGURE. IN VIETNAM, PEUGEOT 408 WAS INTRODUCED BY THACO BY THE END OF 2013 AND ALSO RECEIVED MUCH ATTENTION FROM CONSUMERS. THE RETURN OF PEUGEOT BRAND THROUGH PEUGEOT 408 HAS PROVIDED CONSUMERS ANOTHER CHOICE FOR THE EUROPEAN AUTOMOTIVE BRAND IN VIETNAM.

# BT XS

## THACO COUNTY TB75S

Với mục tiêu đem đến cho khách hàng những sản phẩm ngày càng phù hợp, ưu việt và kinh tế hơn, Thaco tiếp tục nghiên cứu, phát triển, đưa ra thị trường sản phẩm New Thaco County TB75S (chiều dài 7,5m) với hệ thống khung gầm hoàn toàn mới, thiết kế khoa học, đem lại giá trị kinh tế cao cho doanh nghiệp vận tải và tiện nghi cho hành khách.

*SẢN PHẨM  
DÀNH CHO KINH DOANH  
DỊCH VỤ DU LỊCH*

Thạch Lựu





### **Chất lượng, kinh tế**

Ưu điểm vượt trội của Thaco County TB75S là chất lượng và giá trị kinh tế cao. Thaco County TB75S được thiết kế với khung gầm có độ bền và khả năng chịu tải lớn, phù hợp với điều kiện vận hành khắc nghiệt. Sản phẩm được trang bị động cơ ISF của Cummins, sử dụng hệ thống phun nhiên liệu điều khiển điện tử Common Rail System CRD-i với ưu điểm tiết kiệm nhiên liệu, thân thiện với môi trường (khí thải đạt tiêu chuẩn Euro III).

Hệ thống cầu của Thaco County TB75S được thiết kế với mức chịu tải cao (cầu trước: 3 tấn; cầu sau: 4,5 tấn). Tỷ số truyền cầu 4,11 kết hợp hộp số 6 cấp với dải tỷ số truyền rộng, giúp lái xe linh hoạt chọn chế độ vận hành phù hợp với điều kiện giao thông, tiết kiệm đáng kể nhiên liệu.

Thaco County TB75S có tính an toàn cao do được trang bị hệ thống phanh khí nén, bề mặt tiếp xúc của má phanh lớn hơn, nhờ đó hiệu quả phanh cao hơn; đồng thời sử dụng phanh dừng lồng - kê phù hợp hơn với dòng xe bus. Bên cạnh đó, hệ thống treo nhíp định hình (nhíp parabol) công nghệ mới giúp xe chịu tải cao và vận hành êm hơn nhiều so với loại nhíp lá hiện hữu.

### **Năng động, tiện nghi, thân thiện**

Thaco County TB75S có kiểu dáng đẹp, năng động với những đường nét khỏe khoắn, khoáng đạt. Khung xương thân xe được lắp ráp từ các mảng (hông, sàn, trần...) trên cơ sở hệ thống đồ gá (gá từng mảng và gá tổng) có độ chính xác cao, giúp xe vận hành êm ái và năng động trên địa hình phức tạp. Thân xe được sơn nhúng tĩnh điện, màu sắc

đa dạng theo yêu cầu của khách hàng. Kích thước tổng thể xe lớn nên không gian bên trong rộng rãi, thoáng mát, tạo cảm giác thoải mái cho cả lái xe và hành khách.

Nội thất Thaco County TB75S hiện đại, tiện nghi. Khoang hành khách và khoang lái rộng thoáng với la phong trần và hệ thống trụ hồng ốp simily màu sắc trang nhã, rất phù hợp cho các doanh nghiệp kinh doanh du lịch. Ghế làm từ vật liệu cao cấp, kiểu dáng đẹp, thiết kế linh động cho việc thay đổi tư thế ngồi, tạo sự êm ái, thoải mái cho hành khách. Hệ thống đèn chiếu sáng được thiết kế khoa học, đẹp hài hòa và tiện nghi. Hai bên dãy rèm được trang bị 2 dãy đèn led, góp phần tạo nên một không gian sang trọng, ấm áp và thân thiện. Điều hòa được bố trí trên nóc mui, vừa hạn chế được bùn đất, rác bám vào khi vận hành, vừa tăng tính thẩm mỹ cho xe. Cửa lên, xuống điều khiển đóng mở với 2 chế độ cơ - điện, có 2 kiểu: cửa trượt và cửa xếp; kính hồng cũng có 2 dạng: kính liền hoặc kính lùa, tùy theo lựa chọn của khách hàng.

Để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của hành khách về chỗ để hành lý, hòm hành lý của Thaco County TB75S được thiết kế với thể tích lớn (1,6 m<sup>3</sup>). Bên cạnh đó, 2 giá để hành lý trên cao còn được trang bị 2 dãy đèn trần, thuận tiện cho việc quan sát, sắp xếp hành lý.

Năng động, tiện nghi, thân thiện với hành khách và môi trường, Thaco County TB75S sẽ là bạn đồng hành mang lại giá trị kinh tế cao cho các doanh nghiệp vận tải hành khách tuyến ngắn, kinh doanh dịch vụ du lịch cũng như đưa đón nhân viên, học sinh.

# BUS THACO COUNTY TB75S

## *A PRODUCT FOR TOURISM BUSINESS*

Thach Luu



FOR THE PURPOSE OF PROVIDING CUSTOMERS WITH INCREASINGLY SATISFACTORY, OPTIMAL AND ECONOMIC PRODUCTS, THACO HAS CONTINUED TO DO RESEARCHES, DEVELOPED AND LAUNCHED INTO THE MARKET THE PRODUCT NEW THACO COUNTY TB75S (7,5M LONG) WITH AN ALL-NEW CHASSIS, SCIENTIFIC DESIGN, BRINGING HIGHLY ECONOMIC VALUES TO TRANSPORT ENTERPRISES AND COMFORTABLE FEATURES TO CUSTOMERS.



## Quality, economic values

Thaco County TB75S has two outstanding advantages including quality and highly economic values. Thaco County TB75S is designed with highly durable chassis and heavy load bearing capacity, suitable for severe operating conditions. This vehicle is equipped with the Cummins ISF engine, electronically controlled common rail direct fuel injection system (Common Rail System CRD-i) having the advantage of fuel economy, environmental friendliness (exhaust emission complying with Euro III standards).

The axle system of Thaco County TB75S is designed with heavy load bearing capacity (front axle: 3 tons; rear axle: 4.5 tons). A transmission ratio 4.11 in combination with a 6-speed gearbox with large transmission band ensure flexible driving and choices for operating mode complying with transportation conditions as well as considerable fuel economy.

Thaco County TB75S has highly safe features due to was equipped compressed air brakes, larger contact surface of brake pads, thus more effective braking; the vehicle is at once in use of parking brakes more suitable for bus lineups. Besides, a fixed suspension system (parabolic leaf springs) designed with new technology help the vehicle to bear heavy loads and operate much more smoothly than current leaf springs.

## Dynamic, comfortable and friendly

Thaco County TB75S has a fine and dynamic body design with powerful and free-styled outline. The vehicle's body frame was assembled from parts (side, floor, roof, etc.) relying on assembly jigs (partial and overall) providing high accuracy, assuring smooth and dynamic operation in complex terrains.

The electrostatic painting body provided with a wide range of colors in accordance with the customer's needs. Thanks to the large overall dimension, the vehicle has a spacious and airy interior, bringing comfortable feelings not only to the driver but passengers also.

The modern and comfortable interior of Thaco County TB75S consists of a spacious and airy passenger cell and a driver's cabin with sheet ceiling and side pillars covered with gracefully colored faux leather, which is completely satisfactory to tourism enterprises. All seats are made of premium materials, elegantly and flexibly designed for changes in sitting posture, creating softness and comfort for passengers. Lighting system is reasonably designed, well-fitted and user-friendly. Curtain sides are equipped with LED lamps contributing to produce a luxurious, warm and user-friendly interior. Air-conditioning system is well-fitted on the vehicle's top, which is both able to prevent mud, rubbish when operating and enhance the aesthetic of the vehicle. Doors are controlled by an electrical or mechanical system, with two designs: sliding doors and folding doors; side glass also has two designs: seamless and sliding in accordance with the customer's choices. In order to meet further the customer's needs for luggage space, the baggage compartment of Thaco County TB75S is designed with large volume (1.6 m<sup>3</sup>). Moreover, the 2 above luggage racks are well-fitted with 2 ceiling lamp lines useful to observe and arrange luggages.

Dynamic, comfortable, passenger and environment friendly, Thaco County TB75S will become a highly economic companion of enterprises operating in short-distance passenger transport, tourism services as well as transportation of employees, pupils.





**THACO BUS**

# **SẢN PHẨM MỚI**

**New - THACO COUNTY TB75S**

**THACO COUNTY**  
**Xe ghế ngồi 25 - 29 chỗ**



## **THACO KIA nhận giải thưởng “Thương hiệu dẫn đầu về dịch vụ”**

### *THACO KIA won the 2013 Vietnam Top Service Brand Awards*

Ngày 06/03/2014, tại Hội nghị Dịch vụ Kia châu Á - Thái Bình Dương do Tập đoàn Kia tổ chức tại Đà Nẵng, Thaco Kia đã vinh dự nhận giải thưởng “Thương hiệu dẫn đầu sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ sau bán hàng tại Việt Nam năm 2013” do Công ty nghiên cứu thị trường J.D Power (Singapore) trao tặng. Năm 2013, Thaco Kia đã vượt mặt nhiều thương hiệu lớn để đạt 830/1.000 điểm về chỉ số hài lòng khách hàng (Customer Satisfaction Index - CSI), vươn lên vị trí dẫn đầu về dịch vụ sau bán hàng tại Việt Nam do Công ty nghiên cứu thị trường J.D Power (Singapore) đánh giá và công bố. Với khẩu hiệu “Family Like Care” (chăm sóc khách hàng như người thân), Thaco Kia luôn chú trọng tới chất lượng phục vụ và cung cấp dịch vụ tốt nhất cho khách hàng, nhằm

mang đến cho khách hàng sự hài lòng cao nhất.

*On March 6, 2014, at the Asia-Pacific Services Conference hold by Kia Motors in Da Nang, Thaco Kia had been honored to receive the award “2013 Vietnam top customer service brands regarding the after-sales services” awarded by J.D Power (a global market research company in Singapore). In 2013, Thaco Kia defeated many well-known brands to achieve 830/1.000 points in terms of Customer Satisfaction Index - CSI, risen up to rank first in terms of after-sales services in Vietnam appraised and announced by J.D Power company. In conformity with its slogan “Family Like Care”, Thaco Kia always focuses on service quality and best services provided to customers so as to meet their highest satisfaction.*



## **Vina Mazda đạt chứng nhận ISO/TS 16949:2009**

### *Vina Mazda obtained the ISO/TS 16949:2009 certification*

Sáng ngày 3/3/2014, Nhà máy Vina Mazda đã tổ chức Lễ trao chứng nhận ISO/TS 16949:2009, đại diện Ban Tổng giám đốc Thaco, ông Thái Duy Hùng đã trao giấy chứng nhận cho lãnh đạo nhà máy. Năm 2012, nhà máy Vina Mazda đã xây dựng và áp dụng Hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO/TS16949 và đã được tổ chức INTERTEK (Mỹ) đánh giá và cấp chứng nhận. Như vậy, tính đến nay, tại Khu phức hợp SX&LR ô tô Chu Lai - Trường Hải đã có 04 đơn vị đạt ISO/TS16949 gồm Công ty Hóa Chất, Nhà máy Autocom, Thaco Bus và Vina Mazda.

*In the morning, on March 3, 2014, the Vina Mazda Automobile Factory organized the ISO/TS 16949:2009 Certification Ceremony where the factory managers were granted the certification by Mr. Thai Duy Hung - a representative of Thaco's Board of Directors. In 2012, the Vina Mazda Automobile Factory established and put into practice the Quality Control System in accordance with the ISO/TS16949 certification, which is appraised and certified by the INTERTEK (USA). As a result, up to this day, there are at the Chu Lai Automobile Manufacturing and Assembly Complex 4 institutions granted ISO/TS16949 including Chemical Company, Autocom, Thaco Bus and Vina Mazda factories.*



# THACO ĐƯỢC VINH DANH TRONG TOP 15 THƯƠNG HIỆU MẠNH VIỆT NAM NĂM 2014

THACO RANKED IN THE VIETNAM' TOP 15 POWERFUL BRANDS IN 2014



Ngày 15/03/2014, tại Nhà hát Lớn Hà Nội, Thời Báo Kinh Tế Việt Nam tổ chức chương trình “Liên hoan doanh nghiệp Rồng Vàng & Thương hiệu mạnh Việt Nam 2014” với chủ đề “Kinh doanh xanh”. chương trình năm nay đã tôn vinh 78 doanh nghiệp đầu tư nước ngoài đạt danh hiệu Rồng Vàng và 100 thương hiệu Việt Nam đạt danh hiệu Thương hiệu mạnh do Ban biên tập và độc giả của Thời báo Kinh tế Việt Nam bình chọn dựa trên các tiêu chí: Chất lượng sản phẩm và dịch vụ; Tính bền vững qua tốc độ tăng trưởng; An toàn lao động và bảo vệ môi trường; Hoạt động lành mạnh; Các giá trị nổi trội khác tạo nên sức cuốn hút đặc biệt của sản phẩm và phong cách kinh doanh; Có những đóng góp tích cực cho địa

phương, đất nước. Trong chương trình, Thaco đã được tôn vinh trong top 15 doanh nghiệp mạnh năm 2014.

*On March 15, 2014, the Vietnam Economic Times hold the “2014 Golden Dragon companies & Vietnam’s PowerfulBrands Party” under the theme “Green business” at the Hanoi Opera House where honored 78 foreign invested enterprise recipients of Golden Dragon Awards and 100 Vietnamese brands obtaining the title “Powerful Brands” selected by the Editorial Board and readers of Vietnam Economic*

*Times in accordance with the following criteria: Product and service quality; Sustainability based on growth speed; Work safety and environmental protection; Wholesome activities; Other outstanding values contributed to the special attraction of products and business style; Contributions to the localities, country. In this party, Thaco was honored to rank in the top 15 powerful enterprises in 2014.*

# Thaco nhận cờ thi đua hạng nhất năm 2013

*Thaco received the first ranked flag of Excellency in Emulation in 2013*



Sáng ngày 31/03/2014, tại Trung tâm Hội nghị và tổ chức sự kiện tỉnh Đồng Nai, UBND tỉnh và Hội đồng Thi đua - Khen thưởng tỉnh Đồng Nai đã tổ chức Lễ tổng kết phong trào thi đua yêu nước năm 2013 và ký kết giao ước thi đua năm 2014. Theo đó, năm 2013 toàn tỉnh Đồng Nai có 19 cụm thi đua với 143 đơn vị tham gia, thông qua phong trào thi đua yêu nước đã xuất hiện nhiều mô hình hoạt động mới để các đơn vị trong cụm thi đua học tập.

Năm qua, tại Cụm Thi đua Số 18, khối doanh nghiệp tư nhân tỉnh Đồng Nai đã vinh danh Thaco là đơn vị xuất sắc dẫn đầu cụm, đồng thời cụm đề xuất Hội đồng thi đua khen thưởng tỉnh, UBND tỉnh Đồng Nai tặng cờ thi đua hạng nhất cho Thaco. Ông Nguyễn Hùng Minh, Tổng giám đốc Thaco đã đến dự lễ và nhận cờ thi đua do ông Nguyễn Đình Thành, Ủy viên Trung ương Đảng, Bí thư Tỉnh ủy Đồng Nai trao tặng.

*In the morning, on March 31, 2014, at the Conference and Event Centre in Dong Nai province, the People's Committee and the Emulation and Reward Board of Dong Nai Province organized the Closing ceremony for 2013 patriotic movements and 2014 emulation agreement signature. In 2013, there were 19 emulation groups with 143 institutions across the Dong Nai province to attend the patriotic emulation movements resulted in the appearance of many new operational models from which institutions of each group can learn together.*

*Last year, belonging to the Emulation Group No.18, Thaco was honored to be selected as the excellent corporation leading the group by private enterprises of Dong Nai province; a proposal was also submitted by the group to the Emulation and Reward Board and People's Committee of Dong Nai Province so that Thaco could be awarded the first ranked flag*

*of excellence in emulation. Mr. Nguyen Hung Minh, Thaco's General Director attended the ceremony and received the emulation flag awarded by Mr. Nguyen Dinh Thanh – Member of the Central Committee of the Vietnamese Communist Party and Provincial Party Committee Secretary.*



## **Lãnh đạo Thaco Kia và Kia Motors họp bàn dự án phát triển sản phẩm mới tại Hàn Quốc**

*Leaders of Thaco Kia and Kia Motors joined a meeting over new products development projects in Korea*

Trong 2 ngày (23 & 24/4), Đoàn lãnh đạo Thaco Kia gồm: Ông Phạm Văn Tài - Phó Tổng Giám đốc Thaco - Khối Sản xuất; Ông Bùi Kim Kha - Giám đốc Khối kinh doanh xe Du lịch và các trưởng bộ phận liên quan tại nhà máy Thaco Kia đã có cuộc họp quan trọng với các lãnh đạo Kia Motors tại nhà máy Sohari - Hàn Quốc.

Nội dung chính là bàn về kế hoạch phát triển Model CKD mới 7 chỗ (MPV) bao gồm phiên bản máy xăng 2.0L và máy dầu 1.7L dự kiến sản xuất vào cuối năm 2014. Với dự án Model mới này, lãnh đạo Thaco Kia cho biết mục tiêu doanh số Kia sẽ tăng thêm 2.500 chiếc trong năm 2015.

*In the 2 days (April 23 & 24), Thaco Kia leaders including: Mr. Pham Van Tai – Thaco's Deputy Director General – Manufacturing Division; Mr. Bui Kim Kha – Director of Thaco Passenger Car Distribution Co.,LTD and related managers working at the Thaco Kia factory concentrated in an important meeting with Kia Motors leaders at Sohari factory - Korea.*

*The meeting focused on the development plan for the new 7-seat CKD (MPV) consisting of a 2.0L petrol engine version and an 1.7L diesel engine version. With this project, Thaco Kia leaders said that Kia sales target would be increased by 2.500 vehicles in 2015.*

## THACO nhận bằng khen “Chung tay vì người nghèo”

*THACO received the credit “Joining hands for the poor”*

Sáng ngày 26/03/2014 tại Trung tâm Hội nghị TP. HCM đã diễn ra Hội nghị tổng kết Cuộc vận động “Vì người nghèo” do UBMTTQ Việt Nam TP. HCM và Ban vận động Vì Người nghèo TP. HCM tổ chức. Với số tiền ủng hộ 200 triệu đồng cho Quỹ Xã hội quận Phú Nhuận, Thaco đã vinh dự được UBMTTQ VN TP. HCM trao tặng bằng khen “Đã có thành tích tham gia cuộc vận động vì người nghèo năm 2013” và kỷ niệm chương “Chung tay vì người nghèo”.

*In the morning, on March 26, 2014, at the Ho Chi Minh City Convention Center took place the Closing Conference for the campaign “For the poor” hold by the Committee of the Vietnam Fatherland Front and the Committee of the campaign in Ho Chi Minh City. Due to the amount of 200 million dong donated to the Phu Nhuan District Social Funds, Thaco was honored to be granted the credit “Achievements in the 2013 campaign for the poor” by the Committee of the Vietnam Fatherland Front and a campaign medal of “Joining hands for the poor”.*



## Đoàn Peugeot châu Á thăm và làm việc tại Văn phòng Tổng quản TP. HCM

*Peugeot Asia delegation pays visit to the Ho Chi Minh City Thaco General Management Office*



*On April 18, the Peugeot Asia delegation led by Mr. Lionel Faugeres - Peugeot General Director in Southeast Asia participated in a meeting at the Ho Chi Minh City Thaco General Management Office with regard to the new products development in the forth-coming time. Besides, the delegating also paid a visit to Phu My Hung Peugeot Showroom and highly appreciated Thaco's efforts to develop Peugeot Showrooms complying with international Blue-box standards.*

Ngày 18/4, đoàn Peugeot châu Á, do ông Lionel Faugeres - Tổng Giám đốc Tập đoàn Peugeot khu vực Đông Nam Á làm trưởng đoàn đã có buổi làm việc tại VPTQ TP. HCM về việc phát triển các dòng sản phẩm mới trong giai đoạn sắp tới. Ngoài ra, đoàn cũng có chuyến tham quan Showroom Peugeot Phú Mỹ Hưng và đánh giá cao những nỗ lực của Thaco trong việc phát triển hệ thống Showroom Peugeot theo tiêu chuẩn Blue-box toàn cầu.

# Thaco tài trợ Đại Hội TDTT cán bộ - viên chức ĐH Đà Nẵng lần thứ III - 2014

*Thaco sponsored the 3rd Sport and Physical Training Grand Festival for cadres and officials hold by Da Nang University in 2014*



Từ ngày 12/4 đến 27/4/2014, tại Trung tâm Giáo dục Thể chất Đại học Đà Nẵng đã diễn ra Đại hội TDTT Cán bộ - Viên chức Đại học Đà Nẵng lần thứ III - năm 2014. Thaco đồng hành cùng sự kiện này trong vai trò nhà tài trợ chính với giá trị tài trợ 120 triệu đồng.

Đại hội TDTT Cán bộ - Viên chức Đại học Đà Nẵng năm nay thu hút sự tham gia của 700 vận động viên đại diện cho hơn 2.300 cán bộ, viên chức đến từ 6 trường thành viên và 2 đơn vị trực thuộc của Đại học Đà Nẵng. Các VĐV sẽ thi đấu ở các môn: bóng đá nam; bóng chuyền nam, nữ; bóng bàn; cầu lông; quần vợt; bi da và cờ vua... Tổng giá trị giải thưởng dành cho các hạng mục thi đấu là 80 triệu đồng.

*From April 12 to April 27, 2014, at the Physical Training Center, Da Nang University took place the 3rd Sport and Physical Training Grand Festival for cadres and officials hold by Da Nang University in 2014. Thaco accompanied with the role of major sponsor with an amount up to 120 million dongs. In this year, the Sport and Physical Training Grand Festival for cadres and officials hold by Da Nang University attracted the attendance of 700 sportmen and sportwomen representing for over 2.300 cadres and officials coming from 6 member universities and 2 institutions under the direction of Da Nang University. Sport events including: men's football; men's volleyball, women's volleyball, table-tennis; badminton; tennis; billiards and chess, etc. The total prize amount for all sport events was 80 million dongs.*



# GIỮ LỬA CHO PHONG TRÀO ĐOÀN

Quốc Trình



CÁC HOẠT ĐỘNG ĐOÀN THỂ TẠI THACO LUÔN ĐƯỢC LÃNH ĐẠO CÔNG TY VÀ ĐẢNG ỦY QUAN TÂM, TẠO ĐIỀU KIỆN TỐT NHẤT ĐỂ HOẠT ĐỘNG VÀ PHÁT TRIỂN. ĐẶC BIỆT TẠI KHU PHỨC HỢP SX & LR ÔTÔ CHU LAI - TRƯỜNG HẢI - TRÁI TIM CỦA THACO, NƠI CÓ GẦN 3.500 CON NGƯỜI ĐANG HỌC TẬP, LAO ĐỘNG, SẢN XUẤT, CŨNG LÀ NƠI MÀ PHONG TRÀO ĐOÀN THỂ PHÁT TRIỂN MẠNH MẼ NHẤT VỚI 500 ĐOÀN VIÊN VÀ 10 CHI ĐOÀN TRỰC THUỘC. HÀNG NĂM, CÔNG ĐOÀN VÀ ĐOÀN THANH NIÊN KPH CHU LAI ĐỀU TỔ CHỨC CÁC HOẠT ĐỘNG Ý NGHĨA, THIẾT THỰC VÀ QUAN TRỌNG NHẤT LÀ LUÔN GIỮ ĐƯỢC LỬA CHO PHONG TRÀO.

## Thiết thực - Hiệu quả là phương châm của phong trào

Tại Khu phức hợp, các phong trào thiết thực, hiệu quả và dễ thực hiện như phong trào bảo vệ môi trường trong và ngoài nhà máy được Đoàn Thanh niên phát động liên tục. Trong năm 2013, Đoàn Thanh niên đã hơn 5 lần tổ chức và thu hút được đông đảo đoàn viên, thanh niên hưởng ứng, tham gia tích cực. Ngày 28/9/2013, hơn 100 đoàn viên, thanh niên đã tham gia nạo vét đoạn cống dài 200m từ nhà máy Ô tô Tải đi ngang qua khu dân cư thôn Vĩnh Đại - xã Tam Hiệp (Quảng Nam), đây là hành động đẹp của tuổi trẻ Thaco trong việc bảo vệ môi trường không chỉ ở nơi làm việc mà

còn thực hiện tại địa phương. Hơn nữa, phong trào tại đây được duy trì thường xuyên và luôn nhận được sự quan tâm của lãnh đạo và sự hưởng ứng nhiệt tình của các đoàn viên, thanh niên.

Thời điểm cuối năm, sản xuất kinh doanh tăng cao, tất cả CB.CNV đều tập trung để hoàn thành kế hoạch sản xuất. Công đoàn - Đoàn thanh niên lại đề ra các phong trào: cán bộ đoàn thể gương mẫu tăng ca sản xuất, kêu gọi động viên đoàn viên phấn đấu hoàn thành kế hoạch sản xuất kinh doanh, đảm bảo an toàn lao động trong sản xuất... Có thể nói, bằng những hoạt động cụ thể, kịp thời và hết sức ý nghĩa của các tổ chức đoàn thể đã góp phần tạo động lực thúc

đẩy đoàn viên, thanh niên hoàn thành vượt mức kế hoạch sản xuất kinh doanh, đó cũng là cách hâm nóng phong trào bằng những hoạt động phù hợp với từng thời điểm của đơn vị.

## Sáng kiến cải tiến tiết kiệm hơn 11 tỷ đồng trong năm 2013

Bên cạnh các hoạt động về sản xuất kinh doanh, phong trào sáng kiến cải tiến cũng được lãnh đạo công ty và các tổ chức đoàn thể quan tâm. Là một đơn vị sản xuất, những sáng kiến cải tiến luôn là chìa khóa để tăng năng suất, tăng tỉ lệ nội địa hóa, tăng tính công nghệ cho dây chuyền và tăng hiệu quả sản xuất. Trong năm 2013, toàn Khu phức hợp Chu Lai

đã có 80 đề tài được thực hiện giúp tiết kiệm hơn 11 tỷ đồng. Đặc biệt là đề tài Nghiên cứu, pha chế chất chống gỉ cho vỏ động cơ và các chi tiết trên ô tô của Công ty Ô tô Tải đã tiết kiệm 2.2 tỷ đồng/năm và đề tài Thiết kế, chế tạo máy uốn thép dây CNC của Công ty Cơ Khí mang lại hiệu quả kinh tế 209 triệu đồng/năm, đã được Hội đồng thẩm định đánh giá cao và xếp loại xuất sắc, là 2 trong số 16 đề tài được tuyên dương tại Hội nghị Tổng kết năm 2013.

Kịp thời ghi nhận cũng như khích lệ phong trào sáng kiến cải tiến, hằng năm Công đoàn còn tổ chức phát động thi đua, bình xét và khen thưởng cho những cá nhân, tập thể có những đề tài sáng kiến xuất sắc nhằm đẩy mạnh phong trào thi đua nghiên cứu, sáng tạo tại đơn vị.

### **Hiến máu cứu người: Một nghĩa cử cao đẹp**

Hằng năm, trên toàn hệ thống Thaco đều diễn ra chương trình “Hiến máu nhân đạo - Thaco chung tay vì cộng đồng” thu hút hàng nghìn đoàn viên,

thanh niên tham gia. Trong năm 2013, toàn hệ thống đã hiến tặng 640 đơn vị máu, góp phần bổ sung nguồn máu cho các cơ sở y tế. Tại KPH Chu Lai, trong năm 2013 đã hiến tặng 360 đơn vị máu, nhiều đoàn viên, thanh niên đã nhiều lần tình nguyện tham gia hiến máu như: anh Võ Đức Toàn và anh Nguyễn Thanh Lâm - Công ty Cơ khí đã 8 lần tham gia hiến máu... Đây là những tấm gương sáng của phong trào Hiến máu nhân đạo và đã được tỉnh Quảng Nam tuyên dương “Cá nhân hiến máu tiêu biểu” năm 2013. Ngoài hiến máu theo chương trình chung của công ty, cũng có những trường hợp hiến máu cho những nhu cầu cấp bách từ các cơ sở y tế, như ngày 21/2/2014, Bệnh viện Trung ương Quảng Nam đề nghị hỗ trợ khẩn cấp 04 đơn vị máu (nhóm máu AB). Ban chấp hành Công đoàn, Đoàn thanh niên đã kêu gọi vận động nhiều đoàn viên có cùng nhóm máu tình nguyện, xung phong tham gia và đã có 06 đơn vị máu được hiến tặng.

Với tinh thần “Hiến giọt máu đào - Trao niềm hy vọng” đến người cần máu, hoạt động hiến máu nhân đạo thật sự đã trở thành một ngọn đuốc trong phong trào “Thaco chung tay vì cộng đồng”.

### **Hoạt động Văn - Thể - Mỹ luôn được quan tâm**

Tại KPH Chu Lai, các hoạt động Văn - Thể - Mỹ luôn là sân chơi yêu thích và nhận được sự quan tâm, tham gia nhiệt tình của đoàn viên. Điển hình là Giải Cờ tướng mừng xuân Giáp Ngọ được tổ chức ngay sau kỳ nghỉ Tết Giáp Ngọ 2014 đã thu hút 42 kỳ thủ tham gia thi đấu, sau 2 ngày tranh tài sôi nổi, các kỳ thủ đã cống hiến cho khán giả những trận đấu gay cấn, kịch tính và hấp dẫn, chung cuộc giải nhất cá nhân thuộc về anh Nguyễn Trọng Trung - VPQT KPH, giải nhì thuộc về anh Nguyễn Hữu Phước đến từ Công ty Ô tô Tải và giải ba thuộc về anh Trần Thành Lập của đơn vị Thaco Kia.





Tiếp đó, vào ngày 21/3/2014, Giải Cầu lông KPH được tổ chức đã quy tụ hơn 30 vận động viên tham gia thi đấu 3 nội dung: đơn nam, đơn nữ và đôi nam nữ. Sau 3 ngày tranh tài sôi nổi, kết quả chị Lê Thùy Vân - Văn phòng Chu Lai đạt giải nhất đơn nữ, anh Vũ Thành Nam - Công ty đối tác KCC đạt giải nhất đơn nam, cặp đôi thầy Phan Tiềm và chị Trương Thị Tiên - Trường Cao đẳng Nghề đạt giải nhất đôi nam nữ. Ngoài ra, giải bóng đá, bóng chuyền cũng được định kỳ tổ chức tại khu phức hợp, các giải thi đấu thường được tổ chức tách rời và diễn ra vào các thời điểm khác nhau trong năm để hâm nóng phong trào, không để phong trào trầm lắng.



Tinh thần dám nghĩ dám làm, mạnh dạn đề xuất những phong trào thiết thực và hiệu quả, gắn liền với nhiệm vụ sản xuất kinh doanh cũng như phù hợp với từng thời điểm là chìa khóa để các tổ chức đoàn thể tại khu phức hợp giữ được ngọn lửa của phong trào. Với những bước chuyển mình phục hồi của nền kinh tế trong năm 2014, hy vọng ngọn lửa phong trào lại được thắp sáng rực rỡ hơn bằng sự quyết tâm, nhiệt huyết và hăng say của tất cả CB.CNV Thaco.





#### **ĐOÀN THANH NIÊN THACO THAM GIA HỘI TRẠI KỶ NIỆM NGÀY THÀNH LẬP ĐOÀN 26-3**

Nằm trong hoạt động kỷ niệm 83 năm ngày thành lập Đoàn TNCS Hồ Chí Minh (26/3/1931 - 26/3/2014), Đoàn khối Doanh nghiệp tỉnh Đồng Nai đã tổ chức hội trại truyền thống trong 2 ngày 15 và 16/3/2014 cho 35 đơn vị tại Khu Du lịch Bửu Long, TP Biên Hòa, tỉnh Đồng Nai. 12 đoàn viên Thaco thuộc VPTQ và KVNБ đại diện cho hơn 3.000 đoàn viên Thaco đã tham gia hội trại. Tại hội trại, các đoàn viên Thaco tham gia các hoạt động kỹ năng, tìm hiểu về lịch sử Đoàn TNCS HCM, giao lưu với Đoàn Thanh niên Thành phố Biên Hòa, Đoàn khối Công an phòng cháy chữa cháy tỉnh... Hội trại nhằm xây dựng phong trào đoàn khối ngày càng vững mạnh, đồng thời đẩy mạnh tinh thần đoàn kết, giao lưu học hỏi lẫn nhau giữa các đoàn viên.

Đoàn TNCS Hồ Chí Minh tỉnh Đồng Nai đã trao tặng bằng khen đạt thành tích xuất sắc trong công tác Đoàn và phong trào Thanh niên năm 2013 cho Đoàn cơ sở Công ty cổ phần ô tô Trường Hải và đồng chí Trần Nhật Quang - UVTV Đoàn cơ sở Công ty cổ phần ô tô Trường Hải.



# KEEP *THE FIRE ALIGHT FOR YOUTH UNION'S ACTIVITIES*

Quoc Trinh

## **Practicability - Efficiency define the guidelines of movements**

At the Complex, practical and efficient movements easy to implement like environmental protection inside and outside the factory are continuously mobilized by the Youth Union. In 2013, the Youth Union had organized more than 5 times such activities and attracted the positive response and participation of many youth union members and other young people. On September 28th, 2013, over 100 youth union members and other young people took part in dredging of a 200m-long culvert starting from the truck factory passing the residential quarter of Vinh Dai village - Tam Hiep commune (Quang Nam), which stood for a good deed by Thaco's youth with regard to environmental protection for both working place and locality. On the other hand, such movements are frequently upheld and always receive attention from executive staff and enthusiastic response from youth union members and other young people.

At the end of each year when production and business expands and all staff members concentrate on the accomplishment of production schedule, the Trade Union - Youth Union put forward movements: encouraging individual employees and work teams to work overtime in a serious manner, appealing to youth union members for striving to finish the set-forth production and business planning, ensuring labor

ORGANIZATIONAL ACTIVITIES OF THACO ALWAYS ATTRACT THE INTENTION AND OFFERING THE BEST CONDITIONS FOR SUCH ACTIVITIES' IMPLEMENTATION AND DEVELOPMENT OF THE COMPANY'S EXECUTIVE STAFF AND THE PARTY COMMITTEE, ESPECIALLY, AT THE CHU LAI - TRUONG HAI AUTOMOBILE ASSEMBLY AND PRODUCTION COMPLEX - THE HEART OF THACO WHERE ALMOST 3.500 PEOPLE WORKING, BEING TRAINED, PARTICIPATING IN PRODUCTION. IT'S ALSO WHERE ORGANIZATIONAL MOVEMENTS HAVE STRONGLY DEVELOPED WITH THE PARTICIPATION OF 500 YOUTH UNION MEMBERS AND 10 YOUTH UNION BRANCHES. ANNUALLY, THE TRADE UNION AND YOUTH UNION OF CHU LAI COMPLEX HOLD MEANINGFUL AND PRACTICAL MOVEMENTS AND MOST IMPORTANTLY, ALWAYS KEEP THE FIRE ALIGHT FOR SUCH MOVEMENTS.

safety in production, etc. It may be said that specific, timely and totally meaningful activities of work teams, organizations have contributed to encouraging youth union members, other young people to complete and exceed the set-forth production and business planning, in which movements are also fostered by proper activities in accordance with operation periods.

## **Improvement initiatives to save 11 billion VND in 2013**

Besides production and business activities, the innovative initiative movement also receives attention from employers and organizations. As a production entity, innovative initiatives always play a key role in increasing productivity, localization ratio, improving chain technology and production efficiency. In 2013, the whole Chu Lai Complex had implemented 80 projects to save more than 11 billion VND. Especially, the project of Researching, preparing anti-rust compounds for motor shield and auto features by the Truck Company helped to economize 2.2 billion VND per year and the project of Design, manufacturing of CNC steel

wire bending machine by the Mechanical Company resulted in a turnover of 209 million VND per year, which were highly evaluated and ranked excellently by the Appraisal Board, being 2 amongst 16 projects highly commended at the 2013 Review Conference.

In addition to timely acknowledgement and encouragement of the innovative initiative movement, annually, the Union Trade also organizes, promotes emulation, selection and reward activities for individuals, work teams having excellent innovation projects to boost research and innovation competition movements.

## **Blood donation: A noble deed**

Every year, the program "Blood donation - Thaco joins hands for the community" is held throughout the whole Thaco network attracting thousands of youth union members and other young people. In 2013, the whole Thaco network donated 640 units of blood, contributing to supplementing blood resources for medical establishments. At the Chu Lai Complex, where 360 units of blood were donated in 2013, have many

youth union members and other young people take times to volunteer for blood donation such as Mr. Vo Duc Toan and Mr. Nguyen Thanh Lam – Mechanical Company having donated their blood for 8 times... They are good examples of blood donation movements and highly commended “Typical blood donor individual” in 2013.

On the other hand there are also blood donation activities in case of emergencies from medical establishments, for example on February 21st, 2014, when Quang Nam General Hospital required for an exigent support of 04 units of blood type (AB), the Trade Union executive committee and Youth Union appealed to many youth union members having the same blood type for voluntary participation and as a result, 06 units of blood were donated. Pursuant to the spirit of “Donating blood – Giving hopes” to blood beneficiaries, blood donation movements have actually become a torch of the program “Thaco joins hands for the community”.

### **Frequent interest in Culture – Sport – Fine Arts activities**

At the Chu Lai Complex, Culture – Sport – Fine Arts activities stand for the favorite recreation ground and receive attention, enthusiast participation from youth union members. Typically, the Chinese Chess Competition celebrating the Lunar New Year of the Horse 2014 taking place right after holidays attracted the participation of 42 chess players; after 2 effervescently competitive days, chess players offered the audience formidable, dramatic and fascinating chess matches and finally Mr. Nguyen Trong Trung – Complex Management Office won and was ranked first, the ranked second belong to Mr. Nguyen Huu Phuoc coming from the Truck Company and Mr. Tran Thanh Lap from Thaco Kia was ranked third. On March 21st, 2014, the Complex organized Badminton Competition and gathered over 30 participants in 3 items: men’s single, women’s single and mixed double. After 3 effervescently competitive days, Ms. Le Thuy Van - Chu Lai Office

won the women’s single, Mr. Vu Thanh Nam – KCC Partner Company won the men’s single, the pair of Mr. Phan Tiem and Ms. Truong Thi Tien – Vocational College won the mixed double. Besides, football, volleyball tournaments are also organized at the complex, which are usually organized separately at different moments of the year to warm up movements, preventing movements from moving down.

Daring to think, daring to work, boldly proposing practical and efficient movements in close association with production and business missions and in accordance with operation periods play a key role to help unions, organizations at the Complex keep the fire alight for movements. With changes in recovery of the economy in 2014, let’s hope that the torch of movements will be much more lightened due to determination, enthusiasm and utter dedication of all Thaco’s staff members.

### **THACO YOUTH UNION PARTICIPATED IN THE FESTIVAL CAMPING TO CELEBRATE THE FOUNDING ANNIVERSARY OF HO CHI MINH COMMUNIST YOUTH UNION ON MARCH 26TH**

Belonging to the activities celebrating the 83th founding anniversary of Ho Chi Minh Communist Youth Union (March 26th, 1931 – March 26th, 2014), the Youth Union of Dong Nai-based enterprises organized a traditional festival camping for 35 companies in the 2 days (March 15th and 16th of 2014) at Buu Long Resort, Bien Hoa City, Dong Nai province. 12 Thaco youth union members working at the General Management Office and Thaco Southern Region representing for over 3.000 Thaco youth union members took part in. At the festival camping, Thaco youth union members joined skillful activities, learning about the history of Ho Chi Minh Communist Youth Union, participated in exchanges with Bien Hoa Communist Youth Union, the Youth Union of provincial fire police, etc. The purpose of the festival camping is to make

stronger youth union activities, as well as promote the sense of solidarity, mutual exchanges amongst youth union members.

The Ho Chi Minh Communist Youth Union of Dong Nai province awarded a certificate of brilliant merits in Youth Union activities and Youth Activities 2013 to the Youth Union of Truong Hai Auto Joint Stock Company and the comrade Tran Nhat Quang – standing committee member of the Youth Union of Truong Hai Auto Joint Stock Company.

# NGÀY HỘI

NHÂN KỶ NIỆM NGÀY QUỐC TẾ PHỤ NỮ 8/3 VÀ 1974 NĂM KHỞI NGHĨA HAI BÀ TRƯNG, THACO ĐÃ TỔ CHỨC “NGÀY HỘI MUÔN SẮC HOA XINH” LẦN THỨ 7 CHO 1.279 NỮ CB.CNV THACO TRÊN TOÀN HỆ THỐNG. ĐÂY LÀ HOẠT ĐỘNG THƯỜNG NIÊN CỦA THACO THỂ HIỆN SỰ QUAN TÂM CỦA BAN LÃNH ĐẠO CÔNG TY ĐỐI CB.CNV NỮ.

Ngày hội được diễn ra trên tất cả các chi nhánh khu vực và Khu phức hợp Chu Lai -Trường Hải vào ngày 8/3 bằng các hình thức mittinh kỷ niệm, thi tìm hiểu về kiến thức văn hóa - xã hội, tìm hiểu lịch sử hình thành và phát triển của Thaco, về nữ công gia chánh, hưởng ứng Thông điệp số 9 của Chủ tịch HĐQT và vui chơi dã ngoại. Khu vực Bắc bộ tổ chức tại Hà Nội, khu vực Trung bộ tổ chức tại khu du lịch Holiday Beach, bãi biển Mỹ Khê, Đà Nẵng; khu vực Nam bộ tổ chức tại Bảo tàng áo dài Việt Nam, quận 9, TP.HCM và VPTQ Thaco tổ chức tại tòa nhà 80 Nguyễn Văn Trỗi. Sau bài diễn văn của Trưởng ban nữ công, lãnh đạo phát biểu chúc mừng và tặng hoa, quà cho chị em đơn vị, tiếp đó là phần hội với các cuộc thi và vui chơi sinh động.



# “MUÔN SẮC HOA XINH”

lần thứ 7 năm 2014

Truyền thông Thaco





# *7<sup>th</sup>* **FESTIVE DAY** *“THOUSANDS OF BEAUTIFUL FLOWERS”* **2014**

---

ON THE OCCASION OF INTERNATIONAL WOMEN'S DAY (MARCH 8TH) AND THE 1974TH ANNIVERSARY OF THE TRUNG SISTERS' REBELLION, THACO ORGANIZED THE 7TH FESTIVE DAY "THOUSANDS OF BEAUTIFUL FLOWERS" FOR 1.279 FEMALE MEMBERS WORKING FOR THACO NATIONWIDE. THIS ANNUAL ACTIVITY OF THACO EXPRESSES THACO LEADERS' CARE FOR FEMALE STAFF.



The festival took place at every single regional branch as well as Chu Lai Truong Hai Auto Complex on March 8th consisting of the anniversary meeting, competitions on cultural – social knowledge, the history of Thaco, home economics, activities in response to the Message No. 9 of the Chairman and outdoor activities. The festival was held in Ha Noi by Northern branch, at the Holiday Beach Resort, My Khe Beach, Da Nang by the Central branch; at the Ao Dai Museum, District 9, HCMC by the Southern branch and at the building at 80 Nguyen Van Troi, Phu Nhuan District by Thaco's Headquarter. After the speech by the head of Women's Affairs, the company's leaders expressed their congratulations and gave flowers and presents to female staff. Next were the joyful competitions and entertainment activities.



# SỨC TRẺ THACO

VỚI HƠN 7.000 NHÂN VIÊN TRÊN TOÀN HỆ THỐNG, CÓ THỂ NÓI TẠI THACO ĐANG TẬP TRUNG MỘT LỰC LƯỢNG LAO ĐỘNG TRẺ VÀ NHIỆT HUYẾT CÔNG HIẾN. NGOÀI VIỆC VƯỢT KẾ HOẠCH SẢN XUẤT TẠI CÁC NHÀ MÁY TRONG KHU PHỨC HỢP, THÌ Ở CÁC KHU VỰC CÒN CÓ NHỮNG TẤM GƯƠNG ĐIỂN HÌNH LUÔN CÓ MẶT ĐẦU TIÊN TRONG PHONG TRÀO HAY LUÔN PHÁT HUY VĂN HÓA THACO MỘT CÁCH RẤT “TỰ NHIÊN”.

Hồng Hạnh - Kiều Oanh



**Chị Ngô Thị Yến - Chuyên trưởng chuyên cắt may Nhà máy Ghé Autocom: Tấm gương điển hình trong phong trào “Nữ CB.CNV lao động giỏi, hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ của Khu phức hợp”**

Đến Nhà máy Ghé Autocom hỏi thăm chị Ngô Thị Yến - Chuyên trưởng chuyên cắt may, không ai là không biết, bởi chị luôn được các chị em trong xưởng gọi là “chị cả” vì sự tận tâm và có tinh thần trách nhiệm cao trong công việc. Vui vẻ, thân thiện, cần cù, sáng tạo và khiêm tốn... đó là những gì dễ nhận thấy ở người phụ nữ giỏi này.

Gia nhập Gia đình Thaco từ năm 2010, tròn 4 năm trong nghề, năm nào chị Ngô Thị Yến cũng được xếp loại giỏi/xuất sắc. Tổng kết năm 2013 của toàn Khu phức hợp, với danh hiệu lao động xuất sắc chị còn vinh dự nhận được phần thưởng của Bí thư Tỉnh ủy và Chủ tịch tỉnh Quảng Nam trao tặng vì những

thành tích nổi bật chị đã đạt được trong năm qua. Chị chia sẻ, thành tích mà chị đạt được không thể nào tự bản thân chị làm nên mà còn có sự giúp đỡ và hợp tác rất nhiệt tình, ăn ý của tất cả chị em trong xưởng.

Không chỉ lao động giỏi chị còn hăng say nghiên cứu, sáng kiến cải tiến, điển hình là sáng kiến “Cơ cấu bôi dầu trong quá trình may điều 2 kim”, giúp nâng cao năng suất từ 2,5 lên 3,5 bộ/ngày, giảm chi phí 23,4 triệu đồng/năm. Với những thành quả đã đạt được, chị Ngô Thị Yến xứng đáng là tấm gương điển hình trong phong trào “Nữ CB.CNV lao động giỏi, hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ của Khu phức hợp”.

**Tổ mài kính (chuyên tiền xử lý), Nhà máy Kính Chu Lai - Trường Hải: Tập thể xuất sắc năm 2013**

Trong Hội nghị tổng kết năm 2013, Khu phức hợp đã xét chọn được 12 tập thể xuất sắc để khen thưởng, trong đó, ấn tượng nhất là tập thể xuất sắc của Tổ mài kính, chuyên tiền xử lý thuộc Công ty Kính Chu Lai - Trường Hải. Chỉ với 3 thành viên là thợ trung cấp Nguyễn Đức Hải và 2 thợ sơ cấp Trương Văn Hào, Huỳnh Rin nhưng họ đã hoàn thành khối lượng công việc không hề nhỏ. Bên cạnh công việc hằng ngày, các anh còn tham gia sáng kiến cải tiến, tiêu

biểu nhất là sáng kiến “Thiết kế, chế tạo máy mài cạnh thẳng kính ô tô”. Thiết kế lại khung bàn máy với các cơ cấu bánh đỡ và con lăn dẫn hướng tấm kính. Thay đổi cơ cấu mài dây đai nhám bằng cơ cấu đá mài truyền động bằng động cơ điện, hoạt động ổn định, không gây ra hiện tượng rung lắc bàn đỡ kính. Cải tiến này đã đảm bảo chất lượng bề mặt kính sau khi mài, loại bỏ công đoạn xử lý lại bằng phương pháp thủ công, đảm bảo chất lượng tấm kính cho các công đoạn xử lý tiếp theo, rút ngắn thời gian thực hiện công đoạn từ 5 phút xuống còn 2,5 phút/tấm kính, tăng 50% công suất hoạt động chung. Luôn tận tâm, cẩn mẫn trong công việc, các anh là hình ảnh đại diện cho những công nhân và cho niềm tự hào của Nhà máy Kính Chu Lai - Trường Hải.

### **Chuyên kiểm định Công ty Vina Mazda - Tập thể vượt năng suất năm 2013**

Năm 2013, Vina Mazda bán ra thị trường 4.090 xe, tăng gấp 5 lần so với năm 2012, trở thành một trong những thương hiệu xe Nhật bán chạy nhất thị trường Việt Nam. Nói đến thành quả của Công ty Vina Mazda trong năm 2013, không thể không nói đến sự đóng góp rất lớn của các tập thể, cá nhân trực tiếp tham gia sản xuất tại nhà máy. Trong đó, những chàng trai thuộc chuyên kiểm định - Công ty Vina Mazda là một trong những đơn vị đã được tuyên dương tập thể vượt năng suất năm 2013.

Với sự nỗ lực của 7 thành viên: Ngô Văn Hà, Đinh Văn Công, Lê Văn Tuấn, Nguyễn Văn Tùng, Phạm Ngọc Sơn, Đoàn Trần Lạc, Nguyễn Xuân Lanh, chuyên kiểm định đã hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ sản xuất mà lãnh đạo công ty giao: năng suất sản xuất tăng từ 13 xe/ngày lên 16 xe/ngày (tăng 23%). Nhân công bình quân trên xe của chuyên giảm từ 1.1 nhân công/xe xuống còn 0.71. Kiểm soát được tỷ lệ lỗi trên xe ra khách hàng tốt (giảm từ 8 lỗi/608 xe giao trong năm 2012 xuống còn 7 lỗi/3218 xe giao trong năm 2013). Với những đóng góp ấn tượng đó, lãnh đạo công ty đã ghi nhận và tuyên dương khen thưởng tập thể chuyên kiểm định là tập thể vượt năng suất năm 2013. Đây là sự động viên, khích lệ tinh thần to lớn, kịp thời, giúp mọi người hăng say sản xuất, tiếp tục nỗ lực phấn đấu hoàn thành nhiệm vụ sản xuất kinh doanh năm 2014.



## Kỹ thuật viên Thaco đoạt giải trong các cuộc thi tay nghề khu vực Đông Nam Á

Tại Thaco, đặc biệt là tại các xưởng dịch vụ phụ tùng, nơi đòi hỏi các kỹ thuật viên luôn phải học hỏi, tự đào tạo, nâng cao tay nghề mỗi ngày để đáp ứng nhu cầu sửa chữa với yêu cầu ngày càng cao của khách hàng, thì các cuộc thi tay nghề luôn là cơ hội để các kỹ thuật viên thử sức và khẳng định mình. Hầu hết các cuộc thi tay nghề do Kia Motors và Mazda tổ chức tại khu vực Đông Nam Á, Thaco đều có kỹ thuật viên tham dự và đoạt giải cao. Điển hình là anh Nguyễn Văn Huệ, đoạt huy chương bạc “Hội thi tay nghề Kia khu vực châu Á - Thái Bình Dương lần thứ 3” tại Malaysia vào năm 2011, anh Nguyễn Xuân Hưởng, đoạt giải nhất “Hội thi tay nghề Kia khu vực Đông Nam Á lần thứ 4” tại Malaysia năm 2013 và được nhận giấy khen của Đoàn khối Doanh nghiệp tỉnh Đồng Nai về “Thành tích xuất sắc trong thực hiện công trình thanh niên sáng kiến, cải tiến kỹ thuật năm 2013”, 2 kỹ thuật viên Nguyễn Tuấn Hào (Mazda Phú Mỹ Hưng) và Nguyễn Văn Nam (Mazda Giải Phóng) đoạt giải nhì trong Hội thi Tay nghề kỹ thuật viên Mazda khu vực Đông Nam Á lần thứ 2, tổ chức tại tỉnh Chonburi, Thái Lan. Họ chính là những gương mặt đại diện cho sức trẻ Thaco, góp phần đưa dịch vụ Thaco ngày càng chất lượng, thương hiệu Thaco ngày càng bền vững.



2 kỹ thuật viên Nguyễn Tuấn Hào (Mazda Phú Mỹ Hưng) và Nguyễn Văn Nam (Mazda Giải Phóng) đoạt giải nhì trong Hội thi Tay nghề kỹ thuật viên Mazda khu vực Đông Nam Á lần thứ 2

## Nhân viên Thaco luôn phát huy truyền thống văn hóa

Trong quá trình phát triển, Thaco luôn lấy nguyên tắc 8T làm nền tảng cho mọi hoạt động và điều đó đã trở thành tiêu chí tiên quyết dành cho các thành viên khi gia nhập đại gia đình Thaco. Chính nguyên tắc 8T này đã xây dựng nên đội ngũ CB.CNV Thaco “có tâm” trong mọi hoạt động. Ở Thaco, luôn có những tấm gương điển hình thể hiện tốt điều này, như anh Phan Văn Công - Kỹ thuật viên sửa chữa ô tô tại Thaco vũng Tàu phát hiện đồ vật có giá trị của khách hàng làm rơi trên xe và đã đem trả lại; Anh Nguyễn Văn Hôi - nhân viên lái xe kiêm đăng ký đăng kiểm Showroom Bắc Giang trong một lần đến Chi cục Thuế Bắc Giang thực hiện nghĩa vụ tài chính nộp thuế trước bạ cho xe của khách hàng và làm thủ tục đăng ký đăng kiểm, sau khi về showroom kiểm tra lại giấy tờ và các khoản thuế, phí đã nộp, anh Hôi phát hiện số tiền thừa là 10 triệu đồng, anh đã báo cáo sự việc cho lãnh đạo đơn vị và tới Chi cục thuế Bắc Giang để trả lại số tiền thừa... Họ - những nhân viên Thaco, những gương mặt đại diện cho sức trẻ Thaco đang chung tay xây dựng Thaco ngày càng vững mạnh.



Anh Nguyễn Văn Hôi - nhân viên lái xe kiêm đăng ký đăng kiểm Showroom Bắc Giang

# YOUTH OF THACO

Hong Hanh - Kieu Oanh |

THACO HAS MORE THAN 7.000 STAFF ALL OVER THE NETWORK, IN WHICH A YOUNG LABOR FORCE DEDICATED TO DEVOTION. APART FROM EXCEEDING OPERATION SCHEDULES AT FACTORIES LOCATED AT THE COMPLEX, THERE ARE ALSO TYPICAL EXAMPLES WORKING AT OTHER THACO'S OFFICES, WHO ARE ALWAYS THE FIRST TO ATTEND ANY MOVEMENT OR UPHOLD THE CULTURE OF THACO IN A VERY "NATURAL" MANNER.

**Ms. Ngo Thi Yen - Head of cutting and stitching line at Autocom Car Factory:  
An exemplary example of the movement "A skillful labor to excellently  
accomplish all assignments at the Complex"**

Coming to the Autocom Car Factory and asking after Ms. Ngo Thi Yen - Head of cutting and stitching line, whom everyone has heard about, who is called the "eldest sister" by other female workers at the factory because of her dedication and high responsibility at work. Funny, sociable, hard-working, creative and humble, etc. - such characters of the excellent woman are the most recognizable.

Joining Thaco family in 2010, with complete 4 years of working, each year Ms. Ngo Thi Yen always ranks in top good/excellent employees. At the 2013 year-end conference of the entire Complex, except the title of excellent labor, she was also honored to receive a reward granted by the Provincial Party Committee Secretary and the President of Quang Nam province for her remarkable accomplishments in the past year. She told that her accomplishments were unable to be fulfilled by herself without the enthusiastic support and cooperation in perfect teamwork of all female workers at the factory.

She is not only an excellent worker but utterly dedicated to researches, innovative initiatives, such as the typical initiative of "Oil coating in the process of double top stitching", contributing to rise the capacity from 2.5 up to 3.5 sets per day, which means a reduction in cost of 23.4 million dongs per year. Due to her accomplishments, Ms. Ngo Thi Yen deserves to be a leading example of the movement "A skillful labor to excellently accomplish all assignments at the Complex".

**Glass abrading team (pre-process), Chu Lai – Truong Hai Glass Factory: Excellent team in 2013**

At the 2013 year-end conference, the Complex took careful consideration and selected 12 excellent teams to be awarded, the most impressive was represented by the excellent glass abrading team, preprocess working for the Chu Lai - Truong Hai Glass Factory. Only 3 members including intermediate-level technician Nguyen Duc Hai and 2 primary-level technicians Truong Van Hao, Huynh Rin could fulfill a rather huge workload. In addition to their daily works, they also make contributions to innovative initiatives including the typical initiative of "Design, manufacturing of auto glass straight edge grinder". They redesigned the machine's platform frame with landing gears and guiding bowls for glasses, replaced the abrading lace by a driven abrading stone stably operated by electric engine, causing no vibrations for the glass supporting board. The innovation helps to ensure the quality of glass surface after grinding, eliminate the reprocess phase using manual methods, assure the sheet glass quality for next processing phases, shorten time from 5 minutes down to 2.5 minutes per sheet glass, increasing 50% of general operation capacity. Always dedicated and hard-working at work, they represent for other workers and the pride of Chu Lai - Truong Hai Glass Factory.

**Testing team - Vina Mazda Company - A team to exceed the productivity in 2013**

In 2013, Vina Mazda sold out 4.090 vehicles, which was 5 times more than 2012, becoming one of the best-selling Japanese automobile brands in Vietnam. When talking about the operating results of the Vina Mazda Company in 2013, it was impossible not to mention the great contribution of working teams and individuals at the factory, in which the guys working at the testing line - Vina Mazda Company constitute one of the teams to be highly commended as the team to exceed the productivity in 2013.

With the effort of 7 members: Ngo Van Ha, Dinh Van Cong, Le Van Tuan, Nguyen Van Tung, Pham Ngoc Son, Doan Tran Lac, Nguyen Xuan Lanh, the testing team has excellently accomplished the production missions appointed by the company's leaders: production capacity increasing from 13 vehicles per day up to 16 vehicles per day (23% up). The average workforce required for the line decreasing from 1.1 to 0.71 workers per vehicle. The error ratio of vehicles delivered to customers is well-controlled (falling from 8 errors per 608 delivered vehicles in 2012 down to 7 errors per 3218 delivered vehicles in 2013). Based on such impressive contributions, the company's leaders have acknowledged and commended, awarded the testing for extending the production capacity in 2013. This is a spiritual encouragement which is important and timely, making people to be engrossed in production, continuing to strive for the achievement of operating mission in 2014.

**Thaco's technicians won prizes in professional contests in the Southeast Asia**

At Thaco, especially spare parts and service workshops calling for technicians thirsty for learning, self-training, professional improvement from day to day in order to meet the customer's demands for repair with increasingly high requirements, professional contests are always chances for technicians to try and affirm themselves. With regard to the majority of professional contests hold by Kia Motors and Mazda in the Southeast Asia, Thaco always assign technicians to register and won high prizes. Typically, Mr. Nguyen Van Hue won the

silver medal at the “3rd Kia professional contest in Southeast Asia - Pacific” organized in Malaysia 2011. Mr. Nguyen Xuan Huong won the first prize at the “4th Kia professional contest in Southeast Asia” in Malaysia in 2013 granted a credit by the Youth Union of Dong Nai province enterprises for having “Excellent accomplishments in the implementation of youth’s project on technical initiatives, innovation in 2013”, the 2 technicians Nguyen Tuan Hao (Mazda Phu My Hung) and Nguyen Van Nam (Mazda Giai Phong) won the second prize at the 2nd Professional contest for Mazda technicians in Southeast Asia hold in Chonburi province, Thailand. They are representatives for the youth of Thaco, contributing to create increasingly high-quality services as well as more and more sustainable brand.

### **Thaco staff always uphold the cultural tradition**

During its development, Thaco always follow the 8T principle governing operations, which becomes a prerequisite criterion for selecting members to join the Thaco family. The 8T principle has contributed to the development of Thaco staff dedicated to every single operation and activity. At Thaco, there are always typical examples to well implement the said principle, for example, Mr. Phan Van Cong - Auto repair technician at Thaco Vung Tau discovered valuable belongings of a customer left on the car and returned them back; Mr. Nguyen Van Hoi – driver cum registration staff at Bac Giang Showroom once came to Bac Giang Department of Taxation to pay registration fees for a customer’s car and fulfill registration procedures, after coming back to the showroom and rechecking up papers and fees, taxes payable, and discovering a redundant amount of 10 million dong, Mr. Hoi made a report to the company’s leaders and came back to Bac Giang Department of Taxation to return back the said amount, etc. They are Thaco staff representing for the Youth of Thaco joining their hands to construct a more and more developing and sustainable Thaco.



## *KPH CHU LAI - TRƯỜNG HẢI*

# Thực tiễn và thành tựu

Kiều Oanh

Nếu đã một lần đến KPH Chu Lai - Trường Hải, được nhìn thấy quy mô của KPH với 23 công ty, nhà máy đang hoạt động sản xuất và sự cần mẫn, nhiệt tình của gần 4.000 con người tại mảnh đất này, hẳn chúng ta sẽ ngạc nhiên hơn khi biết rằng cách đây 11 năm, Chu Lai chỉ là một bãi cát trắng đầy nắng và gió, càng khâm phục hơn những gì Thaco đã và đang thực hiện để góp phần đưa KPH Chu Lai - Trường Hải phát triển, ghi dấu trong bản đồ khu vực miền Trung.

Một chiều cuối tuần của tháng 3/2014, tôi đã may mắn được nghe ông Phạm Văn Tài - Phó Tổng Giám đốc Thaco, người đã và đang gắn bó với Thaco hơn 10 năm và gắn bó với KPH Chu Lai - Trường Hải hơn 6 năm chia sẻ về “bí quyết” thành công của KPH.



## ĐỐI VỚI ÔTÔ, KHÔNG CÓ ĐAM MÊ THÌ KHÔNG THỂ LÀM ĐƯỢC

Thành công của KPH Chu Lai - Trường Hải ngày nay gắn liền với sự dẫn dắt của Chủ tịch Trần Bá Dương, một người rất đam mê về kỹ thuật, kinh doanh và luôn truyền cảm hứng, lòng yêu nghề đến người khác. Muốn làm ô tô phải có tư duy, tầm nhìn, ý nghĩ lớn... nhưng khi đặt chân trên mảnh đất này để thực hiện thì ông gặp rất nhiều khó khăn, thử thách. Khó khăn là tất nhiên, nhưng với tầm nhìn và lòng quyết tâm của mình, ông quyết định “dựng nghiệp”. Khi đối mặt với rất nhiều khó khăn thách thức đó, có những việc tưởng chừng không thể vượt qua được như giấy phép chưa có, nhân sự ít người... nhưng tất cả những khó khăn đó càng buộc người lãnh đạo phải quyết tâm hơn. Khó khăn tiếp theo là thuyết phục cộng sự, bạn bè, xã hội, những người trong nghề và cả những nhà làm chính sách để tạo sự đồng thuận... Đó là cả một quá trình và cho đến nay, thực tiễn của KPH Chu Lai - Trường Hải đã chứng minh con đường mà ông chọn là đúng.

## ĐỘT PHÁ ĐỂ THAY ĐỔI

Ban đầu, KPH Chu Lai - Trường Hải chỉ có một nhà máy xe tải cùng sản xuất chung với xưởng lắp ráp xe khách và một xưởng đóng thùng. Dù tất cả đều gói gọn vào một nhà máy, nhưng bước khởi đầu đó là điều bất buộc, nó minh chứng cho quan điểm quản trị đặc thù của Thaco là “Chuyên biệt để hiệu quả, kết hợp tạo lợi thế” được hình thành sau này. Vì sản lượng quá nhỏ, công nghệ không có bao nhiêu, nhân sự chỉ có 384 con người nên tất cả đều phải kết hợp lại. Nhưng dù kết hợp để tạo lợi thế đến đâu thì cũng tới lúc có những hạn chế khó vượt qua và buộc phải có sự đột phá. Đột phá đầu tiên là sản xuất và lắp ráp xe du lịch vào năm

2008. Với sự đột phá này, Thaco đã đối mặt với không ít đối thủ cạnh tranh lớn, những tên tuổi đã trụ vững trên thị trường ô tô Việt. Đột phá thứ hai là tách nhà máy xe khách ra khỏi nhà máy xe tải vào năm 2010, xây dựng và đi vào hoạt động vào năm 2011 và chính nhà máy xe khách đã cứu cả hệ thống Thaco trong năm 2012 khi sản lượng thị trường chung giảm, doanh số xe du lịch đi xuống. Đột phá thứ ba là thành lập Trường cao đẳng nghề vào năm 2010, nhằm đào tạo nguồn lao động có tay nghề cao cho các nhà máy và đột phá thứ tư là xây dựng Cảng Chu Lai - Trường Hải vào năm 2012 để đáp ứng nhu cầu vận chuyển hàng hóa tại KPH.

Tiến trình phát triển của KPH Chu Lai là tiến trình của sự thay đổi mà đường nổi của những điểm thay đổi đó là quỹ đạo của sự phát triển, trong đó con người luôn luôn được thúc đẩy để thay đổi chính mình (chính những người dân địa phương, công nhân và kỹ sư tại KPH cũng không thể ngờ rằng, đến một ngày mình có thể làm được ô tô bán trên cả nước và đưa thương hiệu Thaco đứng đầu thị trường Việt Nam). Những đột phá đó gần như bắt buộc khi muốn phát triển chiều sâu bằng công nghệ, vì sau khi lắp ráp sẽ đi tới sản xuất, và để tăng dần tỉ lệ nội địa hóa trong sản xuất buộc phải đi vào những chi tiết cơ khí mà không chỉ có thiết bị, con người mà còn phải có bí quyết công nghệ mới có thể thực hiện được. Bởi, trong khi KPH đang hình thành phát triển thì thế giới cũng không ngừng thay đổi và đi lên, và khoảng cách giữa Thaco và thế giới đang ngày càng xa hơn.

## NIỀM TIN

KPH Chu Lai bây giờ so với 11 năm trước là một khoảng cách rất lớn mà nhiều người lần đầu đặt chân đến không thể hình dung hết được, vì đó là một vùng đất rất nhiều khó khăn, xa vùng nguyên liệu và thường xuyên bị bão hoành



hành. Nếu so với Hàn Quốc, Nhật Bản, hay Âu châu thì rõ ràng Thaco đang có khoảng cách xa lắm. Nhưng ngược lại, Thaco đã tạo được niềm tin để các thương hiệu lớn trên thế giới như Hyundai, Kia, Mazda, Peugeot chuyển giao công nghệ. Niềm tin đó là có cơ sở, vì họ thấy được khả năng phát triển rất tiềm năng về công nghệ và thị trường của Việt Nam, niềm tin về những chính sách sẽ thay đổi, hạ tầng, đường sá được cải thiện và thu nhập bình quân đầu người sẽ tăng lên, niềm tin về nhu cầu sử dụng ô tô tại Việt Nam vẫn còn rất lớn...

Một doanh nghiệp phát triển, bao giờ cũng đứng trước những thách thức và cơ hội. Nếu nhìn một cách phiến diện hơi bi quan thì đến năm 2018 các doanh nghiệp Việt Nam sẽ bị sức ép rất lớn, đến nỗi không có khả năng chống đỡ với làn sóng hàng ngoại nhập của nước ngoài vào khi thuế suất bằng 0%. Với Thaco, thời gian dù ít nhưng vẫn còn, và đây là cơ hội, là động lực để có thể cố gắng vượt qua thách thức, tiếp tục tăng đầu tư về công nghệ để phát triển công nghiệp hỗ trợ nhằm tăng tỉ lệ nội địa hóa. Điều này sẽ kéo theo những hiệu quả tích cực là con người sẽ sáng tạo hơn, nắm bắt công nghệ tốt hơn và thị trường được mở rộng hơn, và như vậy nội lực của Thaco cũng sẽ tăng lên. Thaco sẽ nằm trong tầm ngắm của các thương hiệu lớn ở nước ngoài và trở thành đối tác của họ, để họ thực hiện chiến lược toàn cầu, trong đó họ sẽ thiết lập chuỗi giá trị mà một phần linh kiện phụ tùng sẽ được sản xuất tại Việt Nam. Thaco rồi sẽ trở thành tập đoàn đa ngành, lấy ô tô làm nền tảng, KPH Chu Lai tiếp tục phát triển để không những cung cấp cho thị trường trong nước mà còn hướng đến xuất khẩu (Hiện nay nhà máy nhựa xuất khẩu cản trước của Kia K3 sang Malaysia, nhà máy cơ khí xuất khẩu các linh kiện cơ khí sang Hàn Quốc, nhà máy dây điện xuất khẩu sản phẩm sang Malaysia, nhà máy ghế xuất qua Nga...). Bên cạnh đó, xu thế hiện nay là có sự chuyển dịch đầu tư từ Trung Quốc sang các nước ASEAN và nhiều hãng đã chọn Việt Nam để đầu tư, vì vậy Thaco vẫn còn rất nhiều cơ hội.

## TẦM NHÌN CHIẾN LƯỢC

Năm 2014 là năm Thaco xây dựng nền tảng cho chiến lược bằng cách rà soát lại tất cả quá trình đang diễn ra để đúc kết, sàng lọc những cái cũ, những cái không phù hợp và bổ sung những nhân tố mới. Và chắc chắn một điều là yêu cầu sản lượng phải ngày một tăng cao, vì không có sản lượng thì sẽ không có điều kiện để tiếp tục đầu tư. Một khi sản lượng tăng sẽ dẫn theo nhân sự, ngân sách tăng, quan trọng là Thaco chọn được một hướng đi đúng, và nếu kết quả năm 2014 tốt như mong muốn thì đương nhiên những năm tiếp theo đến 2018 Thaco cũng không ngại. Điều Thaco cần làm bây giờ là làm sao cho năng suất lao động được tăng lên và đầu tư công nghệ hiệu quả để có thể làm chủ chuỗi cung ứng từ nhà cung cấp đến khách hàng, bên cạnh đó là phát triển Trung tâm R&D để nghiên cứu phát triển các sản phẩm mới nhằm tạo giá trị gia tăng.

Thị trường Ô tô trong nước đang gặp khó khăn vì công nghiệp hỗ trợ trong nước không phát triển và dung lượng thị trường trong nước nhỏ, nhưng với niềm tin là nhu cầu ô tô trong nước sẽ tăng cao cùng với việc Thaco chiếm lĩnh các vị trí đặc địa trong hệ thống phân phối và dịch vụ sau bán hàng ngày càng được cải thiện, thì việc duy trì hệ thống sản xuất đối với Thaco là rất quan trọng. Vì sản xuất lúc này không chỉ cung cấp cho các nhà máy lắp ráp mà còn cung cấp cho hệ thống bán hàng của Thaco một cách thuận tiện, chủ động và linh hoạt. Nếu giữ được những gì hiện có và chọn điểm rơi thích hợp để đầu tư, Thaco tin chắc rằng sẽ giữ vững thị trường và không ngại hội nhập.

## VĂN HÓA ĐẶC THÙ

Hiện nay chúng ta đang sống trong một đất nước đang tái cấu trúc để thay đổi, vì vậy Thaco buộc phải có những nguyên tắc riêng mà Chủ tịch Trần bá Dương gọi là "Thay đổi để quản trị sự thay đổi". Những nguyên tắc đó không thể nhìn thấy ngay được mà phải trải qua một quá trình. Ở Thaco, không phải chỉ chọn ra một con số cụ thể trong từng năm để cố gắng đạt được nó mà phải tìm cách xây

dựng hệ thống, điển hình là hệ thống quản trị nhân sự không phụ thuộc vào một cá nhân nào, và để muốn tiến xa hơn nữa Thaco cần phải xây dựng văn hóa, trong đó văn hóa Thaco là điều rất quan trọng, nó không dễ hiểu mà yêu cầu toàn thể CB.CNV phải trải nghiệm mới có thể hiểu được, đó chính là nét văn hóa đặc thù của Thaco.

Văn hóa kỷ luật tại KPH Chu Lai được hình thành từ ý thức tự giác, các nhân sự trở thành một đội ngũ ngày càng gắn kết để cùng nhau xây dựng, đưa KPH phát triển. Muốn vậy, nguồn nhân lực cần phải tiếp tục được nâng cấp cả về công nghệ và quản trị, một khi nguồn nhân lực phát triển thì văn hóa sẽ phát triển theo. Hiện tại văn hóa Thaco có 8T, trong sản xuất có 5S và 4M (Material, Man, Machinery, Method) và quan điểm “Chuyên biệt để hiệu quả, kết hợp tạo lợi thế”. Và như mọi doanh nghiệp khác, Thaco luôn tôn trọng sự sáng tạo, khuyến khích sáng kiến cải tiến để tạo ra sự khác biệt trong sản phẩm, trong quản trị điều hành và trong chiến lược.

### **KPH CHU LAI - TRƯỜNG HẢI THỰC TIỄN & THÀNH TỰU**

Sự thành công của KPH ngày nay là minh chứng cho việc Thaco có làm được ô tô hay không? Thaco đã biến một miền cát trắng trở thành KCN ô tô được cả nước biết đến, làm thay đổi bộ mặt thị trấn Núi Thành (Quảng Nam) và làm thay đổi sinh hoạt văn hóa, tác phong của người dân ở đây. KPH Chu Lai là kết quả đã được chứng minh bằng năng lực và tình cảm của mỗi công nhân, kỹ sư, quản lý ở đây. Để có được thành quả như thế, họ phải có tình cảm thực sự với công việc, với những con người đã dẫn dắt họ thì mới bám trụ được. Điều đó cho thấy, con người là yếu tố quyết định để thay đổi, để có thể biến nguồn lực thành sản phẩm. Thay đổi là một việc không đơn giản nhưng Thaco đã làm được và trụ được để phát triển.

Trong tương lai, KPH sẽ tiếp tục nâng cấp về quản trị và công nghệ ở tầm cao hơn để hội nhập với quốc tế, vì hiện

nay Thaco chỉ mới hội nhập một phần chứ chưa hội nhập hoàn toàn. Để hội nhập hoàn toàn thì một kỹ sư của Thaco phải có thể nói chuyện sòng phẳng với một kỹ sư của Malaysia hay Hàn Quốc bằng ngoại ngữ và bằng kiến thức. Ở Thaco có một thuật ngữ được thường xuyên sử dụng là “Sự phù hợp”, tức là “Nhân sự phù hợp và Công nghệ phù hợp”. Thaco không có khái niệm “Công nghệ cao hay công nghệ thấp” mà chỉ có “Công nghệ phù hợp” (Công nghệ phù hợp với quy mô, sản lượng và trình độ quản lý). Chính vì xác định được thế nào là phù hợp, lúc nào thì phù hợp mà con người Thaco tự nâng mình lên cho phù hợp (Nghĩa là, một khi công nghệ thay đổi, sản xuất thay đổi, quy trình thay đổi thì con người cũng phải thay đổi).

Thaco đã khơi dậy được lòng tự giác của toàn thể công nhân và tạo sự đồng thuận trong nội bộ, khơi dậy lòng tự tôn dân tộc khi đứng trước những kỹ sư người nước ngoài, khi họ đến chuyển giao công nghệ, với một hoài bão là “Họ làm được thì chúng ta cũng sẽ làm được”, không chỉ làm bằng sự nhiệt tình mà bằng cả trí tuệ.

Trần trở về thế hệ tiếp theo để phát triển Thaco, Phó Tổng Giám đốc Phạm Văn Tài chia sẻ: “Nếu có một người dẫn đường tốt, có uy tín, có tầm nhìn thì sẽ liên kết được ngọn lửa nhiệt tình của tất cả mọi người để thổi bùng lên nguồn năng lượng mạnh mẽ. Chúng tôi đã có lời hứa với chính mình là phải làm được cái gì đó rồi mới trở về nhà, phải để lại cái gì đó cho thế hệ kế tiếp, vì nếu chỉ làm việc và kiếm tiền để sống cho riêng bản thân thì không thể tồn tại lâu được”.

Kết thúc buổi trò chuyện, ông chia sẻ “Bí quyết” từ thực tiễn của KPH Chu Lai mà Chủ tịch đã đưa ra từ ngày Chu Lai – Trường Hải ra đời, đó là công thức: “Chuyên gia già và Kỹ sư trẻ”.

The Chu Lai - Truong Hai Complex

# REALITY AND ACCOMPLISHMENTS

Kieu Oanh



**I**F HAVING A CHANCE TO COME TO THE CHU LAI - TRUONG HAI COMPLEX, SEE WITH OUR OWN EYES THE LARGE-SCALES COMPLEX WITH 23 COMPANIES, FACTORIES OPERATING AND THE DILIGENCE, ENTHUSIASM OF AROUND 4.000 PEOPLE WORKING AT THE LAND, WE MUST HAVE BEEN MORE SUPRISE TO LEARN THAT 11 YEARS AGO, CHU LAI WAS A WHITE SAND BANK FILLED WITH SUNLIGHT AND WIND AND MUCH MORE ADMIRED WHAT THACO HAS BEEN IMPLEMENTING TO CONTRIBUTE TO DEVELOP THE CHU LAI - TRUONG HAI COMPLEX TO BE ABLE TO IMPRINT ON THE MAP OF THE CENTRAL.

IN THE EVENING OF A WEEKEND IN MARCH 2014, I HAD THE GOOD FORTUNE TO HAVE A CONVERSATION WITH MR. PHAM VAN TAI - THACO DEPUTY GENERAL DIRECTOR, WHO HAVE HAD A STRONG ATTACHMENT TO THACO OVER 10 YEARS AND TO THE CHU LAI - TRUONG HAI COMPLEX OVER 6 YEARS SHARED THE "SECRET" OF SUCCESSES MADE BY THE COMPLEX.



### **In automobiles industry, nothing could be done without passion**

The current success of the Chu Lai - Truong Hai Complex has been closely under the direction of the Chairman Tran Ba Duong, who is extremely passionate about techniques, business and always inspire his love towards his job to other people. He knew the automobile industry requires thinking, vision, great ideas, etc.; however, when stepping into this field to implement his ideas, he came up with numerous obvious difficulties and challenges. No matter how hard it would be, he decided to run a startup thanks to his vision and determination.

Facing such difficulties and challenges, there seemed to be matters unable to overcome, such as the license yet to be registered, lack of human resources, etc.; however, those difficulties urged the leader to stay much more determined. The following difficulties consisted of convincing partners, friends, society, persons interested in the same industry and even policy makers to bring about agreement, support, etc. It was a long-term process which has been proved to be true due to the reality of the Chu Lai - Truong Hai Complex so far.

**Breakthroughs for changes**

At first, the Chu Lai - Truong Hai Complex had only a truck factory operating together with a coach assembly workshop and a cooper's shop. Although all was gathered at a factory, it was a compulsory commencement demonstrating the specific management viewpoint of Thaco: "Specialized to be efficient cooperated to gain competitive advantage", which was established afterwards. Because of tiny productivity, not much technology, only 384 staff, all were required to be combined. No matter what advantage resulted from the cooperation, it still had limitation hard to overcome and then breakthroughs is indispensable.

The first breakthrough focused on the manufacturing and assembly of passenger cars in 2008. By this breakthrough, Thaco confronted many well-known competitors that had been affirming their positions in the Vietnam's market. The second breakthrough was the separation between the coach factory and truck factory in 2010, the former was constructed and put into operation in 2011 and did save the whole Thaco network in 2012 when the overall output of the market decreased, the total sales of passenger cars reduced. The third breakthrough was the establishment of the Vocational College in 2010 to train a skillful manpower provided for factories and the forth breakthrough was the construction of Chu Lai - Truong Hai Port in 2012 to satisfy the demands for goods transportation at the Complex.

The development of Chu Lai Complex is a process of changes, the junction of changes represents the orbit of development, in which people have been always fostered to change themselves (local people, workers and engineers working at the Complex also couldn't imagine that one day, they could produce vehicles to be sold out nationwide and make the Thaco brand name take a lead in the Vietnam's market. Said breakthroughs were compulsory when desiring to develop in the depth by technology resulted in manufacturing after assembly, and in order to gradually increase the localization rate in manufacture focusing on mechanical parts which could only be proceeded with not only equipment, human resources but also technological know-how. The fact was that when the Complex was established and developed, the world has continues to change and step forward, resulted in the much further distance between Thaco and the world.

**Belief**

In comparison with the previous 11 years, the Chu Lai Complex has made a huge advance so far, which not many people

could imagine at their first coming to the area once facing many difficulties, located away from material areas and usually suffering from storms. Compared to Korea, Japan or Europe, Thaco was undeniable to be left behind at an extreme distance. On the contrary, Thaco has made prestigious worldwide brands including Hyundai, Kia, Mazda, Peugeot believe in technology transfer. Their belief was based on the potential to develop technology and market in Vietnam, changes in policies, infrastructure, roads about to be improved and the average income about to speed up, a huge demand for automobile usage in Vietnam, etc.

The development always put an enterprise in the face of challenges and opportunities. According to an unilateral and a bit pessimistic overview, Vietnamese enterprises would sustain such an extremely huge pressure by 2018 that they could hardly be capable to resist the wave of goods imported from abroad when taxes fall down to 0%. In Thaco's point of view, time is not much left but still, and that is the opportunity, the motivation for striving to overcome challenges, continue to increase investments in technology so as to develop the supporting industry to rise the localization rate. Those efforts will lead in positive results including people becoming more creative, better catching up with technology and more enlarged markets, and then the internal force of Thaco about to be enhanced. Thaco will become a target of well-known foreign brand names and then their partners, so that they can implement the global strategy, in which a value chain will be established, allowing part of spare parts, accessories to be manufactured in Vietnam. Thaco will soon become a multi-business corporation, specialized in automobiles, the Chu Lai Complex will continues to develop to provide products not only for domestic markets but foreign ones also (Nowadays, the glass factory exports the Kia K3 front panels to Malaysia, the mechanical factory exports mechanical parts to Korea, the electric wire factory exports its products to Malaysia, the car seat factory exports its products to Russia, etc.). Besides, today's tendencies has shown a transfer of investments from China to Asean countries and many corporations chose Vietnam to make investments, therefore, there are still numerous opportunities for Thaco, in combination with will and mind of Vietnamese people striving day by day to rise up to as high as the world.

**Strategic vision**

Thaco is going to establish the foundation for the strategy in 2014 by checking every current process so as to summarize, get rid of the old and inappropriate elements, and add new factors. Certainly, it is required that production capacity must increase more and more for continuous investments. The increase in production capacity will result in the rise of manpower and budget, the most importance is that Thaco has to choose

the right way. In case of that the results are as positive as expected, Thaco would be ready for the forth-coming years until 2018. It is necessary to enhance the production capacity and effectively invest in technology so as to master the supply chains connecting suppliers and customers, as well as develop R&D center where researches are made to innovate new products to bring additional values.

We are in difficulties since the supporting industry in Vietnam has not developed and domestic market is limited, but it has been believed that the domestic demand for automobiles will highly rise, and Thaco will possess the most favorable positions in the distribution network, the after-sales services will be increasingly improved, it is important to maintain the production system because the production has conveniently, proactively and flexibly provided not only assembly factories but also Thaco's distribution network. If Thaco could maintain its current position and implement the right investments, there would be no doubt that Thaco will stabilize at its position and be ready for integration.

### **Specific culture**

We are now living in a country being restructured to make changes, therefore Thaco must have its own principles which were called by Chairman Tran Ba Duong "Do changes to manage changes". Such principles cannot be seen immediately without a process. At Thaco, it has been not only to choose a specific figure each year and strive to achieve, but also to find out the way to build up the systems, typically human resources management system depending on no individual, and in order to make further advance, Thaco is required to establish its culture which plays an important role and is difficult to understand. It requires all staff members of Thaco to experience the culture to understand thoroughly. That is the specific culture of Thaco.

The disciplinary culture at Chu Lai Complex has been established by self-awareness, all staff members have been more and more united to join hands for the development of the Complex. Hence, the manpower is required to be incessantly upgraded in terms of technology and management, the development of human resources will result in the development of the corporate culture. At present, Thaco's culture has 8T, 5S and 4M (Material, Man, Machinery, Method) in production and the point of view "Specialization for efficiency, cooperation for advantages". Resembling other enterprises, Thaco has always respected creation, encouraged innovative initiatives to stand out in terms of products, management and strategy.

### **The Chu Lai - Truong Hai Complex Reality and Accomplishments**

Does the current success of the Complex represent the capacity of Thaco to manufacture automobiles? Thaco turned a white sand area into a well-known automobile industrial zone, made changes to Nui Thanh town (Quang Nam) as well as cultural activities, behaviors of local people. Chu Lai Complex is the result of the competence and enthusiasm of every worker, engineer and manager here. In order to obtain such results, they must have the true feelings for their job and for people who gave them the instructions. It is undoubted that people play the key role to make changes and turn resources into end products. Changing is not simple but Thaco has succeeded in and stayed firm to continue its development.

In the future, the Complex will continue to upgrade its management and technology to a higher level to integrate the world thoroughly. In order to succeed in a complete integration, a Thaco's engineer is supposed to be confident to have a straightforward conversation with another engineer coming from Malaysia or Korea by foreign languages and knowledge. At Thaco, the term "Conformity" is usually in use, which means "Appropriate human resources and appropriate technology". Thaco has no concepts of "High-end or underdeveloped technology", it is just "Appropriate technology" (Technology in conformity with scale, productivity and management level). Due to the ability to identify the appropriate manner and time, Thaco's people have strived to improve themselves to be appropriate. (It means that once technology, production and process change, people need to adjust too).

Thaco has succeeded in encouraging the self-awareness of all staff members and creating its internal consent, encouraging the national pride when facing foreign partners who come for technology transfer, by an aspiration which is that "They made it and so will us", Thaco's people do it with both enthusiasm and intelligence.

With regard to his concern about the next generations to develop Thaco, Mr. Pham Van Tai - Deputy General Director shared his thoughts: "A good and prestigious leader with a strategic vision will unite the flame of enthusiasm of all staffs to inflame a powerful energy. We made our own promise that we would come home only after something was made and left for the next generations, because working and earning money only for your own life cannot help us withstand". At the end of the conversation, he shared the "secret" of Chu Lai Complex's reality, which was offered by the Chairman since the startup of Chu Lai - Truong Hai, the formula: "Old experts and Young engineers".

Khu phức hợp Chu Lai - Trường Hải

# ĐẢM BẢO AN TOÀN VỀ SINH LAO ĐỘNG VÀ PHÒNG CHỐNG CHÁY NỔ TRONG MÙA KHÔ

Nguyễn Thị Hồng Hạnh

**Khu phức hợp Chu Lai - Trường Hải là nơi quy tụ các nhà máy sản xuất, lắp ráp công nghiệp cơ khí ô tô lớn nhất cả nước với gần 4.000 CB.CNV đang làm việc, riêng Khu Cơ khí ô tô gồm 22 công ty, nhà máy đang hoạt động trên diện tích 243 ha. Tại đây, công tác đảm bảo An toàn vệ sinh lao động và Phòng chống cháy nổ (ATVSLĐ và PCCN) là vấn đề rất quan trọng và luôn được đặt lên hàng đầu. Một mùa khô nữa đang tới, KPH Chu Lai - Trường Hải đã thành lập Ban chỉ đạo ATVSLĐ và PCCN gồm 23 thành viên và 12 tiểu ban để chủ động xử lý các tình huống khi có sự cố xảy ra.**

**X**ác định rõ tai nạn lao động và hỏa hoạn không chỉ gây tổn thất về nguồn lực là con người mà còn làm thất thoát lớn về tài sản. Vì vậy, việc đảm bảo ATVSLĐ và PCCN là nghĩa vụ của toàn thể CB.CNV tại KPH. Ngay từ những ngày đầu bước vào mùa hanh khô, ban chỉ đạo đã triển khai các hoạt động tuyên truyền, nhắc nhở: "Suy nghĩ và hành động vì mục tiêu không tai nạn lao động, bệnh nghề nghiệp, cháy nổ tại nơi làm việc". Đồng thời, đã chủ động thành lập ban ATVSLĐ và PCCN tại từng đơn vị, tạo nên mạng lưới an toàn vệ sinh ở các phân, xưởng, tổ, đội sản xuất. Triển khai các bảng, biểu nội quy, quy chế hoạt động, các quy trình kỹ thuật an toàn, quy định về công tác PCCN và quản lý các trang thiết bị nhằm nhắc nhở CB.CNV thực hiện đúng các quy định về an toàn lao động và phòng ngừa nguy cơ cháy nổ xảy ra. Trong những năm qua, hưởng ứng các hoạt động ATVSLĐ và PCCN, Khu phức hợp Chu Lai - Trường Hải đã tổ chức huấn luyện nghiệp vụ PCCN cho hơn 800

CB.CNV trong toàn KPH với nhiều tình huống giả định được thực hiện, tổ chức diễn tập các phương án cháy giả định tại các xưởng nhằm nâng cao ý thức và kỹ năng PCCN cho CB.CNV. Công tác bồi thường, trợ cấp tai nạn lao động, bệnh nghề nghiệp, chế độ khám sức khỏe định kỳ, cấp phát các trang thiết bị bảo hộ lao động cho từng cá nhân CB.CNV được thực hiện tốt qua các khâu. Các hoạt động thanh tra, kiểm tra giám sát vẫn thực hiện một cách triệt để nhằm rà soát, đánh giá và nâng cấp hoạt động đảm bảo ATVSLĐ và PCCN. Việc đảm bảo ATVSLĐ & PCCN chính là đảm bảo an toàn tính mạng cho người lao động và gia đình, đảm bảo an toàn về cơ sở vật chất cho công ty, góp phần xây dựng công ty xanh - sạch - đẹp...

Tuy nhiên, dù công tác đảm bảo ATVSLĐ & PCCN tại KPH Chu Lai - Trường Hải luôn được ban lãnh đạo quan tâm, triển khai thực hiện kế hoạch cụ thể trước khi vào mùa khô, nhưng vẫn còn xảy ra các trường hợp mất ATLĐ mà nguyên nhân chủ yếu là do vi phạm quy trình, quy phạm kỹ thuật an toàn, thái độ bất cẩn, chủ quan của người trực tiếp lao động (chiếm 70%), điều này cho thấy ý thức tự bảo vệ của công nhân lao động trực tiếp vẫn chưa cao. Người lao động chưa thực hiện nghiêm túc các quy định về ATVSLĐ & PCCN, chưa coi ATVSLĐ & PCCN là nhiệm vụ trọng tâm và thường xuyên của mình.

Để ATVSLĐ & PCCN được thực hiện tốt, các xưởng sản xuất trong KPH phải tạo vành đai phòng chống cháy và loại trừ mọi khả năng phát sinh ra mối lửa tại những chỗ sản xuất có liên quan đến các chất dễ cháy nổ; Trang thiết bị phải đảm bảo kín, để hạn chế thoát hơi, khí cháy ra khu vực sản xuất; Đồng thời, CB.CNV lao động phải sử dụng đầy đủ,

thường xuyên các trang thiết bị bảo hộ lao động. Điều đó không chỉ giúp đảm bảo an toàn cho chính mình mà còn cho công ty. Ngoài ra, công ty cũng ngăn ngừa tai nạn lao động, và phòng chống cháy nổ bằng các biện pháp rắn đề và kỷ luật nếu cá nhân lao động lơ là, vô trách nhiệm với những tài sản chung, gây mất trật tự vệ sinh an toàn ảnh hưởng đến công ty và cộng nhân khác.

Một mùa khô nữa lại đến, thời tiết nắng nóng kéo dài là nguy cơ gây cháy nổ và mất an toàn lao động rất cao, do đó là thành viên trong gia đình Thaco, đặc biệt là tại KPH ô tô Chu Lai - Trường Hải, hy vọng toàn thể CB.CNV hãy chung tay xây dựng một môi trường làm việc an toàn, sạch đẹp. Đây chính là quyền, nghĩa vụ và trách nhiệm của mỗi CB.CNV, cũng chính là thực hiện tốt chủ trương của Nhà nước "Đẩy mạnh công tác an toàn lao động, vệ sinh lao động trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế".



## Chu Lai - Truong Hai Complex

# ASSURES WORKPLACE HEALTH AND SAFETY AND FIRE SAFETY IN THE DRY SEASON

Nguyen Thi Hong Hanh



Chu Lai - Truong Hai Complex is the convergence location of the largest industrial automobile mechanical manufacture and assembly factories in the country with almost 4,000 staff members, particularly the Automobile Mechanical Zone consists of 22 companies, factories operating on an area of 243 ha. Workplace health and safety and Fire safety are considered to be extremely important and priorities. Here comes a dry season, Chu Lai - Truong Hai Complex has founded the Steering Committee of Workplace health and safety and Fire safety which includes 23 members and 12 subcommittees to take the initiative to resolve occurring problems.

Accidents at work and fire cause not only damages to manpower but loss of assets also. Therefore, staff members working at the Complex assume the responsibility of Workplace health and safety and Fire safety. At the very first days of the dry season, the steering committee has implemented the propaganda: "Think and act for the purpose of no occupational accidents, diseases and fire at work". At once, a department of Workplace health and safety and Fire safety is also established at each institution, creating a network through factories, workshops, teams and groups of production. The notice boards, regulations upon operations, the safe technical processes, regulations upon fire safety and equipment management have been carried out to remind staff members of complying with the regulations upon Workplace health and safety and Fire safety.



For the past years, in response to Workplace health and safety and Fire safety activities, Chu Lai - Truong Hai Complex has organized training courses on fire and explosion safety with the attendance of more than 800 members working at the Complex including of many supposed situations and rehearsals at workshops so as to enhance the awareness and fire-explosion prevention skills of all staff members. The compensation, allowances for occupational accidents and diseases, periodic health inspection, and allocation of safety working clothing and equipment for staff members have been well-done. The inspection and supervision activities still have been strictly implemented to check up, evaluate and improve Workplace health and safety and Fire safety activities. Assuring Workplace health and safety and Fire safety is to ensure life safety of employees and their families, safety of the company's material facilities, contribute to build a green - clean - nice work place. Though Workplace health and safety and Fire safety always receives the attention from the management board who has implemented specific plans prior to the dry season, unsafe cases at work still have happened mainly due to the violations of safety technical regulations, careless behaviors of workers (accounted for 70%), which meant that the workers' awareness of self-protection has not been good. Labors are yet to be serious to implement regulations upon Workplace health and safety and Fire safety, to consider Workplace health and safety and Fire safety as an important and frequent mission.

In order to well-perform Workplace health and safety and Fire safety, manufacturing factories at the Complex are required to build up a belt of fire safety and eliminate every single potential to cause fire at workplace containing flammable substances; All equipment and device must be under perfect inspection to prevent gas leak in manufacturing areas; All staff members are required at the same time to make full and frequent uses of safety working clothing and equipment, which will ensure the safety of both themselves and the company. Besides, the company also prevents occupational accidents and fire and explosion by warning and disciplinary methods against working individuals who are heedless of and irresponsible for common assets, causing disorder or lack of hygiene, affecting the company and other workers.

Here comes another dry season, the prolonging hot and sunny weather is likely to bring about the risks of fire, explosion and occupational accidents, consequently, every staff member working in Thaco family, especially at Chu Lai - Truong Hai Complex is highly expected to join hands for a safe, clean and nice workplace. That is the right, obligation and responsibility of each staff member, as well as an excellent performance of the State's policy "Boosting Workplace health and safety in the period of industrialization, modernization and international integration".

# PHÂN LUỒNG HỌC SINH SAU TRUNG HỌC

**Phan Tiềm**

(Hiệu trưởng Trường Cao đẳng nghề  
Chu Lai - Trường Hải)

**Mục đích cuối cùng của việc học tập ở mỗi người chúng ta, đó là mong muốn được trang bị những kiến thức, kỹ năng của một nghề để sau này tồn tại, nuôi sống bản thân, gia đình và khẳng định giá trị của mình trong xã hội**

**T**rong hệ thống giáo dục phổ thông, từ bậc học Trung học cơ sở (THCS), công tác hướng nghiệp đã được chú trọng và đưa vào chương trình chính khóa, được thể hiện qua các môn học như: Môn công nghệ, ở lớp 9, mỗi tháng học sinh được học 1 tiết hướng nghiệp. Bước vào bậc học Trung học phổ thông (THPT) việc phân luồng, hướng nghiệp được thực hiện thông qua chủ trương phân ban (Tự nhiên, Xã hội và Cơ bản); thông qua nội dung môn học hướng nghiệp, môn học nghề ở lớp 11, môn kỹ thuật công nghiệp, kỹ thuật nông nghiệp. Điều này đã nói lên quan điểm chỉ đạo của Chính phủ về giáo dục hướng nghiệp, phục vụ việc phân luồng cho học sinh ở nước ta.

Ở năm học 2011 - 2012, để thực hiện nhiệm vụ đào tạo, cả nước có 236 trường đại học, 198 trường cao đẳng và 295 trường trung cấp, trực thuộc sự quản lý của Bộ Giáo dục - Đào tạo và một số bộ chuyên môn (Bộ Công thương, Bộ Y tế, Bộ NN&PTNT, Bộ Bưu chính Viễn thông, Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch...). Về đào tạo nghề, cả nước có 136 trường Cao đẳng nghề, 308 trường Trung cấp nghề và 849 Trung tâm dạy nghề trực thuộc sự quản lý của Bộ LĐTB&XH và các tỉnh, thành.



Thời gian qua, từ việc mở quá nhiều trường đại học cả công lập và ngoài công lập cộng với tâm lý xã hội ở người dân nước ta, ai ai cũng mong muốn con mình, bản thân mình được học đại học, bất kể khả năng học tập như thế nào, điều kiện kinh tế gia đình ra sao. Từ một bên là thu nhập, doanh thu (đối với trường ngoài công lập), là để nuôi đội ngũ CB - GV - NV quá công kênh (đối với trường công lập) và một bên là có nhu cầu học đại học bất kể loại hình gì, học phí bao nhiêu, học ra có việc làm hay không... Từ đó đã làm cho cơ cấu trình độ, cơ cấu ngành nghề ở nước ta rơi vào tình trạng bất hợp lý, chưa gần bó với nhu cầu nhân lực của từng nghề, từng địa phương. Nếu đúng theo định hướng ở Nghị quyết đại hội Đảng lần thứ XI "Đến năm 2020 nước ta trở thành nước công nghiệp" thì tỷ lệ giữa các trình độ phải là: 1 đại học - 4 trung cấp - 10 công nhân kỹ thuật. Thậm chí ở giai đoạn công nghiệp cơ khí hóa, tỷ lệ này là: 1- 4 - 60 thì nước ta ở năm 2012 tỷ lệ này là: 10 đại học - 4,3 trung cấp - 5,6 công nhân kỹ thuật.

Thực tế này đã làm cho thị trường lao động nước ta rơi vào cảnh "thừa đại học thiếu công nhân có tay nghề cao" để chuẩn bị cho xu thế hội nhập toàn cầu, đồng thời tạo sự lãng phí lớn cho cá nhân, gia đình và xã hội.

Trước thực trạng này, để định hướng phân luồng cho học sinh học xong bậc THCS, Chính phủ đã đề ra chiến lược phát triển kinh tế xã hội giai đoạn 2011 - 2020 và Bộ Chính trị cũng có Chỉ thị số 10-CT/TW ngày 05 tháng 12 năm 2011, trong đó đề ra mục tiêu cụ thể "Thu hút 30% học sinh tốt nghiệp THCS vào học các trường Trung cấp chuyên nghiệp và học nghề" hoặc "Năm 2020, phần đầu có ít nhất 30% học sinh sau khi tốt nghiệp THCS đi học nghề". Từ đó, "đưa tỷ lệ lao động qua đào tạo đạt 45% vào năm 2015 và 55% vào năm 2020". Nhưng thời gian qua, cho dù đã có những chỉ thị, văn bản của các cấp quản lý nhưng kết quả phân luồng học sinh sau khi tốt nghiệp THCS ở nước ta vẫn không đạt hiệu quả mong muốn, vì các nguyên nhân sau:

1/Bên cạnh yếu tố tâm lý - xã hội ở nước ta, ngoài quan niệm chuộng "bằng cấp" của người Việt còn một nguyên nhân nữa là do Chính phủ, lãnh đạo các tỉnh, thành thiếu kiên quyết thực hiện phân luồng từ tầm vĩ mô, thể hiện ở:

- Chính phủ cho mở quá nhiều trường đại học (kể cả trường đại học ngoài công lập), giảm số trường trung cấp, cho phép các trường đại học đào tạo hệ trung cấp...
- Còn xem nhẹ việc xếp ngạch, bậc, hệ số lương đối với người học nghề.
- Các địa phương lại mở thêm nhiều trường phổ thông hoặc tăng tỷ lệ học sinh học xong bậc THCS vào học các trường THPT cao. Trên phạm vi cả nước thì trong 2 năm học 2010-2011, 2011 - 2012, tỷ lệ học sinh tốt nghiệp THCS vào học THPT chiếm trên 70% (nhưng có không ít tỉnh, thành tỷ lệ này lên đến 90%), vào học bổ túc THPT chiếm khoảng trên 8%; chỉ có khoảng 2% vào học trung cấp. Nhiều trung tâm GDTX, trung tâm kỹ thuật tổng hợp - hướng nghiệp, các trường trung cấp không có học sinh vào học.

2/Đào tạo không gắn với nhu cầu thị trường lao động; Khâu dự báo nhu cầu các ngành nghề cùng trình độ đào tạo mà doanh nghiệp, thị trường lao động cần còn yếu; Mỗi liên hệ gắn kết giữa ba nhà: Nhà nước - nhà trường và nhà tuyển dụng lao động chưa tốt.

3/- Công tác giáo dục hướng nghiệp trong nhà trường còn yếu, một phần do trường phổ thông thiếu thông tin về các văn bản, chỉ thị của Đảng và các cấp quản lý của nhà nước về chủ trương phân luồng sau bậc THCS; không nắm bắt được sự thay đổi nhu cầu ngành nghề của thị trường lao động (Tài liệu các trường đang sử dụng thường đã được biên soạn cách đây 6 - 10 năm), thiếu sự tham gia tư vấn, báo cáo của doanh nghiệp của nghề có liên quan đến nội dung buổi hướng nghiệp, các thầy cô lên lớp giờ hướng nghiệp chủ yếu là giáo viên chủ nhiệm hoặc giáo viên kỹ thuật, giáo dục công dân đảm nhiệm, giáo viên không được bồi dưỡng cập nhật thông tin nên giờ hướng nghiệp còn mang tính đối phó. Chưa chủ

động tìm đến doanh nghiệp để kết nối thông tin phục vụ công tác hướng nghiệp.

4/- Mạng lưới các trung tâm quá nhiều, dầm đạp chức năng (như trung tâm dạy nghề, trung tâm giáo dục kỹ thuật tổng hợp - hướng nghiệp, trung tâm giáo dục thường xuyên, trung tâm học tập cộng đồng...) nhưng cơ sở vật chất, thiết bị đào tạo lại còn thiếu và lạc hậu. Các trường trung cấp, các cơ sở dạy nghề chưa chủ động tìm đến nơi cần tư vấn (về nói chuyện, tư vấn, phổ biến những chủ trương tại thôn, xã, phường, trường THCS...).

Nghiên cứu một số mô hình phân luồng trong đào tạo ở các nước cùng khu vực, chúng ta thấy chính phủ nhiều nước đã làm rất tốt việc phân luồng này: Thông thường, sau khi tốt nghiệp Trung học cơ sở, khoảng 50% học sinh học lên Trung học phổ thông, 50% chuyển sang học nghề trình độ sơ cấp và trình độ trung cấp (3 năm). Sau khi tốt nghiệp trung cấp nghề, học sinh được học lên cao đẳng nghề (02 năm - nếu có nguyện vọng). Và sau khi tốt nghiệp cao đẳng nghề, học sinh có thể học liên thông lên đại học để lấy bằng cử nhân hoặc theo học nghề tiếp 2 năm để có bằng nghề trình độ cao.

Từ cách phân luồng của một số nước trong khu vực, chúng ta cần học tập, rút kinh nghiệm và quyết liệt hành động để tình trạng “Thừa thầy thiếu thợ” không còn xảy ra, chuẩn bị nguồn lao động sẵn sàng cho việc hội nhập.

Việc phân luồng học sinh sau trung học cơ sở cũng như sau bậc học trung học phổ thông là vô cùng quan trọng, nếu không khắc phục tình trạng này, đến các năm 2015 trở đi, khi chúng ta hội nhập theo lộ trình cam kết với WTO nguồn lao động của nước ta sẽ không đáp ứng được yêu cầu mới và sẽ có những doanh nghiệp buộc phải sử dụng lao động đến từ các nước trong khu vực cũng như từ các nơi khác trên thế giới.

---

*Trong bài viết có sử dụng tư liệu của PGS.TS Dương Đức Lân, TS. Nguyễn Đắc Hưng và thông tin ở một số Hội thảo của Bộ GD&ĐT. Bộ LĐTB&XH.*



# CLASSIFICATION OF STUDENTS AFTER HIGH SCHOOL

Phan Tiem

(Headmaster of Chu Lai - Truong Hai Vocational College)

Our final purpose of learning is to be equipped with knowledge and skills belonging to a specific profession which can help us to survive, support ourselves, our family and affirm our values in the society.

In the general education system, the vocational guidance is concentrated since secondary school and introduced in major education programs, represented through subjects, for example, with regard to technology, every student in 9th grade will have a class of vocational guidance. Entering high school, the classification and vocational guidance are implemented through a policy on curriculum classification (Natural Sciences, Social Sciences and Basic Sciences); through the content of vocational subjects, vocational subjects in 11th grade, industrial techniques, and agricultural techniques. That shows the guidance by the Government on vocational education for the purpose of student classification in our country.

In the school year 2011 - 2012, in order to implement the training mission, there were 236 universities, 198 colleges and 295 junior colleges across the country directly under the management of the Ministry of Education and Training and some specific ministries (Ministry of Industry and Trade, Ministry of Health, Ministry of Agriculture & Rural Development, Ministry of Posts and Telecommunications, Ministry of Culture - Sport - Tourism, etc.). In terms of vocational training, there were 136 vocational colleges, 308 vocational high schools and 849 vocational centers all over the country directly under the management of the Ministry of Labour, Invalids and Social Affairs and provinces, cities.

There have been recently too many public and private universities established in combination with the social psychology of people nationwide who all wants themselves, their children to enter the university regardless of learning ability and family's economic conditions. The motives include, for one side, income, turnover (private universities), or the purpose to maintain a great number of staff, professors and employees (public universities) and for the other side the demand for studying in university irrespective of types, fees, professional potential after university, etc. Such things have resulted in unlogical educational levels, professional structure of the country, which have been unconnected with the demand for human resources of each career, each locality. According to the orientation of the resolution adopted by the 11th Party Congress "Our country will become an industrial country by 2020", the proportion of educational levels should be as follows: 1 university graduate - 4 junior college graduates - 10 technical workers. In the period of mechanized industry, this proportion should be: 1 - 4 - 60 while the proportion in



2012: 10 university graduate - 4,3 junior college graduates - 5.6 technical workers.

Because of that fact, the labor market in our country falls into a situation that there are "unwanted university graduates when deprived of skillful workers" to prepare for global integration trends and that means at once a considerable waste of individuals, families and the society. Facing the situation, so as to orient the classification of students after secondary school, the Government proposed a strategy for economic and social development of the period 2011 - 2020 and the Politburo also ratified the Directive No. 10-CT/TW dated December 5, 2011 proposing specific targets "Attracting 30% students graduating from secondary schools to study in Professional and Vocational high schools" or "In 2020, striving to encourage at least 30% students graduating from secondary schools to study in vocational high schools" and then "increasing the percentage of labors after vocational training by 45% in 2015 and 55% in 2020".

Despite issued directives by appropriate authorities, the student classification after secondary school in our country has not reached expected results and efficiency due to the following causes:

1. In addition to the psychological and social characteristics of our country, the conception inclined to "qualifications" of Vietnamese people, the Government, leaders of provinces and cities are yet to strive for the implementation of student classification in a macroscopic manner, specifically:

- The Government allowed the establishment of too many universities (including private ones), the reduction in junior colleges, allowed universities to proceed with an intermediate curriculum, etc.
- Disregarding the establishment of salary scale, grading with respect to apprentices.
- Localities continue to set up many high school or increase the proportion of students finishing secondary school and entering high school. On the national scale, in the two school years 2010-2011, 2011 - 2012, the proportion of students graduating from secondary school and proceeding with high school accounted for more than 70% (even up to 90% in a lot of provinces and cities), over 8% continuing study at higher schools and only 2% at junior colleges. Many higher training centres, generally technical - vocational centres, junior colleges could hardly enroll any new students proceeding with high school.



2. Training in weak connection with the demand of labor market; The unsound forecast of demands for professions and training levels that enterprises, labor market in need; The unsound connection between the State - schools and employers.

3. The unsound vocational guidance in schools partly due to the deficiency of schools in directives, documents approved by the Party and appropriate authorities regarding the classification after secondary schools; inability to catch up with changes in professional demands of the labor market (Curriculums in use at the schools were compiled from 6 to 10 years ago), lack of the consultancy, reports by enterprises on professions in relation with vocational guidance, vocational classes usually assigned to head teachers or teachers specialized in techniques, civics, who are yet to access refresher courses or up-to-date information, resulted in superficial classes. Schools take no initiative to meet with enterprises to access information used for vocational guidance.

4. There are unnecessary centers having alike functions (such as vocational centers, generally technical - vocational training centers, continuing education centers, community learning centers, ect.) but the material facilities, training equipment which are underdeveloped. Junior colleges, vocational institutions take no initiative to come to places in need of consultancy (having conversation, consulting, propagating policies in villages, communes, districts, secondary schools, etc.).

By doing researches on some classification models applied for education in regional countries, we could admit that the government of many countries has excellently implemented such classification: Normally, after secondary schools, approximately 50% students come to high schools; the other 50% pursue a primary or intermediate vocational curriculum (3 years). After junior vocational colleges, students are allowed to enter vocational colleges (02 years - depending on their expectations). After vocational colleges, they can continue to study at universities to be granted BA degree or proceed with another 2 years to achieve professional degree.

We are required to learn from the foregoing classification in regional countries and strive to take action to push back the situation of “Too many chiefs, not enough workmen”, helping the manpower to be ready for the integration.

The classification of students after secondary schools as well as high schools is extremely important. If the above situation was not resolved, the human resources of our country would not satisfy new requirements in 2015 and later when Vietnam’s integration occurs in conformity with the itinerary commitments with WTO, there would be enterprises which would be forced to hire labors from other regional countries and foreign countries all over the world.

---

*The article referred to documentation of Assoc. Prof. Dr. Duong Duc Lan, Dr. Nguyen Dac Hung and information from Conferences hold by the Ministry of Education and Training, Ministry of Labour, Invalids and Social Affairs.*



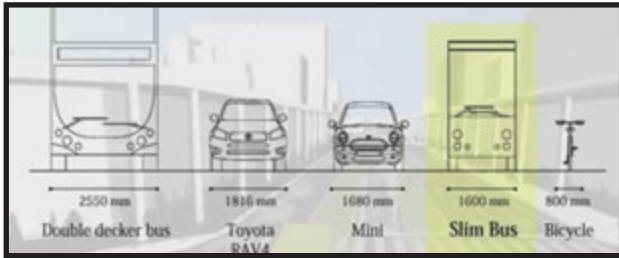
# THÀNH PHỐ SỢI và xe buýt gậy

PGS. TS Phạm Xuân Mai

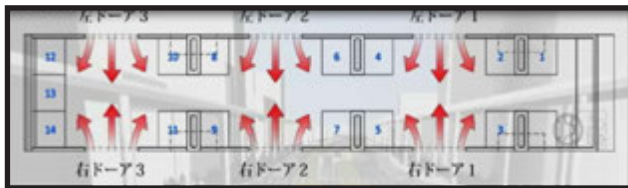
## GIỚI THIỆU

Những năm gần đây, các thành phố lớn trên thế giới đang ngày càng phải đối mặt với sự gia tăng dân số, trong khi diện tích đất giao thông đô thị ngày càng bị thu hẹp do phát triển các trung tâm thương mại, dân cư. Đặc biệt là ở các thành phố lớn của Nhật Bản, một đất nước có chiều dài nhưng bề ngang hẹp, mật độ dân số cao, gây ùn tắc giao thông khá nghiêm trọng. Một nghiên cứu của phòng thí nghiệm Ohno, Đại học Tokyo, Nhật Bản đã cho thấy rằng, đến năm 2050, xe cá nhân sẽ tăng gấp đôi hiện nay và nạn ùn tắc giao thông đô thị sẽ trở nên gánh nặng không thể khắc phục được. Các giải pháp tàu điện ngầm hoặc đường trên cao sẽ không được khuyến khích vì Nhật Bản lo sợ nạn động đất và nước biển dâng do biến đổi khí hậu. Vì vậy, các chuyên gia giao thông của đại học Tokyo đã đưa ra giải pháp dùng hệ thống xe buýt, chạy trên làn đường dành riêng, nhưng phải chung sống được cùng với các loại xe cá nhân. Đó là dự án thành phố Sợi và xe buýt Gậy (sẽ nói ở mục 2).

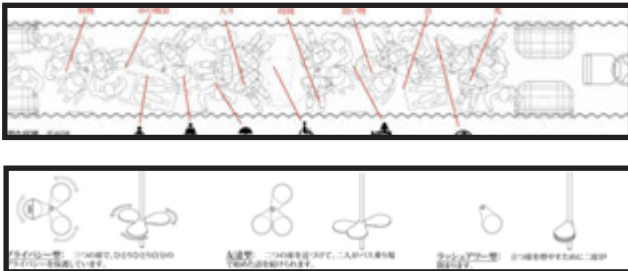
Còn ở Việt Nam, từ năm 2000 trở lại đây, cùng với sự mở cửa phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam, đặc biệt tại 2 thành phố lớn là Tp.HCM và Hà Nội, nhu cầu đi lại tăng trung bình 8% - 10%/năm, trong khi hệ thống giao thông công cộng (GTCC) chủ yếu là xe bus rất yếu kém, chỉ đáp ứng được 10% - 12% nhu cầu.



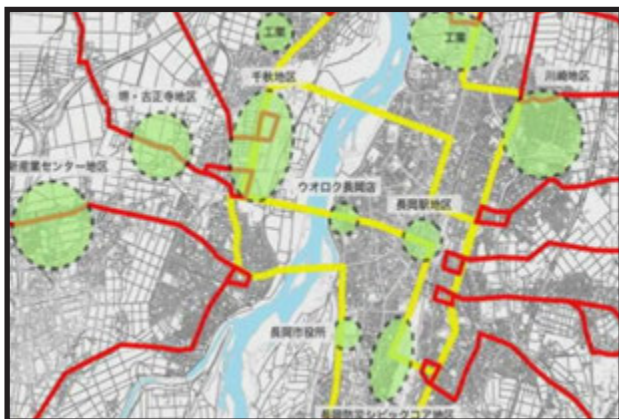
Hình 1: xe Slimbus trên làn đường so sánh với các loại xe khác



Hình 2: Bố trí mặt bằng xe Slimbus loại thông thường (14-16 chỗ ngồi và 24 – 26 chỗ đứng)



Hình 3: Bố trí mặt bằng xe Slimbus và ghế "cột hoa" ở giữa



Hình 4: Bố trí các tuyến xe Slimbus như các sợi chỉ đỏ và vàng có các nút thắt

đã dẫn đến sự bùng nổ của xe gắn máy. Hiện nay, Tp.HCM đã có đến 5,5 triệu xe máy và Tp.Hà Nội cũng có đến gần 4 triệu xe máy. Hậu quả là tắc nghẽn giao thông, ô nhiễm môi trường và tai nạn giao thông. Trung bình mỗi năm, 2 thành phố này có khoảng 2000 người chết vì tai nạn giao thông, trong đó 73% liên quan đến xe máy, tổng thiệt hại gần 2 tỷ USD, chiếm khoảng 2% - 3,5% GDP. Nguyên nhân chủ yếu là chúng ta không có hệ thống GTCC phù hợp với các nhân tố sau:

- Đường sá hẹp (35% có chiều rộng dưới 7m và 51% từ 7m - 12m) và hệ thống xe bus hoạt động đa phần (90%) trên làn đường chung với xe máy, luôn xảy ra xung đột với xe máy, từ đó không thu hút được hành khách, mặc dù có đến 84% người dân đều rất muốn đi xe bus với yêu cầu: nhanh, đúng giờ, tiện nghi và giá vé vừa phải.

- Mặc dù đã có các dự án tàu điện ngầm, monorail... từ năm 1998, nhưng do hệ thống này quá đắt (125 triệu USD/1km) và Việt Nam không đủ năng lực tài chính để các định chế tài chính quốc tế cho vay (WB, ADB...) nên chỉ đến năm 2018 mới có thể vận hành thử tuyến metro số 1 Bến Thành - Suối Tiên (20 năm sau từ khi có dự án). Khác với Nhật Bản, Việt Nam không lo sợ động đất và sóng thần nhưng lại lo sợ không vay được 21 tỷ USD cho 2 Nhóm hợp phần dự án tàu điện ngầm ở Tp.HCM và Hà Nội trong 10 năm 2015 - 2025.

- Trong giai đoạn 2015 - 2030, hệ thống xe bus vẫn là lực lượng GTCC chủ lực cho các thành phố Việt Nam và vẫn phải chấp nhận sống chung với xe cá nhân, đặc biệt là xe máy trong 10 năm tới. Như vậy, giải pháp thành phố Sợi và xe buýt Gầy cũng sẽ đúng cho các thành phố lớn ở Việt Nam.

## TÀNH PHỐ SỢI VÀ XE BUÝT GẦY

Đại học Tokyo đã nghiên cứu một dự án mang tên "Fiber City" tức là thành phố "Sợi". Có nghĩa là các tuyến xe bus sẽ rất mảnh, như những sợi chỉ đan thành một mạng lưới phù hợp cho các thành phố có đường sá hẹp và đông dân. Làn đường dành riêng cho xe bus chỉ là 2m thay vì 3,5m, như vậy còn đủ chỗ cho các loại xe cá nhân, nhất là xe gắn máy không chen lấn và xung đột với làn xe bus.

Muốn được như thế thì xe bus phải có bề ngang hẹp hay còn gọi là xe bus gầy, xe bus mảnh dẻ (Slimbus). Loại xe bus này chỉ có chiều rộng khoảng 1,6m, còn mảnh hơn một chiếc Sedan. Khi chạy trên làn đường 2m dành riêng, có một hệ thống dẫn hướng quang học (OGS: Optical Guidance System) hỗ trợ lái xe để Slimbus chạy đúng làn đường 2m của mình.

Một số hình ảnh so sánh kích thước xe Slimbus trên làn đường với các loại xe khác như hình 1. Bố trí xe Slimbus có cửa lên xuống 2 bên như loại xe bus nhanh BRT. Mặt bằng bố trí có thể theo kiểu thông thường (hình 2) hoặc kiểu đặc biệt với các trụ ghế “hoa” ở giữa (hình 3).

Mạng lưới xe Slimbus được thiết kế gồm 2 hệ thống (hình 4): loại Slimbus chạy trong nội thành (màu vàng: Super-Bus) và loại Slimbus chạy từ ngoại thành vào nối với hệ thống xe Slimbus nội thành (màu đỏ: Sub-Bus). Loại xe Sub-Bus sẽ trung chuyển khách từ ngoại thành vào các trạm trung chuyển trên các vành đai và loại xe Super-Bus sẽ chuyên chạy chở khách trong nội thành hoặc trung chuyển khách từ nội thành ra các trạm vành đai ngoại thành.

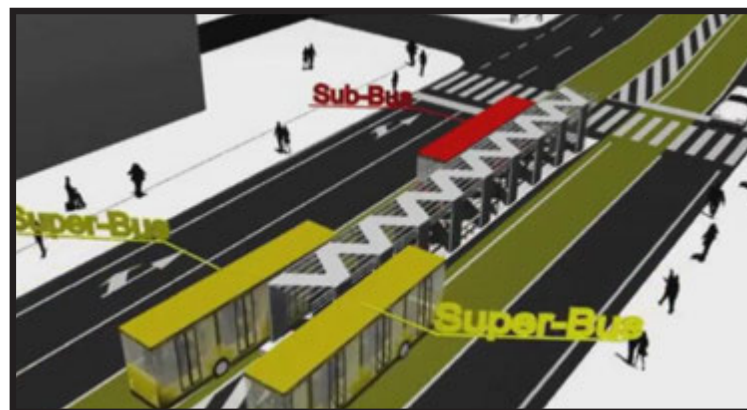
Hệ thống xe Slimbus thông thường chạy trên làn trung tâm (Median lane), theo kiểu tàu điện (tramway) và thực chất Slimbus hoạt động như các tramway (hình 5, 6) với các trạm dừng đặt ở giữa. Thiết kế hệ thống như vậy sẽ tránh được sự xung đột giữa xe Slimbus và xe cá nhân chạy ở các làn bên ngoài, sát các vỉa hè. Điều này đặc biệt phù hợp cho Việt Nam vì xe gắn máy thường có xu hướng chạy sát vỉa hè.

Hành khách từ vỉa hè đi ra các trạm dừng ở giữa sẽ theo các hành lang vạch trên đường hoặc hành lang ngầm dưới đất hoặc cầu bộ hành trên cao, tùy thuộc vào đặc điểm hạ tầng của từng tuyến đường.

## CÔNG NGHỆ CHẾ TẠO XE THACO SLIMBUS

Về sức chứa của xe chỉ nên chọn loại xe Slimbus 40 chỗ. Chúng ta có thể dựa trên các mẫu xe cơ sở B40 của Thaco và cải tiến lại cầu trước và cầu sau cho hẹp hơn (thu ngắn hoặc đặt hàng loại cầu này từ Trung Quốc). Bố trí 6 cửa lên xuống (mỗi bên 3 cửa). Thùng xe khi bị thu hẹp sẽ phải làm dài hơn (không quá 10m) để đảm bảo số chỗ là 40. Các thiết kế, công nghệ chế tạo còn lại giống như xe Thaco bus thông thường. Tuy nhiên có thể dùng vật liệu đơn giản hơn vì loại xe này hoạt động trong điều kiện vận tốc vừa phải, khi chạy ở ngoại thành có vận tốc 60 - 80 Km/h, còn trong nội thành là 40 - 60 Km/h, điều kiện đường sá tốt.

Hệ thống xe Slimbus này nếu đưa vào sử dụng sẽ mang lại một phương thức đi lại mới cho nhân dân thành phố, đơn giản, nhanh, đúng giờ và rẻ tiền, đây sẽ là một cuộc cách mạng về đi lại mà Thaco sẽ mở ra trong các thành phố đông dân có nhiều xe máy ở Việt Nam. Đặc biệt kinh phí đầu tư rất thấp so với các dự án tàu điện ngầm hiện nay (chỉ bằng 5% - 10% kinh phí), thời gian thi công nhanh và sử dụng công nghệ Việt Nam, không phụ thuộc vào nước ngoài cả về công nghệ và kinh phí.



Hình 5: Bố trí các tuyến xe Slimbus ở giữa và trạm dừng



Hình 6: Bố trí bên trong trạm dừng rất đơn giản

# FIBER CITY AND *SLIMBUS*

Assoc. Prof. Dr. Pham Xuan Mai

## INTRODUCTION

In recent years, major cities around the world have been increasingly facing growing population, while the areas dedicated for urban traffic are shrinking due to the explosion of shopping centers and residential areas. Especially in the big cities of Japan, a country with long but narrow terrain high population density causes relatively serious traffic congestions. A study by Ohno Laboratory, University of Tokyo, Japan has shown that by 2050, the number of personal cars will be doubled compared with the current data and urban traffic congestion, therefore, will become an insurmountable burden. The solutions of using metro system or elevated highways are not encouraged since Japan is afraid of earthquakes and sea level rise due to climate change. Hence, traffic experts at the University of Tokyo have proposed the solution of using the buses running on dedicated lanes, but being able to coexist with personal cars. That is the Fiber City and Slimbus project (discussed in Section 2).

In Vietnam, since 2000, with the open socio-economic development, especially in two major cities HCMC and Hanoi, the travel demand has increased averagely 8% - 10% per year, while the public transport system (mainly buses) is very inefficient, only satisfying 10% - 12% of the demand, leading to the booming of motorcycles. Currently, there are 5.5 million motorcycles and near 4 million motorcycles in HCMC and Hanoi respectively. Consequently, this has led to traffic congestion, environmental pollution and traffic accidents. On average, every year the two cities witness about 2,000 people who died of traffic accidents, of which 73% is related to motorcycle accidents and the total damage is near \$2 billion, occupying about 2% - 3.5% of GDP. The main reason is that we do not have the public transport system appropriate for the following factors:

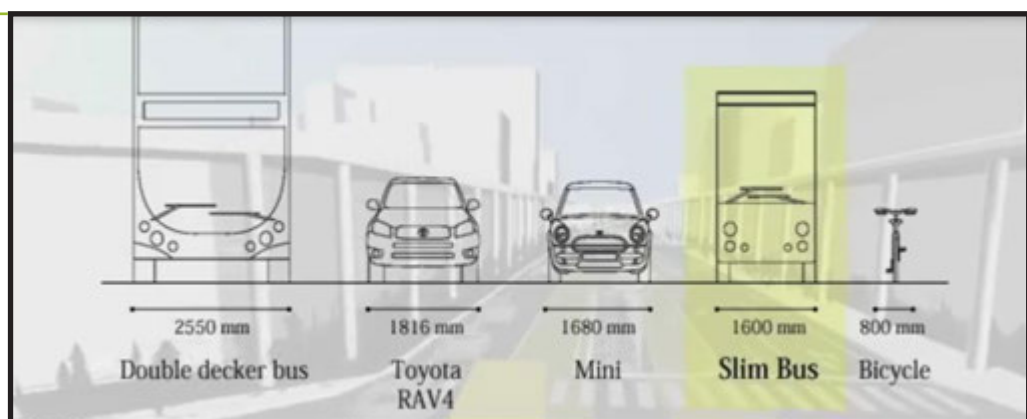


Figure 1: Slimbus on the lane compared with other vehicles

- Narrow roads (35% with the width less than 7m and 51% with the width from 7m to 12m) and the majority of buses (90%) are using the same lanes with motorcycles, which causes frequent crashes, leading to the fail of attracting passengers although there are 84% of Vietnamese people who want the buses be fast, punctual, comfortable with reasonable fares.

- Although there have been some projects of subway, monorail, etc., which were proposed since 1998, these systems are too expensive (\$125 million /km) and Vietnam's insufficient financial capacity is not qualified for borrowing from the international financial institutions (WB, ADB and so on). Therefore, the metro route No. 1 (Ben Thanh - Suoi Tien) can only be operated by 2018 (20 years since the beginning of the project). Unlike Japan, Vietnam is not afraid of earthquakes and tsunamis, but fears to fail to borrow \$21 billion for two metro component projects in HCMC and Hanoi for 10 years from 2015 to 2025.

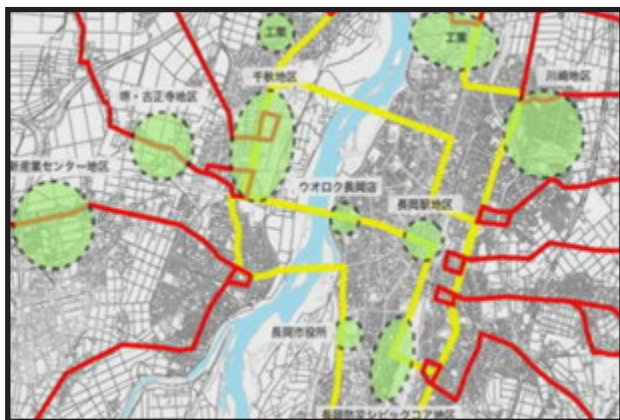


Figure 4: Layout of the Slimbus routes as the red and gold threads with knots.

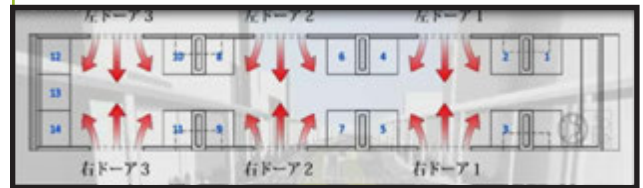


Figure 2: Regular type in Slimbus floor layout (14-16 seats and 24-26 standing positions)

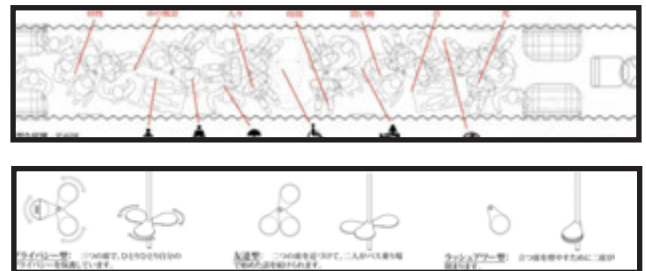


Figure 3: Layout of Slimbus floor with "flower" chairs in the middle.

- During the period of time from 2015 to 2030, bus system is still the key factor of the public transport system in Vietnam's cities and has to coexist with personal vehicles, especially motorcycles for next 10 years.

Therefore, the solution of Fiber City and Slimbus will be the correct one for major cities in Vietnam.

## FIBER CITY AND SLIMBUS

The University of Tokyo has been conducting a research project entitled "Fiber City". This means that the bus routes will be very thin like threads woven in a suitable network for crowded cities with narrow roads. Bus-only lanes are only 2m wide instead of 3.5m, thus there are enough rooms for personal vehicles, especially motorcycles, to operate without jostling and colliding with buses.

To meet the requirement, buses must have narrow width or also known as slimbus. This type of buses is about 1.6m wide, thinner than a sedan. When operating on the 2-metre-bus-only lanes, there is OGS (Optical Guidance

System) to support the driver in driving correctly. Several pictures in Figure 1 show the comparison of the sizes of a Slimbus and other vehicles. Slimbus is designed with doors on both sides similar to fast BRT buses. The floor can be arranged in regular (Figure 2) or in special type with “flower” chairs in the middle (Figure 3).

The Slimbus network consists of 2 systems (Figure 4): Slimbuses running in the inner city (yellow: Super-Bus) and Slimbuses from the suburbs connecting with urban Slimbuses (red: Sub-Bus). Sub-Buses will transfer passengers from the suburbs to the transport hubs on the beltways and Super-Buses will transport passengers in the inner cities or transfer passengers from the urban areas to the suburban transport hubs on the ring roads.

The Slimbus system normally operates on the median lanes, similar to the tramways and in reality, Slimbuses work as the same way as the tramways (Figures 5, 6) with the bus stops in the middle. The system is designed to avoid the collision between Slimbuses and personal vehicles running on the outside lanes close to the sidewalks. This is particularly suitable for Vietnam as motorcycles tend to run close to the sidewalks.

Passengers going from the sidewalks to the bus stops in the middle can walk on the zebra crossings or in the tunnels as well as the flyovers depending on the infrastructure of each route.

## MANUFACTURING TECHNOLOGY OF THACO'S SLIMBUS

Figure 6: Simple layout inside the bus stops



In terms of vehicle capacity, only Slimbus of 40 seats should be selected. We can improve the front and rear axles to be thinner (by shortening them or ordering from Chinese companies) based on the B40 basic vehicle model of Thaco. 6 doors will be set on both sides. The narrowed trunk has to be made longer (less than 1.0m) to ensure 40 seats. The remaining designs and technology are the same as ordinary Thaco buses. However, the material can be simpler because this type of vehicles operates with moderate speed which is about 60-80 km/h in the suburbs and is 40-60 km/h in the urban areas under the good road conditions.

This Slimbus system if applied in practice will provide a new simple, fast, punctual and cheap transportation mode for the citizens; this will be a revolution in transportation that Thaco can develop in the crowded cities with many motorcycles in Vietnam. Especially, the investment cost is very low compared with the current metro projects (only 5% - 10% of the metro project cost) with short construction time and Vietnam's technology, which means that we will not depend on the foreign institutions in terms of technology and finance.

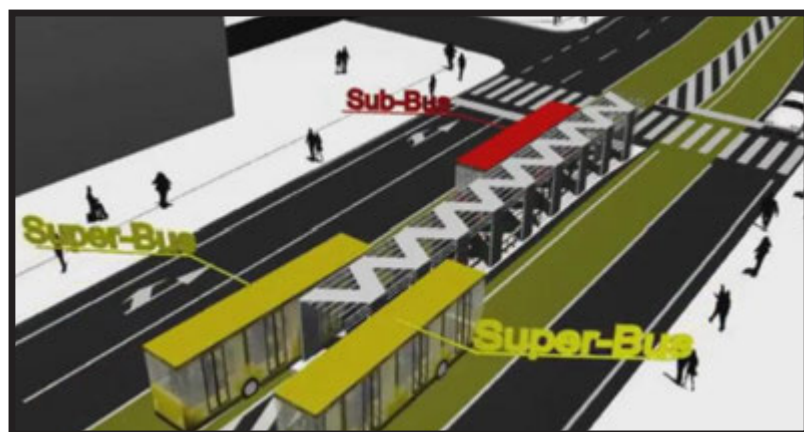


Figure 5: The layout of Slimbus routes in the middle and bus stops

# PHÂN LOẠI XE

Phương Uyên

## 1. SEDAN (hay còn gọi là Saloon)

Với cấu tạo 4 - 5 chỗ ngồi, không khó để nhận thấy đây là kiểu xe phổ biến nhất hiện nay. Mẫu sedan cơ bản thường có 4 cửa, mui cứng cố định với các khoang động cơ, khoang hành khách và khoang hành lý riêng biệt. Hầu như bất kì hãng xe hơi nào trên thế giới cũng có ít nhất một mẫu sedan. Chính vì sự đa dạng đó mà những chiếc sedan phù hợp với nhu cầu sử dụng của rất nhiều thành phần khách hàng, từ người độc thân, những cặp vợ chồng trẻ cho đến các gia đình nhỏ.

Hầu như bất kì hãng xe hơi nào trên thế giới cũng có ít nhất một mẫu sedan



## 2. COUPE (hay Coupé)

Coupe (hay còn gọi là coupé theo tiếng Pháp, có nghĩa là "đôi") là kiểu xe thể thao mui cứng với thiết kế 2 cửa. Thông thường một chiếc coupé chỉ có 2 chỗ ngồi, tuy nhiên, một số mẫu xe đã được cải tiến thành 4 chỗ ngồi cho phù hợp hơn với nhu cầu của khách hàng. Một số hãng xe hiện nay đã thay đổi các mẫu coupe thành 4 cửa, tuy vậy, đây chỉ là một số cải tiến đặc biệt nhằm mang lại sự mới mẻ cho sản phẩm chứ không quá phổ biến. Các chiếc coupe có thể tích buồng lái dưới 930 cm<sup>3</sup>, đây chính là một đặc tính để phân biệt chúng với sedan theo Hiệp hội Kỹ sư Xe hơi Quốc tế (Society of Automotive Engineers - SAE).

Coupé luôn là lựa chọn hàng đầu của các khách hàng cá tính



Với thiết kế thể thao và động cơ mạnh mẽ, các mẫu xe coupe luôn là sản phẩm thu hút các khách hàng nam giới có cá tính độc đáo. Một chiếc coupé rất phù hợp với những người độc thân hay các cặp đôi trẻ tuổi theo đuổi sự sành điệu và tự do.

# ÔTÔ

ĐỂ CHỌN MUA ĐƯỢC MỘT CHIẾC ÔTÔ NHƯ Ý VÀ PHÙ HỢP VỚI NHU CẦU SỬ DỤNG CỦA BẢN THÂN VÀ GIA ĐÌNH, KHÁCH HÀNG THƯỜNG PHẢI TÌM HIỂU VỀ LOẠI XE, CÁC TÍNH NĂNG, GIÁ THÀNH... CÓ NHIỀU CÁCH ĐỂ PHÂN LOẠI ÔTÔ, TRONG KHUÔN KHỔ BÀI VIẾT NÀY, CHÚNG TÔI GIỚI THIỆU ĐẾN ĐỘC GIẢ CÁCH PHÂN LOẠI THEO KIỂU THÂN XE, LÀ CÁCH PHÂN LOẠI PHỔ BIẾN NHẤT HIỆN NAY. BÀI VIẾT CÓ SỰ TƯ VẤN CỦA ANH LÊ QUANG TRUNG - TRƯỞNG NHÓM ĐÀO TẠO DỊCH VỤ PHỤ TÙNG XE DU LỊCH THACO.

## 3. HATCHBACK

**Hatchback là mẫu xe phổ biến nhất ngoài sedan**



Một mẫu xe phổ biến không kém gì sedan, đó chính là hatchback. Với thiết kế thông nhau giữa khoang hành khách và khoang hành lý, hatchback (hay còn có tên là liftback) tạo cho người sử dụng một không gian rộng rãi và thoải mái hơn hẳn. Các chiếc hatchback luôn có một cửa phía sau, tại khoang hành lý, thường sẽ được mở lên. Các nhà sản xuất xe hơi đã cho ra đời các mẫu hatchback 3 cửa và 5 cửa, nhằm làm phong phú hơn sự lựa chọn của khách hàng. Với lợi thế về mặt không gian bên trong xe, hatchback luôn là lựa chọn hàng đầu của các gia đình nhỏ.

**Mui cứng của convertible dễ dàng xếp gọn vào cốp sau xe**



## 4. CONVERTIBLE

Về cơ bản, convertible là một mẫu sedan hoặc coupe với mui xe dễ dàng đóng mở tùy theo ý thích của người sử dụng. Mui xe của những chiếc convertible thường là mui cứng, được xếp gọn vào cốp sau khi mở mui trần. Những mẫu xe này thường có 2 hoặc 4 cửa (tương ứng với 2 hoặc 4 chỗ ngồi). Một dạng khác của convertible cũng rất phổ biến là Spyder (hay là Roadster), đây cũng là xe mui trần, nhưng mui xe thường được làm từ vải bạt hoặc nhựa vinyl. Một số mẫu spyder hiện nay được các nhà sản xuất cải tiến với mui kim loại cố định. Các mẫu xe convertible đều có thiết kế bề ngoài trẻ trung, thể thao, phù hợp với những đối tượng khách hàng trẻ, sành điệu.

## 6. PICKUP

(còn gọi là xe bán tải)

Là sự kết hợp của xe tải và xe gia đình, pickup có phần trước thân xe giống với một chiếc xe đa dụng (MPV) với 2 hoặc 4 chỗ ngồi và phần thân sau không mui, thích hợp để vận chuyển hàng hóa. Khác với một chiếc MPV thông thường, thùng chở hàng phía sau của pickup tách biệt hoàn toàn khỏi khoang hành khách, có thể chở những hàng hóa có kích thước to lớn mà một chiếc xe đa dụng không thể làm được. Ngoài ra, một chiếc pickup có thể dễ dàng gắn thêm mui phụ tùy theo nhu cầu sử dụng của khách hàng. Các mẫu xe pickup có thể vận hành ở nhiều loại địa hình khác nhau, hoàn toàn phù hợp cho những chuyến dã ngoại xa của các gia đình nhỏ. Hiện nay, tại Việt Nam, dòng xe này đang dần được yêu thích nhờ hình dáng và tính năng mạnh mẽ, phù hợp khi di chuyển xa.

## 7. SUV

(hay còn gọi là xe thể thao đa dụng)

SUV (viết tắt từ Sport Utility Vehicle) là loại xe có hình dáng thể thao, gần giống với minivan nhưng gầm cao hơn. Nhờ hình dáng mạnh mẽ và tính đa dụng, những mẫu SUV rất được lòng người yêu xe, do vậy, các hãng sản xuất cũng tập trung phát triển sản phẩm SUV rất nhiều. Vốn dùng để chạy trên đường trường hay các cung đường với nhiều địa hình khác nhau, mẫu xe này có khả năng tăng sức kéo khi vượt vật cản (hay còn gọi là khả năng off-road). Đa số xe SUV đều là dẫn động 2 bánh (4WD - four wheel drive). Với khoang hành khách rộng, thông với khoang hành lý, có từ 5 - 7 chỗ ngồi, SUV là sự lựa chọn hoàn hảo cho những gia đình khi đi xa hoặc những khách hàng trẻ đam mê phiêu lưu.

## 5. HARDTOP

Hardtop lại là một biến thể khác của sedan. Những chiếc hardtop có đặc điểm nổi bật là cửa sổ xe không có khung kim loại ngăn giữa cửa trước và cửa sau, cũng như không có trụ đỡ giữa. Vì có từ 2 đến 4 chỗ ngồi, hardtop cũng rất phù hợp cho nhiều đối tượng khách hàng từ người độc thân đến những gia đình nhỏ.

Pickup đang ngày càng chứng tỏ được vị thế của mình trên thị trường Việt Nam



SUV là sản phẩm yêu thích nhờ tính đa dụng cao



## 8. CROSSOVER

Khái niệm CUV (Crossover Utility Vehicle) xuất hiện lần đầu vào cuối những năm 80 của thế kỷ trước. Đây là một biến thể của minivan và SUV. CUV là loại xe vượt dã thể thao có gầm thấp với thiết kế nguyên khối (unibody) thay vì kiểu khung gầm rời (body-on-frame) thường có ở xe SUV. Một chiếc CUV vẫn mang những đặc tính riêng của xe thể thao đa dụng như khoang hành lý và hành khách thông nhau, có khả năng chở được hàng hóa công kênh, khả năng dẫn động 2 cầu... và đặc biệt là khả năng tiết kiệm nhiên liệu cao, chở được nhiều người như bất kỳ một mẫu xe chuyên chở hành khách nào khác. Một chiếc CUV thường có 7 chỗ, hàng ghế sau có thể dễ dàng gập lại để gia tăng thêm không gian cho khoang hành lý. Đôi khi, các nhà sản xuất cũng biến tấu chiếc crossover với cửa sau mở lên như một chiếc hatchback. Nhờ tính đa dụng và tiết kiệm nhiên liệu, các mẫu xe CUV đang ngày càng được ưa chuộng và là sự lựa chọn phù hợp với gia đình nhỏ hoặc các bạn trẻ yêu thích du lịch khám phá.

## 9. MPV

(xe đa dụng)

Khá giống với SUV, xe đa dụng, hay thường gọi là MPV (Multi-Purpose Vehicle), là loại xe có khả năng chuyên chở nhiều người hay hàng hóa. Thừa hưởng những đặc điểm riêng của SUV, MPV có khoang hành lý và khoang hành khách thông nhau với hàng ghế sau có thể linh động xếp gọn để tăng diện tích trong xe, có khả năng chở đến 8 người một lúc. Bên cạnh đó, MPV cũng có những đặc tính riêng như gầm thấp, thân xe dài, dẫn động cầu trước (front wheel drive) và động cơ nằm ngang. Do hướng đến đối tượng khách hàng là các gia đình, những chiếc MPV thường có động cơ tự động để các thành viên trong nhà dễ dàng sử dụng. Hiện nay, MPV rất phổ biến tại các thành phố lớn nước ta nhờ tính đa dụng và tiện lợi.

Nhờ tính đa dụng và khả năng tiết kiệm nhiên liệu, CUV ngày càng được ưa chuộng



## 10. MINIVAN

Có vẻ ngoài giống như một chiếc xe đa dụng (MPV - Multi-Purpose Vehicle) với thân xe kéo dài hơn để tăng tối đa diện tích chở khách hoặc hàng hóa, các mẫu xe minivan có khoang hành lý và khoang hành khách thông nhau, cùng với thiết kế cửa trượt bên hông. Những chiếc minivan thường có 6-8 chỗ ngồi, là sản phẩm phù hợp cho những đối tượng gia đình đông người, hoặc phù hợp với những chuyến đi chơi xa cần mang theo nhiều hành lý. Bên cạnh đó, minivan cũng được sử dụng như xe chở khách.



Kia Carnival từng là mẫu minivan khá phổ biến tại Việt Nam

Kia Carens S 2014 là một mẫu xe đa dụng (sedan 5+2) của Thaco Kia



# PASSENGER CAR

Phuong Uyen

**Most of worldwide  
automobile  
manufacturers  
worldwide produce  
own at least a sedan  
model**

## 1. Sedan (also known as Saloon)

There is no difficulty to realize that a 4 or 5 seat sedan is the most popular vehicle nowadays. A basic sedan model is often a 4 door car with fixed hard top, separate compartments for engine, passenger and cargo. Most of worldwide automobile manufacturers own at least a sedan model. Such diversification had made sedans be able to satisfy the demands of different kinds of consumers including singles, young couples and small families.



**Coupé is always the premier choice of  
unique-personality consumers**

## 2. Coupe (or Coupé)

A coupe (or also called coupé in French which means "couple") is a 2-door sportive hardtop car. An ordinary coupe has only 2 seats; however, some models are redesigned with a 4-seat cabin to well satisfy consumers' demands. Nowadays, several automotive manufacturers have launched redesigned 4-seat coupe models, which are not very popular but the special improvements to create freshly new features for the products. The interior volume of coupes is lower than 930 cm<sup>3</sup>, a feature to distinguish them from sedans according to the Society of Automotive Engineers - SAE. Thanks to sportive design and powerful engine, coupe models always attract the attention of male customers with unique personality. A coupé is very suitable for single people or young couples chasing sophisticated style and freedom.



**IN ORDER TO CHOOSE A DESIRABLE CAR SATISFYING UTILITY DEMANDS OF YOURSELVES AND YOUR FAMILY, CONSUMERS USUALLY HAVE TO LEARN ABOUT CAR TYPES, FEATURES, PRICES, ETC. THERE ARE SEVERAL WAYS TO CLASSIFY CARS; HOWEVER, WE INTEND TO INTRODUCE TO OUR DEAR READERS, WITHIN THIS ARTICLE, A WAY OF CLASSIFICATION BASED ON CAR BODY – THE MOST COMMON METHOD NOWADAYS. THE ARTICLE WAS UNDER THE CONSULTANCY OF MR. LE QUANG TRUNG – TEAM LEADER OF TECHNICAL INSTRUCTORS OF THACO PC.**

### 3. Hatchback

A hatchback is a vehicle as popular as sedan. Being designed with an integrated-cargo-space passenger compartment, a hatchback (also known as liftback) offers a much more spacious and convenient cabin. Hatchbacks are always equipped with a top-hinged tailgate which is opened upward at the cargo compartment. Automobile manufacturers have produced 3-door and 5-door hatchback models to provide consumers with more choices.

Thanks to its advantage of spacious interior, a hatchback is always the first choice of small families.



**Hatchback is the most popular vehicle model except sedan**



**The hardtop roof of a convertible is easily folded into the trunks**

### 4. Convertible

Basically, a convertible is a sedan or coupe fitted with a roof which can be converted easily from topless (open-air) mode to top-up (provisional enclosed) mode. Convertibles are usually designed with hardtop roofs which are able to be folded into the trunks. Such vehicles always have 2 or 4 doors (2 or 4 seats). Another popular convertible model is Spyder (or Roadster) having retractable soft-tops made of canvas or vinyl. Several spyder models are now redesigned by manufacturers with retractable metal roofs. All convertible models are fashionable and sportive satisfying young and sophisticated consumers.

## 5. Hardtop

Hardtop is another variant of sedan. A special feature of hardtops is that there is no metal frame separating the front doors from the rear ones, as well as no center pillar. Having 2 or 4 seats, hardtops also meet the demands of many consumers from singles to small families.

## 6. Pickup (also referred to as light truck)

As a combination between dump truck and family car, pickup's passenger compartment is similar to multi-purpose vehicle (MPV) with 2 or 4 seats and an open-top rear cargo area. Different from an ordinary MPV, the rear trunk of pickups is completely separated from its passenger compartment, being able to contain large-sized cargo that a multi-purpose vehicle cannot. Besides, a pickup can be easily equipped with an additional roof according to consumers' demands. Pickup models can be driven on many different terrains, completely being suitable for long trips of small families. Today in Vietnam, this automotive lineup has increasingly become a favorite choice resulted from its powerful figure and features, which is ideal for long journeys.

**Pickup has gradually proved its position in Vietnam's market**



## 7. SUV (or suburban utility vehicle)

SUV (standing for Sport Utility Vehicle) is a sportive type of car, being similar to minivan except its higher chassis. Thanks to its powerful exterior and utility, SUV models are very attractive to car lovers; therefore, manufacturers also focus on mass development of SUVs. Designed to operate on highways or different-terrain roads, this model is able to increase more traction when overcoming obstacles (or referred to as off-road ability). A majority of SUVs are equipped with 4WD - four wheel drive). With a spacious passenger cabin integrated with cargo compartment and 5 to 7 seats, SUV is a perfect choice for families on long journeys or adventurous drivers.

**SUV becomes a favorite model thanks to its utility**



## 8. Crossover

The term CUV (Crossover Utility Vehicle) appeared for the first time by the end of the 80's of the last century. Being a variant of minivan and SUV, CUV is a sportive crossover vehicle the low chassis featuring a unibody instead of the frequent body-on-frame design of SUV. A CUV is still equipped with specific features of a sport utility vehicle such as luggage area integrated with passenger cabin, ability to transport bulky cargo, 2 wheel drive ability, etc. and specially, high fuel economy, ability to transport as many passengers as any passenger cars. A CUV usually has 7 seats, with the rear seat row can be easily folded down, offering more room for cargo area. Manufacturers occasionally have redesigned the crossover with a top-hinged tailgate opening upward like a hatchback. Thanks to the utility and fuel economy, CUVs have been becoming a favorite choice and ideal for small families or young people in love with discoveries.



► **Thanks to the utility and fuel economy, CUVs have been becoming popular**

## 9. MPV (multi-purpose vehicle)

Fairly similar to SUV, a multi-purpose vehicle, or so-called MPV is the model being able to transport a number of passengers and cargo. Inheriting SUV's specific features, an MPV has cargo compartment integrated with passenger cabin, along with the rear seat row being flexibly folded down to make space for the cabin, and the ability of transporting up to 8 persons at the same time. In addition, MPV also owns its features such as low chassis, long body, front wheel drive ability and transverse engine. Designed for families, MPVs are usually fitted with an automatic engine, so that family members will find it easy to drive. At present, MPVs are very popular in big cities nationwide thanks to their utility and convenience.



► **Kia Carens S 2014 is a multi-purpose vehicle (sedan 5+2) of Thaco Kia**

## 10. Minivan

Having the same exterior as a multi-purpose vehicle (MPV) with longer body to offer maximum space for passengers and cargo, minivans have cargo area integrated with passenger cabin along with sliding side door. Minivans usually seat 6 or 8 passengers, which is ideal for crowded families or long trips in need of many luggages. Moreover, minivans are also used as passenger cars.

◄ **Kia Carnival used to be the popular minivan in Vietnam**

# Xứ người

| Truyện ngắn Nguyễn Một

Tôi mang cái sinh lực tràn trề của tuổi hai mươi lên đường lập nghiệp. Tôi sẽ đến một vùng đất màu mỡ. Nghe anh Nam kể, xứ đó cây sắn vút ngoài hàng rào, vài tháng sau nhỏ lên củ to bằng bắp chân, chứ không như ở cái miền quê nghèo này trồng được củ sắn bằng ngón chân phải tốn cả gánh phân chuồng. Tôi đã chán nản tột cùng sự nghèo khổ truyền kiếp. Cậu tôi quanh năm xòe bàn chân “Giao Chỉ” bám trên những thửa ruộng khô khốc để đổi ngày hai bữa cơm độn, ăn xong ợ lên rất cổ họng. Tôi ra đi. Cái tình nghĩa quê hương mà cậu tôi bỏ công giáo dục từ nhỏ chẳng hề lóe sáng trong sự mộng muội của đầu óc đã tê liệt vì đói khổ. Thật ra, tôi có chút xao động khi cô gái mà tôi dự định cưới làm vợ đã khóc ướt đầm ngực áo trong đêm chia tay. Dù thế nào tôi cũng sẽ đi!

Anh Nam đi từ mười năm trước, khi ấy anh mới mười tám tuổi. Chỉ vì câu nói xúc phạm đến một vị cán bộ xã, bị mồi lên, mồi xuống cả chục lần, thế là anh bỏ làng ra đi, một cuộc ra đi không có người tiễn đưa và lời thề hẹn. Bây giờ anh trở về, xênh xang áo mao, xài tiền năm trăm mới cứng. Sờ nắn những bắp thịt săn chắc của tôi, anh bảo:

- Mà có dám đi theo tao không?

- Đi

Tôi cả quyết.

Tôi đến Đồng Nai vào giữa mùa mưa. Lúc này ở quê tôi là mùa gió Lào nóng bức. Miền đất mới cuốn hút tôi bởi màu xanh ngút ngàn của cây cối, những hàng cao su

thẳng tắp, vườn tiếp vườn, trái cây đủ loại đung đưa trên cành. Tôi há hức và hồi hộp như cái ngày đầu tiên được cấp sách đến trường làng. Lúc này, tôi mới biết mười năm qua Nam làm thuê ở xứ người. Tôi kinh ngạc hỏi:

- Anh cũng làm thuê à?

Nam cười:

- Chứ mà ý tưởng tới xứ người để làm chủ hả?

Tôi nghĩ đến các cô gái đẹp ở quê tôi đều mơ ước lấy chồng Việt kiều, thì ra Việt kiều ở nước ngoài chắc cũng lắm người làm thuê như Nam vào đây mà thôi.

Nam nói với tôi:

- Tao xin cho mày làm chung với tao, nhà ấy có đủ vàng ngọc, mày đẹp trai, nếu giỏi có ngày sướng.

- Làm thuê thì cần gì đẹp trai.

Tôi bảo thế.

- Rồi mày sẽ biết.

Chúng tôi vượt đoạn đường khá dài, đất đỏ quạch dính vào dép, đi chưa đầy cây số đôi dép đã nặng chình chịch như đôi giày. Bực mình, tôi xách dép, đất cũng không chịu buông tha, cứ bám chặt vào chân rìn rít thật khó chịu. Khu vườn mà chúng tôi đến ở, rộng ước khoảng mười mẫu đất, trồng đủ loại cây trái. Cà phê xanh mơn mớn, trái nhỏ như đầu ngón tay, bu đặc trên cành, chôm chôm sum suê trái đóng từng chùm, mấy người làm thuê cất ném vung vãi xuống đất. Tôi rón rén bóc một trái ăn thử. Ông quản công cười khi thấy hành động rụt rè của tôi.

- Chú cứ tha hồ ăn, sợ gì? Ở xứ này ai tới vườn muốn ăn bao nhiêu thì ăn.

Chuyện này tôi có nghe Nam kể nhưng tôi tưởng anh ta nói dóc.

Mùa này có rất nhiều người làm công, đàn ông, đàn bà nườm nượp. Bà chủ nhìn lướt qua thân thể cường tráng của tôi và phán: “Được!”. Giọng nhẹ mà nhọn như kim, sắc lạnh. Bà ta còn trẻ, tay dặt con chó Nhật lông trắng như bông, rất xinh, con chó có mặc quần áo hần hoi. Tôi đoán bà chỉ độ ngoài ba mươi, ấy mà so sánh với những phụ nữ ở quê tôi, như chị Năm con cậu tôi mới ngoài bốn mươi mà đã quắt quéo, khô róc, bà chủ da dẻ còn mịn màng như con gái. Sau tôi mới biết bà đã ngoài năm mươi, con người ta “ăn trắng, mặc trơn” có khác! Quả như lời Nam nói, nhà bà có đủ vàng ngọc theo đúng nghĩa đen lẫn nghĩa bóng. Tên bà là Kim và hai đứa con gái Kim Ngọc và Kim Ngà, hai chị em kém tôi vài tuổi, vàng vòng đeo cứng cổ tay...

Công việc ở đây chẳng mùi mẫn gì so với sức lực của tôi, nên tôi làm rất khỏe, ở trần vác sọt chôm chôm sáu chục ký chạy vùn vụt, mấy cô gái nhìn tôi, nói thầm với nhau điều gì đó rồi bụng miệng cười rung rúc.

Nhà bà Kim khá rộng, cánh đàn ông chỉ ở nhà kho, ngay cả ông Tư Hương làm quản công gần mười năm nay cũng không được đặt chân lên thềm nhà. Hai cô con gái học hết lớp chín nghỉ ở nhà. Ông Tư Hương nói:

- Bà ấy sợ chúng bị lường gạt tình yêu nên nhốt ở nhà từ hồi mới dậy thì.

Nam sổ sàng hơn:

- Nói chính xác là bà ta sợ chúng bị mất trinh.

Ông Tư Hương giải thích:

- Bà Kim căm thù đàn ông.

- Thế sao bà lại muốn chúng ta? - Tôi hỏi.

- Công việc cần, nhưng bà ta luôn cảnh giác tối đa, ngay cả con chó quý tộc bà cũng may quần áo nó mặc, vì sợ nó đi tầm bậy.

Tôi cười sằng sặc khi hiểu ra lý do bộ quần áo của con chó mà tôi gặp lúc sáng.

Ông Tư Hương vẫn điều thuốc rê, rít hơi dài rồi nói:

- Cái gì cũng có nguyên nhân của nó.

Và ông kể:

Khu vườn của ông Bảy Ổi kéo dài từ dốc Tân Phong cho đến tận đường lớn trên trăm mẫu đất đỏ, trồng cao su là chủ yếu, riêng khu đất dọc theo con suối, ông trồng cà phê và các loại cây ăn trái bao bọc căn nhà được xây cất sang trọng theo kiểu Pháp. Nghe nói tổ tiên ông Bảy có gốc gác người Hoa ở Biên Trấn, mấy đời làm nghề buôn bán. Trong số đám con cháu của họ Trương có một ông yêu cô gái người dân tộc thiểu số bị gia đình cự tuyệt, ông dặt vợ về vùng đất đỏ bán cao nguyên để lập nghiệp, không tiếp xúc với cộng đồng người Hoa. Mấy đời sau thì mất gốc. Con cháu của họ thay nhau khai khẩn đất đai đến thời Bảy Ổi đã có gia tài đồ sộ. Kim là con gái duy nhất của ông, cô thừa hưởng làn da trắng của cụ tổ ông và đôi mắt liêu trai của cụ tổ bà, vì vậy cái đẹp của cô, người đa tình yếu bóng vía có thể giết mình mà ngất xỉu.

Bao nhiêu tướng tá Sài Gòn thời ấy đến cầu thân nhưng Kim chỉ nhất mực đòi cưới anh học trò nghèo trốn quân dịch vào làm công cho nhà cô. Biết dòng máu ương bướng của cụ tổ lưu truyền trong huyết quản con gái nên ông Bảy đành chấp nhận. Thế là anh học trò làm công nghiêm nhiên trở thành ông chủ. Khi cha mẹ qua đời, vợ chồng Kim thừa hưởng gia sản, tưởng họ sống hạnh phúc với hai cô con gái xinh như mộng, ai ngờ sau ngày giải phóng anh học trò nghèo ngày xưa bỏ ba mẹ của Kim để trốn đi nước ngoài với ả làm vườn, Kim uất hận từ đó... Câu chuyện ông Hương kể để lý giải cho hành động kỳ quặc của bà chủ không mấy hấp dẫn.

Tuy nhiên từ câu chuyện đơn giản ấy tôi suy ra:

“Nếu quả thật như vậy thì bà Kim là con người cố chấp, sự ra đi của ông chồng là hệ quả tất yếu, có lẽ ông ta phải chịu đựng vô số những điều khổ ải do sự cố chấp của bà vợ giàu có trong thời gian chung sống”.

Mặc kệ! Tôi chỉ là kẻ làm thuê nên chẳng cần một óc mà suy nghĩ chuyện của họ.

Tháng đầu tiên tôi nhận được khoản tiền công gần nửa triệu. Đó là món tiền khá lớn, nếu ở quê tôi phải vất vả cả năm trời mới có được. Tôi quyết định phải dành dụm. Tôi có suy nghĩ khác với Nam, tôi làm việc rất nhiệt tình, hai cô con gái bà chủ có vẻ mến tôi. Ngọc dịu dàng hơn, luôn nhìn tôi bằng ánh mắt đầm thắm, tôi phải tìm cách tránh mặt, tôi sợ mất chỗ làm. Ông Tư Hương đã cảnh cáo: “Chú coi chừng đó, bà chủ ghét đứa nào nhấm nháy con gái của bà”. Ngà bốc lửa hơn chị, cơ thể lúc nào cũng hùng hực. Nhà có buồng tắm nhưng cô lại thích tắm suối hơn, mỗi lần bà Kim đi vắng, Ngà chạy ào xuống suối để nguyên quần áo vùng vẫy thỏa thích trong dòng nước mát rồi cứ thế đi lên, vú móm thây lầy, tôi nhìn thấy cả cái núm màu hồng trên bầu ngực căng tròn. Nhiều lúc đi ngang qua người tôi cô bé cổ tinh chạm nhẹ vào vai, tôi phải cúi xuống giấu khuôn mặt đỏ bừng và kèm chế cơn đau thon thót phần cuối bụng dưới. Nhiều đêm nằm nghe con chó của bà chủ rên ư ử, tôi trăn trở, người bứt rứt, khó chịu, cứ như bị ai trối tay, trối chân vậy và hể chợp mắt là tôi thấy giấc mơ kỳ lạ. Tôi mơ, tôi và Ngọc yêu nhau, chúng tôi nắm tay bay là là trên các vườn cây trái đủ loại, nhưng mỗi lần tôi ôm Ngọc thì trong vòng tay tôi lại xuất hiện Ngà với bộ ngực căng mẩy đang cọ xát vào người... Tôi ở nhà bà Kim hơn một năm, cứ mỗi tháng tôi nhét tiền vào rương, tôi không tham gia bất kỳ thú vui nào. Nhiều lần, Nam lãnh lương rủ tôi đi uống bia ôm cho biết, tôi thẳng thừng từ chối. Nam cười nửa miệng rồi cặp cổ Tư Hương ra thị trấn,

chiều về cả hai say mềm, nồng nặc mùi bia và mùi son phấn.

Một ngày cuối năm, tối mặt tối mũi với đồng cà phê cao ngập đầu, tôi xuống suối tắm rửa và gặp Ngà ở đó, tôi vọt chạy như bị ma đuổi. Về đến chỗ ở thấy cái rương đã bị vặn khóa, tôi lấy bẫy mở nắp hất tung đồ đạc, số tiền tôi nhét trong ngăn bí mật dưới đáy rương đã biến mất. Chỉ có tôi và Nam biết cái ngăn bí mật trong rương của tôi, Nam ra thị trấn chưa về. Tôi nắm chặt hai tay lao ra cửa đi tìm Nam. Gặp anh ta ngay cổng đi vào, không nói không rằng tôi tung cú đấm vào giữa mặt, Nam bật ngửa, máu mũi tuôn ồ ồ ộc. Tôi gầm lên: “Tại sao anh lấy tiền tôi”. Nam đưa tay bụm mũi không trả lời. Tôi nhào tới.

- Anh... dừng...!

Tiếng hét lạc giọng của Ngọc khiến tôi dừng lại. Ngọc chạy lại rút khăn tay lau máu cho Nam. Tôi hậm hực bỏ đi.

Về chỗ ngủ, ôm mặt khóc, có bàn tay mềm mại đặt nhẹ lên vai tôi: “Anh đừng buồn, anh cứ cầm số tiền này đi”. Ngọc đặt cọc tiền vào tay tôi, tôi chưa kịp phản ứng, Ngọc đã bỏ đi. Khi tôi ngồi dậy chỉ còn lại mùi hương thoang thoảng. Nam cúi đầu lầm lũi đi vào, anh rút trong túi áo cho tôi xem bức điện.

“Nam! Mẹ bệnh nặng con ráng giúp cha chữa bệnh cho mẹ”.

- Tao xin lỗi... tao kẹt quá làm liều!

Nhìn bộ mặt thiếu não của Nam tôi mỉm lòng:

- Anh cầm lấy.

Tôi đưa cọc tiền cho Nam.

Nam tròn mắt nhìn tôi:

- Ở đâu ra vậy?

- Cửa cô Ngọc.

Tôi đáp cộc lốc rồi đứng lên đi ra ngoài vườn vai hít đầy lồng ngực luồng khí trong lành, những cơn gió nhẹ mát dịu vương mùi lá mục và hương sầu riêng làm tôi thư thái hơn.

Sáng hôm sau, bà Kim phát hiện ra mất năm triệu trong sổ tiền một trăm triệu mà chủ vừa cà phê mới giao hôm qua. Bà ra lệnh cho Tư Hương lục xét bọn người làm. Ngọc đứng sau lưng bà mặt xanh như tàu lá chuối. Nam lấm lét nhìn tôi. Tư Hương phát hiện ra cọc tiền dưới chiếu nằm của tôi. Bà Kim trợn mắt, rít qua kẽ răng:

- Đồ gian xảo, cút ra khỏi nhà tao!

Tôi lẳng lặng xách giỏ ra đi, tôi thấy Ngọc khóc. Nam chạy theo tôi vài bước, rồi ngập ngừng quay lại...

Chuyện tôi ăn cắp tiền của bà Kim bị phát hiện nhanh chóng lan khắp vùng, khiến các chủ vườn đuổi tôi như đuổi tà khi tôi đến xin việc. Quyết không về lại quê nhà khi không có đồng bạc lặn lưng. Tôi mò lên Biên Hòa làm phụ hồ, công việc khá vất vả nhưng sống được. Suốt ngày phơi lưng ngoài nắng, đêm về rúc trong lán trại che tạm nóng bức, nồng nặc mùi hôi vữa. Những giấc mơ ngày trước lại hiện về, "Tôi yêu Ngọc và ôm Ngà". Có điều giấc mơ càng lúc càng tồi tệ, tôi thấy tôi táo bạo hơn, mỗi khi giật mình người lại cứ râm ran những cơn thèm khát...

Ít lâu sau, Nam đi tìm tôi để trả lại số tiền mà anh đã lấy của tôi. Gặp tôi bên công trường, Nam ôm

tôi thân thiết, tôi cũng mừng. Thế mới biết ở xứ lạ gặp người quen quý biết chừng nào. Nam kể cho tôi nghe: "Mày đi được ít tháng thì "cái quần trinh tiết" của bà Kim mặc cho con chó bị lũ chó đực xé nát và làm hư hỏng nó, cùng ngày ấy con Ngà bỏ nhà theo một thằng người làm, bà Kim uất ức bị lên cơn nhồi máu cơ tim mà chết. Hiện con ngọc đang làm chủ cơ ngơi ấy, nó buồn bã từ chối mấy đám nhà giàu lân la. Nó yêu mày, nó bảo tao đi tìm mày". Tôi cười nhìn những tờ bạc trên tay mà Nam vừa trao cho.

Sau lần gặp Nam, ước muốn trở về gặp Ngọc để được làm ông chủ khu vườn mỗi lúc một mãnh liệt hơn, tôi đau khổ nhận ra cái dục vọng đón hèn ấy cứ lớn dần mãi lên.

Đêm nay lại thao thức với nỗi khát khao sự giàu có dễ dàng mà Nam đã gợi ý, tôi nằm úp mặt trên gối để xoa dịu bằng cách hồi tưởng lại tuổi thơ nhọc nhằn với những tháng ngày chăn trâu, bắt ốc trên đồng ruộng quê nhà. Tôi cố nhớ những bài học luân lý "Đói cho sạch rách cho thơm" của cậu tôi giảng dạy trong những lúc hai cậu cháu lang thang kiếm củi trong rừng. Nhưng rồi tất cả nhanh chóng bị hình ảnh mượt mà của Ngọc với hàng đồng cà phê, trái cây cao ngều nghện xóa đi... Không chịu nổi, tôi vùng dậy leo lên giàn giáo, hướng mắt về phía con sông Đồng Nai. Những cơn gió dịu dàng thổi lên từ mặt sông mát rượi và chính lúc ấy, bất chợt tôi nhớ những giọt nước mắt nóng hổi của người con gái quê nhà. Tôi khẽ rùng mình, bởi vì đây là lần đầu tiên tôi nhớ nàng sau ba năm bôn tẩu xứ người.

Tản văn của Diêu Thảo

## *Quê hương mặc định & quê hương giả định*

Hơn 10 tuổi, rời làng quê lên thành phố như dòng chảy của người sinh ra ở nông thôn. Cái khác thường là làng quê khi ấy thuộc vùng Việt Minh, cách đó gần 50 km là thành phố vùng của Pháp, đi có nghĩa là đi trốn. Đi với vợ chồng một người hàng xóm thường vào thành mua hàng về bỏ mối cho các mệ hàng chợ quê. Những chuyến đi của cặp này là đi lén lút.

Buổi chiều ra bến đò đầu hiu vắng khách ngồi chờ hai người đó tới và xuống con đò dọc với họ. Đi một đoạn khá xa hình như khi đêm sắp hết, theo chân họ lên bờ đi bộ một quãng khá xa rồi lại xuống một đò dọc khác, đi bộ qua cánh đồng, xuyên tiếp một làng nhiều dậu đạn bom. Suốt hành trình, theo lời dặn của vợ chồng người dẫn đường không nói gì và nhất là coi như hai bên không có quen biết. Cuối cùng, sau gần hai ngày một đêm lén lút, cũng ra tới con đường trải đá thỉnh thoảng có một chiếc xe hơi chạy qua, có cả xe sơn màu xám mà sau nghe gọi là xe nhà binh. Nhìn thấy vợ chồng người hàng xóm thở ra và cười, biết là đã an toàn vào thành phố.

Thành phố Nam Định đã lên đèn, nhận một đứa bé xa lạ vừa chột tan biến sự háo hức để mang lấy trong lòng cảm giác ân hận, lờ mờ ý nghĩ muốn tháo lui. Một cảm giác bội bạc với quê nhà!

Một ngôi làng vùng biển sạch sẽ rất nhiều cây xanh, có quy củ của con cháu những lưu dân khai đất tân bồi, không nghèo xơ xác, không quê mùa và một nửa làng là cánh đồng lúa, nửa còn lại còn hoang dã với những bụi cây hoang, đồi cát và bãi biển cũng hoang nơi thuyền cá ra khơi và trở về nuôi một đời hiền hòa thuần nhũ. Làng có chùa, đình to lớn và tuổi thơ chìm trong những đêm trăng mở hội làng, hội chùa, người ta ai cũng như đang ở một thời thái bình lo cho phần hồn. Làng có chợ, phố chợ có những lò bún, bánh đúc hoàn thành mẻ bánh cho ngày mai vào buổi tối, mát lòng những ai thích ăn đêm bằng món dân dã không hương vị mà rất ấm lòng! Bánh đúc hay những lợn bún nóng hổi chấm với nước cá kho bốc khói do mẻ cá mới từ biển về lúc chập choạng.



Những ngày sau đó, tập tễnh những bước chân đô thị xa lạ và dường như bị đánh bật ra làm kẻ sống lưu vong! Bội bạc và lưu vong là một cảm giác kinh khủng, một mặt bị nơi vừa tới phủ nhận sự hiện diện, mặt khác tự nhận ra một cách khó chịu là kẻ sống nhờ phải khế mình vào những quy định của đô thị mà ngay cả tiếng nói đến mọi thứ đều không mang chút hơi hướm thân quen. Trong lòng bập bênh một phủ định nơi cư ngụ mới, phủ định những người giao du mới, và càng thế càng thấy lưu vong hơn. Cảm giác đó không ngờ thành cố hữu, kéo dài dần ra, càng sống nhiều năm, đi nhiều nơi, quen nhiều người, lưu vong càng rõ nét. Và trở thành kẻ cô độc, thích cô độc thiếu bao dung với mọi người - kẻ khó tính như nhận xét của những ai đó - mang trong lòng nỗi ân hận không còn ngày về làng cũ, cái của mình, là mình.

Không hiểu những người Hoa sống lưu vong tại hầu hết các nước và người Do Thái lưu vong thành Mỹ, Anh, Đức, Nga... hơn một ngàn năm, họ nghĩ gì khi mỗi ngày phải nói hai thứ tiếng, ở nhà, trong một nhóm đồng hương và ở những nơi thực sự lưu vong khác? Người Hoa ở Chợ Lớn sống thành một thành phố trong một thành phố với kiến trúc nhà cửa, chợ búa, cửa tiệm, y phục, bảng hiệu... như một cách vô thức chống chọi lại với cảm giác lưu vong. Người Hoa không bao giờ có ngày trở về vì họ đâu có vùng đất hứa nào để nuôi trong lòng một ngày như vậy. Vinh quang và hạnh phúc này chỉ có ở người Do Thái!

Họ là thế, còn mình? Gần một đời người xa quê và dù vẫn sống trên dải đất này nhưng cái khoảng cách không gian kia vẫn cứ là ngọn lửa làm bùng lên tâm trạng sống nhờ mà những cơn áo gạo tiền hay những thành công nhất định nào đó, thậm chí những hôn nhân, không làm cho cái tôi tan vào được cái của chúng ta! Nơi nối tiếp cha ông mà sinh ra làm dài thêm dòng họ, thêm vào danh sách những người tằm chung một cái ao, chung một nền nhà... là quê hương mặc định nó lặn vào lòng giống như quốc tịch mặc nhiên cấp cho đứa bé ấy. Rồi bèo nước mệnh mang trôi đến một nơi nào đó tức là nhận một quê hương giả định, chỉ như lớp sơn bên ngoài, trong lòng lờ mờ không rõ nét! Quê hương thứ hai, chỉ là một cách nói nới của miệng, là thích chứ sao là yêu được!

Tùng ấy năm đằng đẳng không ăn bánh đúc chấm nước cá kho tất cả còn nóng hổi. Vậy mà giờ coi ti vi thấy quê nhà thành điểm du lịch, khu bảo tồn sinh quyển biển của Liên hợp quốc, nhà cửa đường sá thay đổi kinh khủng và kinh khủng hơn, cái làng quê ngày nào đang nổi tiếng cùng với Đồ Sơn là nơi của đủ thứ tệ nạn hiện đại du nhập! Thêm một sự bội bạc của cả một thời đại trút lên vai một làng quê nhỏ bé!

Tình quê là thứ tình yêu không thể bị thay thế bởi những tiện nghi, phúc lợi xã hội núp dưới một sự hòa nhập nào, một quốc tịch nào. Một khi nó bị bội bạc thì có nghĩa trong lòng kẻ làm chuyện ấy lúc ẩn lúc hiện sẽ day dứt không nguôi!



# Sắc

**Nguyễn Liên Châu**

## *nhớ*

Bầy sẻ cũ đã lìa xa mái phố  
Mây trắng giờ tụ xám lặng hiên xưa  
Tôi trở lại. Hát ngu ngơ và nhớ  
Những tháng ngày ngồi ngóng một cơn mưa

Hoa vẫn nở nhưng sắc vàng đã nhạt  
Dòng thư yêu cũng nhuè mực lâu rồi  
Cỏ ngượng ngập cổ nịu màu xanh lại  
Ngậm ngùi ai thả sợi khói lên trời

Biết bao giờ bàn tay nhau chạm lại  
Dù nhẹ thôi cung phách bản đàn xưa  
Em đã xa... nghĩa là không trở lại  
Để hiên tôi rơi rụng những âm thừa

Tôi trở lại... Hát ngu ngơ. Và nhớ  
Ánh đèn vàng ấm áp suốt mùa thi  
Không có em mỗi mình tôi tựa cửa  
Phía hoàng hôn tím ngắt bóng chiều đi

Bầy sẻ cũ đã cùng em đi mất  
Hiên xưa thềm đến khát một lời chim  
Tôi lặng lẽ thả khói vào mây xám  
Nhận ra hoa vàng sắc nhớ im lìm.

# Những người đàn bà bất hàu

**Đỗ Tấn Đạt**

Những người đàn bà bất hàu  
Họ đục vào đá...  
Đục vào tương lai cần cỗi...  
Những mảnh hàu rơi không thành tiếng  
Chạm đáy...  
Chiếc nón và đôi vai  
Đỡ lấy giấc mơ hồng  
Tròn như mặt trời buổi sáng  
Lũ hàu trắng mỉm cười trong chiếc vỏ thô xù xì  
Bám lấy đá...  
Bám lấy buổi rao chợ nghèo...  
Chiều Tam Hải nắng còn dập dờn nơi cửa biển  
Và trên lưng những người đàn bà bất hàu  
Ánh sáng của ngày  
Chưa tắt...

# Thư Giãn

Sưu tầm

## Cạnh tranh hiệu quả

Có ba shop thời trang nằm kề nhau nên cạnh tranh kịch liệt.  
 Shop bên phải trưng bảng quảng cáo: "Chuyên bán thời trang cao cấp dành cho nghệ sĩ".  
 Ngày hôm sau shop bên trái cũng dán một tấm bảng: "Chuyên bán thời trang model dành cho những cô gái trẻ xinh đẹp nhất".  
 Và hôm sau cái shop bị kẹt ở giữa treo ở cửa một tấm bảng to đề hai chữ: "Lối vào".  
 !!!

## Mẹo vặt

Ông chủ đoàn xiếc nhìn thấy màn biểu diễn đặc sắc trên đường phố: Một con vịt nhảy nhót trên chiếc nôi úp ngược. Ông ngạc nhiên vô cùng và bèn trả khoản tiền lớn để mua con vịt cùng chiếc nôi.  
 Chỉ một ngày sau, ông ta tức giận tìm tới chỗ người bán vịt:  
 - Tôi để con vịt lên chiếc nôi và làm hết cách rồi mà nó cứ đứng đực ra, không chịu nhảy nhót gì cả!  
 - Thế à? - người chủ cũ con vịt đáp lại - Thế ông có nhớ đốt nền dưới chiếc nôi không?

## Thân quen

Máy vi tính hỏi virus: "Cậu từ đâu đến đây thế?".  
 - Thế cậu ở đâu ra?  
 - Tổ đến từ USA.  
 - Vậy tổ là hàng xóm của cậu rồi. Tổ đến từ... USB.  
 !!!

## Đồng cảm

Gia đình nọ có bà mẹ ghê gớm, áp đặt lên cậu con trai từ chuyện học hành tới tình cảm riêng tư. Một hôm giữa bữa ăn, cậu buồng đũa đứng dậy:  
 - Con không thể chịu nổi mẹ nữa, con sẽ ra đi.  
 Ông bố thấy thế vội lớn tiếng:  
 - Thằng kia....  
 - Bố đừng cản con!  
 - Không. Cho bố theo với.



**THACO**  
TRUONG HAI AUTO

# GIỚI THIỆU SẢN PHẨM **THACO FRONTIER**



**CHẤT LƯỢNG BỀN BỈ**  
Được khách hàng tin dùng hơn

**10**  **NĂM**



**THACO**  
TRUONG HAI AUTO

# THACO HYUNDAI

Dòng xe tải Hyundai được phân phối bởi Thaco



ISBN: 978-604-86-1184-2



9 786048 607975