

THƯƠNG HIỆU VIỆT

TẠP CHÍ CỦA HIỆP HỘI DOANH NGHIỆP KH&CN VIỆT NAM

Chào mừng
NGÀY KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ VIỆT NAM
18/5

**DOANH NGHIỆP
KHOA HỌC & CÔNG NGHỆ
VƯỜN RA BIỂN LỚN**



ISSN 2815 - 6250



Điểm đến lý tưởng

10.000 tỷ đồng

Đầu tư giai đoạn 2021 – 2023

Tâm điểm MỚI tại TP. THỦ ĐỨC

20 HẠNG MỤC CÔNG TRÌNH

- 🌟 Nhà ở sinh thái cao cấp ven sông Sài Gòn
- 🌟 Vui chơi giải trí
- 🌟 Thương mại dịch vụ

- **VAN PHUC CITY** là bán đảo xinh đẹp bên sông Sài Gòn do **VAN PHUC GROUP** làm chủ đầu tư có quy mô 198ha
- Công viên ven sông **THE LONG PARK** dài 3,4km, tuyến đường đi bộ dọc **KÊNH SÔNG TRĂNG** dài 2km
- **HỒ ĐẠI NHẬT** 16ha và Công viên giải trí **OCEAN WORLD** lớn nhất Đông Nam Á

☎ 1800 63 63

www.khudothivanphuc.com.vn

THƯƠNG HIỆU VIỆT

TẠP CHÍ CỦA HIỆP HỘI DOANH NGHIỆP KH&CN VIỆT NAM

TẠP CHÍ DOANH NGHIỆP VIỆT NAM
Cơ quan ngôn luận của Hiệp hội Doanh nghiệp
Khoa học và Công nghệ Việt Nam

Ấn phẩm Thương hiệu Việt
số 20 - 21 tháng 5 năm 2023
Giấy phép hoạt động Báo chí
số 512/GP-BTTTT
do Bộ Thông tin và Truyền thông
cấp ngày 11/11/2020

Tổng Biên tập
PHAN HUY HIỂN

Phó Tổng biên tập
NGUYỄN THỊ BÍCH HƯỜNG

Tổng Thư ký Tòa soạn
ĐẶNG ĐỨC HIỆP

Biên tập
NGUYỄN DUY KHÁNH

Mỹ thuật
PHẠM HOÀNG

Địa chỉ
A125, 37 Hùng Vương, Phường Điện Biên,
Ba Đình, Hà Nội

Email
banbientap@doanhnghiepv.vn

Hotline
024 2216 9595

ẤN PHẨM ĐIỆN TỬ DOANH NGHIỆP VIỆT NAM



ISSN 2815 - 6250
www.doanhnghiepv.vn
In tại Công ty TNHH in Tân Huệ Hoa

Giá: 86.000đ



TRONG SỐ NÀY



CHUYÊN ĐỀ:

Tìm giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp khoa học công nghệ vươn ra biển lớn.....6

Khơi thông thị trường khoa học và công nghệ.....9

Thương mại hóa các nghiên cứu khoa học của nữ trí thức..... 14

THỜI CUỘC & KINH DOANH

Mở rộng thị trường, thúc đẩy phát triển doanh nghiệp khoa học công nghệ Việt - Hàn 16

Chuyển đổi sang taxi điện ở Việt Nam:
Hai rào cản chính đối với doanh nghiệp vận tải 19

Doanh nghiệp ngành giấy “than” chịu nhiều thiệt thòi.....22



THƯƠNG HIỆU

Doanh nghiệp cần tạo dựng sức mạnh thương hiệu Việt ... 24

Doanh nghiệp Việt bắt kịp xu hướng toàn cầu về đầu tư giá trị thương hiệu 26

Đổi mới sáng tạo để “xanh hóa” thương hiệu Việt..... 28

Hà Giang nỗ lực xây dựng thương hiệu du lịch bền vững - Điểm đến hấp dẫn hàng đầu châu Á..... 30

Câu chuyện về thương hiệu cà phê Việt lần đầu xuất hiện trên Shark Tank Mỹ 34

Lan tỏa tinh thần “Người Việt tin dùng hàng Việt” 37

“Giữ lửa” thương hiệu bánh tráng hơn 200 năm tuổi..... 38

KINH TẾ SỐ

Người Việt sử dụng công nghệ nâng cao chất lượng cuộc sống 40

Tạo môi trường thuận lợi để thúc đẩy đổi mới sáng tạo..... 43

Doanh nghiệp nội dung số gặp nhiều rào cản do thiếu hành lang pháp lý 46

Tương lai đầy hứa hẹn của trí tuệ nhân tạo tại Việt Nam ... 48



DOANH NGHIỆP & DOANH NHÂN

Giúp doanh nghiệp logistics chuyển đổi số 53

Phát triển thể hệ doanh nhân, doanh nghiệp mới..... 56

Đơn giản hóa tục hành chính, hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng sản xuất..... 58

Ứng dụng KHCN vào nông nghiệp: Con đường ngắn nhất để nâng cao năng suất chất lượng.. 60

THỊ TRƯỜNG & ĐẦU TƯ

Y dược học Việt Nam đóng góp vào việc phòng, chống dịch bệnh 63

Tăng tốc thúc đẩy đầu tư công 66

Quảng Trị: Đưa du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn 68

Quy hoạch tỉnh Hà Tĩnh: Đường lớn đã mở..... 70

KẾT NỐI

Lai Châu: Nông thôn mới mang lại nhiều đổi thay cho người dân..... 72

Bắc Giang: Lục Ngạn phát triển sản phẩm OCOP theo chuỗi giá trị phù hợp với lợi thế..... 75

Tam Đường khởi sắc..... 78

Thơm ngon thực phẩm chay Diệu Linh..... 80

Chùa Giồng Kè: Di tích cần tôn tạo bảo tồn 81

Ngôi chùa hơn 100 năm tuổi ở miền Tây 82

Vinamilk và Quỹ sữa Vươn cao Việt Nam khởi động - Hành trình năm thứ 13 tại Quảng Ninh 84

Phát triển tốt thương hiệu “Gạo Tâm Lang”..... 89

PVcomBank đặt mục tiêu tăng trưởng đi đôi với an toàn, hiệu quả 92

Tìm giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp khoa học công nghệ vươn ra biển lớn

CHUYÊN ĐỀ

● NGUYỆT MINH (thực hiện)

Thưa bà, cộng đồng doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp KHCN nói riêng có những thuận lợi, khó khăn nào trong hội nhập kinh tế quốc tế?

TS Luận Thùy Dương: Các doanh nghiệp (DN) hội viên của VST đều là những DN phát triển trên nền tảng KHCN, đạt nhiều chuẩn mực quốc tế. Các hội viên đã có hàng ngàn sản phẩm được xuất khẩu chất lượng, có uy tín cao tại các thị trường hàng đầu thế giới như Mỹ, Nhật Bản, EU, Canada...

Theo TS Luận Thùy Dương - Phó Ban Hội nhập quốc tế của Hiệp hội Doanh nghiệp Khoa học & Công nghệ Việt Nam (VST), nguyên Đại sứ đặc mệnh toàn quyền Việt Nam tại Myanmar, để tiếp cận thị trường quốc tế hiệu quả, các doanh nghiệp cần có nhiều thông tin về thị trường mà mình hướng tới, xây dựng những chiến lược chi tiết để tiếp cận, đăng ký sở hữu trí tuệ để phát triển bền vững...

Trong những năm gần đây, Chính phủ đã có những chính sách ưu đãi, hỗ trợ DN KHCN như miễn, giảm thuế thu nhập DN; miễn, giảm tiền thuê đất, thuê mặt nước tập trung. Bên cạnh đó còn ưu đãi tín dụng cho DN KHCN thực hiện hoạt động nghiên cứu khoa học, phát triển công nghệ và sản xuất kinh doanh. Đồng thời, Nhà nước cũng có các chính sách hỗ trợ hoạt động nghiên cứu, thương mại hóa kết quả khoa học và công nghệ; đặc biệt là chính sách hỗ trợ, khuyến khích DN ứng dụng, đổi mới công nghệ.

Có thể nói những chính sách này là điều kiện cơ bản để các DN KHCN duy trì và phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh, phục hồi sau đại dịch, góp phần hội nhập kinh tế quốc tế được thuận lợi.

Tuy vậy, cộng đồng DN KHCN nói chung và của VST nói riêng vẫn gặp không ít khó khăn, thách thức. Trong đó, qua phản ánh của các DN, sau đại dịch COVID-19, khó khăn lớn nhất mà các DN gặp phải đó là hạn chế về nguồn vốn và nhân lực.

Khó khăn lớn thứ hai mà các DN than phiền là việc tìm kiếm đối tác tương ứng trong lĩnh vực KHCN còn nhiều bế tắc. Trong khi đó, việc các quốc gia ngày càng thắt chặt chính sách bảo hộ trí tuệ và tài sản KHCN đặt ra rào cản lớn cho DN.



Những năm gần đây, Chính phủ đã có nhiều chính sách ưu đãi, hỗ trợ DN KHCN.



Bên cạnh khó khăn về nguồn vốn và nhân lực, các DN KHCN còn than phiền việc tìm kiếm đối tác tương ứng cùng lĩnh vực còn nhiều bế tắc, rất cần được Nhà nước hỗ trợ”.

— TS Luận Thùy Dương —

Được biết, VST đã có nhiều hoạt động hỗ trợ các DN thành viên kết nối, tiếp cận và mở rộng thị trường xuất khẩu. Bà có thể chia sẻ rõ hơn về các hoạt động này?

TS Luận Thùy Dương: Thấu hiểu nhu cầu, mong muốn của DN và thực hiện vai trò kết nối, hỗ trợ DN tiếp cận và mở rộng thị trường xuất khẩu, thời gian qua, chúng tôi đã thực hiện nhiều chương trình, hoạt động xúc tiến thương mại với nhiều thị trường khác nhau.

Cụ thể, Ban Hội nhập quốc tế của hiệp hội đã xây dựng chương trình “Kết nối Đại sứ” với một loạt tọa đàm, tạo điều kiện cho các DN trao đổi với các Đại sứ Việt Nam ở nước ngoài, các chuyên gia ngoại về thông tin thị trường, chính sách của nước sở tại, qua đó DN có cơ hội tìm hiểu tiềm năng thị trường ở các khu vực khác nhau.

Chúng tôi cũng tiến hành nhiều hoạt động hỗ trợ và tổ chức các đoàn DN đến các thị trường châu Âu như Đức, Áo, CH Séc, Hungary,

Slovenia, Slovakia... gặp gỡ và trao đổi với các DN nước bạn để tìm kiếm cơ hội hợp tác.

Bên cạnh đó, VST cũng đã giới thiệu và kết nối nhiều đối tác DN KHCN nước ngoài với các DN KHCN Việt Nam.

Ngoài ra, hiệp hội còn phối hợp làm việc với các tổ chức quốc tế như Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO), Chương trình Phát triển Liên Hợp Quốc (UNDP)... để hiểu về luật pháp cũng như tháo gỡ các rào cản, giúp các DN KHCN Việt Nam mở rộng thị trường.

Ban Hội nhập quốc tế có kế hoạch, dự định như thế nào để hỗ trợ DN thích ứng tốt nhất với tình hình hiện nay?

TS Luận Thùy Dương: Tình hình thế giới hiện nay có nhiều biến động khó lường, hoạt động xuất - nhập khẩu của DN vì thế bị ảnh hưởng không nhỏ. Thêm vào đó, việc thúc đẩy hợp tác các lĩnh vực mới như kinh tế xanh, kinh tế số, kinh tế tuần

hoàn, công nghệ sinh học, năng lượng mới... được coi trọng.

Việc hỗ trợ các DN nắm vững các yêu cầu quốc tế về các lĩnh vực hợp tác mới này cũng được Ban đặc biệt chú trọng.

Ngoài ra, Ban cũng hỗ trợ các DN tìm kiếm nguồn đầu tư cũng như tích lũy vốn để phát triển, cũng như thúc đẩy chuyển giao công nghệ.

Bà có kiến nghị gì với cơ quan quản lý Nhà nước cũng như chính quyền địa phương trong việc hỗ trợ tốt hơn cho cộng đồng DN KHCN?

TS Luận Thùy Dương: Để cộng đồng DN KHCN hoạt động và thích ứng tốt với bối cảnh mới, mở rộng thị trường xuất khẩu, Ban Hội nhập quốc tế của VST “đặt hàng” Chính phủ, bộ, ngành liên quan và các đại sứ giúp cung cấp thông tin thị

trường, đối tác có nhu cầu về công nghệ môi trường, công nghệ nước sạch, công nghệ được phẩm, thiết bị kỹ thuật nông nghiệp, hạ tầng kỹ thuật đô thị...

DN KHCN cũng mong muốn thiết lập được mạng lưới hợp tác với các tổ chức, nhà khoa học trong lĩnh vực sáng tạo KHCN để nâng cao tính ứng dụng vào sản xuất, đời sống.

Mong muốn cơ quan hữu quan hỗ trợ DN tìm kiếm đối tác, chuyển giao công nghệ cũng như hợp tác đào tạo nhân lực chuyên sâu về công nghệ, kỹ thuật.

Cùng với đó, DN rất mong muốn có được đồng hành từ Trung ương đến địa phương nhằm tìm kiếm nguồn vốn cũng như đối tác để liên doanh, liên kết, mở rộng quy mô hoạt động.

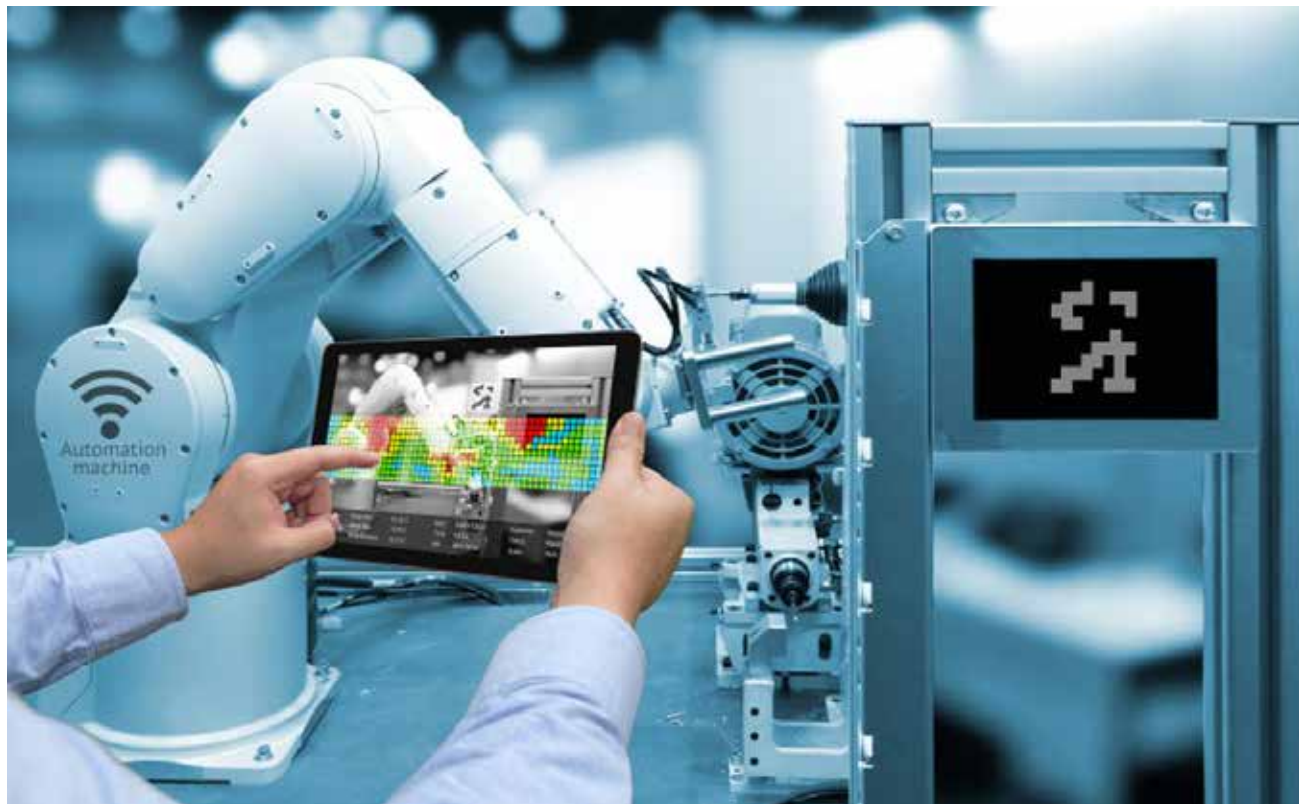
Bà có khuyến nghị gì đối với các DN KHCN muốn tiếp cận thị trường quốc tế?

TS Luận Thùy Dương: Để tiếp cận thị trường quốc tế hiệu quả, theo tôi, các DN cần có thông tin về thị trường mà mình hướng tới, từ đó xây dựng những chiến lược chi tiết ngắn hạn, dài hạn cho từng thị trường.

Các DN cần tuân thủ tiêu chuẩn KHCN quốc tế và các sản phẩm bảo đảm đăng ký sở hữu trí tuệ để phát triển bền vững.

Cùng với việc không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh, DN nên có bộ phận chuyên trách thúc đẩy tiếp cận thị trường quốc tế và kết nối chặt chẽ với Ban hội nhập quốc tế của VST.

Xin cảm ơn bà!



DN KHCN cần đẩy mạnh tính ứng dụng vào sản xuất



Diễn đàn cấp cao chuyển đổi số năm 2022 có 18 phiên chuyên đề dành cho nhiều ngành trọng điểm, trong đó KH&CN thuộc nhóm được ưu tiên hàng đầu.

Khởi thông thị trường khoa học và công nghệ

● NGÂN HÀ



Để giúp doanh nghiệp khoa học và công nghệ phát triển, phát triển bền vững tại thị trường trong nước và vươn tầm ra biển lớn, vấn đề khởi thông thị trường khoa học và công nghệ là giải pháp đặc biệt quan trọng.

THỊ TRƯỜNG TIỀM NĂNG

Theo Bộ trưởng Bộ KH&CN Huỳnh Thành Đạt, từ năm 2011 tới nay, bộ máy quản lý nhà nước về thị trường KH&CN được hình thành và từng bước được kiện toàn từ Trung ương đến địa phương cùng với nhiều văn bản quy phạm pháp luật liên quan đã được ban hành.

Đến nay, các chính sách về phát triển thị trường KH&CN được quy định chủ yếu tại 4 luật, 6 nghị định và 12 thông tư. Nguồn cung hàng hóa KH&CN từ các viện nghiên cứu,



Bộ trưởng Bộ KH&CN Huỳnh Thành Đạt.

trường đại học đã tăng đáng kể. Hiện nay, cơ sở dữ liệu quốc gia về KH&CN có khoảng 22.500 thông tin về nguồn cung công nghệ, 365.000 thông tin về sở hữu trí tuệ.

Nhu cầu và năng lực tiếp cận, hấp thụ và làm chủ công nghệ mới, công nghệ tiên tiến của các DN ngày càng tăng cao và cải thiện. Các tổ chức trung gian của thị trường KH&CN được hình thành.

Hiện tại, cả nước có hơn 800 tổ chức trung gian như: Sàn giao dịch công nghệ tại các địa phương; trung tâm xúc tiến chuyển giao công nghệ; các tổ chức thẩm định, giám định công nghệ; các cơ sở ươm tạo công nghệ, ươm tạo DN KH&CN... Công tác xúc tiến thị trường KH&CN tiếp tục được duy trì và đẩy mạnh.

Tuy vậy, theo đánh giá của Bộ trưởng Bộ KH&CN Huỳnh Thành Đạt, nhìn chung, thị trường KH&CN ở nước ta vẫn còn đang ở dạng sơ

khai, mới bước đầu hình thành và từng bước phát triển. Nguồn cung công nghệ trong nước chiếm tỷ trọng thấp, nhiều kết quả nghiên cứu của viện, trường chưa được chuyển giao.

Phần lớn kết quả nghiên cứu dừng lại ở quy mô nhỏ hoặc trong phòng thí nghiệm, chưa sẵn sàng ứng dụng vào sản xuất, kinh doanh. Các tổ chức trung gian, môi giới và cơ sở hạ tầng của thị trường KH&CN còn rời rạc, tự phát, chưa liên kết thành mạng lưới để hỗ trợ các dịch vụ trên thị trường.

Sự liên thông giữa thị trường KH&CN trong nước với thị trường KH&CN thế giới cũng như với các thị trường khác ở trong nước (đặc biệt là thị trường lao động và thị trường vốn) còn hạn chế. Trong khi đó, nhu cầu đổi mới sáng tạo (ĐMST) của các DN và của cả nền kinh tế trong giai đoạn chuyển đổi mô hình tăng trưởng hiện nay ngày càng tăng cao.

DOANH NGHIỆP KH&CN CHƯA ĐƯỢC HƯỞNG ĐẦY ĐỦ ƯU ĐÃI THEO QUY ĐỊNH

Theo Giáo sư, Viện sĩ Châu Văn Minh - Chủ tịch Viện Hàn lâm KH&CN Việt Nam, số lượng kết quả nghiên cứu của các nhà khoa học được thương mại hóa còn hạn chế vì thực tiễn cho thấy, nhà khoa học chỉ có 2 lựa chọn để thương mại hóa được kết quả nghiên cứu KH&CN của mình là chuyển giao công nghệ cho DN hoặc tự mình khởi nghiệp.

Đa số các nhà khoa học lựa chọn phương án chuyển giao công nghệ hoặc giao lại cho tổ chức chủ trì để chuyển giao mà không chọn phương án tự mình khởi nghiệp bởi không có nhiều nhà khoa học có đủ năng lực, kinh nghiệm trong lĩnh vực kinh doanh.

Trong khi đó, các DN trong nước thường quan tâm công nghệ đã hoàn thiện và sẵn sàng đưa vào sản xuất mà ít quan tâm mua công

nghe quy mô phòng thí nghiệm để tiếp tục đầu tư phát triển vì có nhiều rủi ro.

Với cơ sở vật chất của các đơn vị nghiên cứu trong cả nước hiện nay khó có thể tạo ra công nghệ sẵn sàng ở quy mô sản xuất lớn để chuyển giao. Mặt khác, một số DN chưa thực sự tin tưởng vào các công nghệ được tạo ra từ các nhà khoa học và các cơ quan nghiên cứu trong nước, mà vẫn lựa chọn mua công nghệ nước ngoài.

Ông Hoàng Đức Thảo - Chủ tịch Hiệp hội DN KH&CN Việt Nam cho rằng, DN KH&CN ở Việt Nam hiện nay có hai kiểu: thứ nhất, người đứng đầu DN vừa làm chủ sở hữu DN vừa là tác giả nghiên cứu ra công nghệ; thứ hai, người đứng đầu DN nhận chuyển giao công nghệ của người khác hoặc mua lại DN để tiếp tục đầu tư kinh doanh phát triển.

Phần lớn DN KH&CN ở Việt Nam thuộc kiểu thứ hai, chưa tự mình nghiên cứu và làm chủ được công nghệ, còn khá “non trẻ” nên không tránh khỏi gặp nhiều khó khăn.

Đặc biệt trong giai đoạn khó khăn của dịch COVID-19, nhiều DN KH&CN không thể trụ vững trên thị trường và đã giải thể; DN còn trụ được thì sức sống yếu ớt, chỉ số ít DN là mạnh, làm chủ được công nghệ, đủ sức cạnh tranh trên thị trường. Đó là bởi ngay từ khâu đầu tiên đăng ký trở thành DN KH&CN đã tồn tại những quy định phức tạp, gây khó khăn DN.

Đơn cử như để được công nhận DN KH&CN thì DN phải chứng minh quyền sở hữu, sử dụng hợp pháp kết quả nghiên cứu KH&CN cũng như phải giải trình quá trình ương tạo và làm chủ KH&CN.

“Điều này không phải DN nào cũng làm được và sẵn sàng chia sẻ bí quyết công nghệ. Trong khi đó, DN KH&CN hiện nay vẫn chưa được hưởng đầy đủ ưu đãi theo quy định”, ông Thảo nói.



Ông Hoàng Đức Thảo - Chủ tịch Hiệp hội DN KH&CN Việt Nam.

Chủ tịch Hiệp hội DN KH&CN Việt Nam đưa ra ví dụ, DN cần ưu đãi về đất đai nhưng hiện nay quỹ đất trong khu công nghiệp, khu sản xuất còn hạn chế nên quy định miễn tiền thuê đất khó áp dụng được. Hay như để nhận ưu đãi về thuế cũng khá khó khăn khi DN phải bảo đảm mức tăng trưởng và doanh thu từ KH&CN.

Về ưu đãi tín dụng, DN KH&CN có tài sản trí tuệ nhưng không thể đem tài sản trí tuệ ra thế chấp vay vốn. Đặc biệt là vấn đề thuế thu nhập cá nhân chưa công bằng, chưa khuyến khích được động lực sáng tạo. Bởi những nhà khoa học tự bỏ tiền ra, chịu rủi ro để nghiên cứu, thử nghiệm rồi thương mại sản phẩm KH&CN cũng đóng thuế bằng người làm nghiên cứu dự án khoa học từ vốn nhà nước, được hưởng lương từ Nhà nước.

CÁN GIẢI PHÁP ĐẶC BIỆT KHƠI THÔNG THỊ TRƯỜNG KH&CN

Để giúp DN KH&CN phát triển thì khơi thông thị trường KH&CN là giải pháp đặc biệt quan trọng.

Giáo sư, Viện sĩ Châu Văn Minh đề xuất, Nhà nước có chính sách khuyến khích và hỗ trợ các nhà khoa học khi được phân công quản lý, điều hành DN ĐMST. Có cơ chế, chính sách phù hợp khuyến khích các nhà khoa học tham gia quản lý, điều hành DN ĐMST.

Có chính sách đầu tư các nhiệm vụ KH&CN dài hạn cho đến khi ra được sản phẩm công nghệ hoàn chỉnh. Thúc đẩy hoạt động kết nối viện, trường với DN. Khuyến khích DN ưu tiên mua thiết bị, công nghệ là sản phẩm khoa học được tạo ra từ các nghiên cứu trong nước.

Các chuyên gia gợi ý hình thành các kênh nhập khẩu công nghệ tiên tiến, ưu tiên công nghệ sạch có giá trị nền tảng. Cùng với đó, cần thực hiện một số giải pháp như: Triển khai thực hiện các dự án cụ thể nhằm thu hút và phát huy có hiệu quả nhân tài người nước ngoài và người Việt Nam ở nước ngoài tham gia hoạt động ĐMST và phát triển thị trường KH&CN Việt Nam.

Hỗ trợ các DN trong việc điều tra,



Giáo sư, Viện sĩ Châu Văn Minh - Chủ tịch Viện Hàn lâm KH&CN Việt Nam.

thống kê, đánh giá nhu cầu công nghệ, khả năng cung ứng, khai thác nguồn tài sản trí tuệ. Xây dựng, triển khai cơ sở dữ liệu chuyên gia hỗ trợ hoạt động ĐMST của các DN và phát triển thị trường KH&CN.

Đồng thời, có các cơ chế, chính sách liên thông thị trường KH&CN với các thị trường hàng hóa, thị trường tài chính, thị trường lao động.

Ông Hoàng Đức Thảo khuyến nghị Nhà nước cần đẩy mạnh việc xã hội hóa hoạt động KHCN, bóc tách, phân loại trong hoạt động liên quan đến KH&CN.

Theo đó, những nghiên cứu cơ bản, hàn lâm, nghiên cứu mang tính quốc gia, liên quan đến quốc phòng, an ninh thì Nhà nước quản lý, còn những nghiên cứu khác hãy xã hội hóa, tạo sân chơi cạnh tranh công bằng cho DN thông qua đấu thầu, đấu giá.

Cần xóa bỏ cơ chế xin cho, chỉ định

thầu. Không nên chỉ giao đề tài, chỉ tiêu cho viện nghiên cứu, trường đại học. Cần tạo điều kiện để DN KH&CN hưởng đầy đủ những ưu đãi theo quy định. Giảm mức thuế thu nhập cá nhân đối với những người tự đầu tư tiền bạc và trí tuệ để nghiên cứu sản phẩm KH&CN nhằm thúc đẩy sự sáng tạo và cống hiến của người làm nghiên cứu khoa học.

Tiếp tục đẩy mạnh công tác tuyên truyền về mô hình DN KH&CN; tạo diễn đàn để các DN trao đổi thông tin, kinh nghiệm trong quá trình sản xuất, kinh doanh, cùng nhau hợp tác phát triển. Đơn giản hóa thủ tục thành lập DN KH&CN.

“Đối với DN, các DN cũng cần quan tâm đầu tư, đổi mới công nghệ, thiết bị, chủ động hợp tác với các tổ chức KH&CN, các DN trong nước và ngoài nước để nâng cao năng lực. Đồng thời chú trọng đào tạo nguồn nhân lực KHCN trong từng DN làm cơ sở để xây dựng và phát

triển DN KH&CN bền vững”, ông Thảo nói.

Ngày 21/4 vừa qua, Phó Thủ tướng Lê Minh Khái đã ký ban hành Nghị quyết số 58/NQ-CP về một số chính sách, giải pháp trọng tâm hỗ trợ DN chủ động thích ứng, phục hồi nhanh và phát triển bền vững đến năm 2025.

Đáng chú ý, mục tiêu cụ thể của nghị quyết là phấn đấu đến năm 2025 đạt 1,5 triệu DN; khoảng 35-40% tổng số DN có hoạt động ứng dụng KH&CN, ĐMST.

Bộ KH&CN cũng đang hoàn thiện dự thảo nghị định quy định về khu công nghệ cao để tháo gỡ một số vướng mắc, tạo hành lang pháp lý thuận lợi hơn, thúc đẩy việc phát triển khu công nghệ cao.

Những chính sách mới này kỳ vọng sẽ tạo điều kiện cho DN KH&CN vượt qua rào cản, phát triển tốt hơn thời gian tới.

10 năm

Ngày Khoa học và Công nghệ Việt Nam

[18/5/2013 - 18/5/2023]



CHUYÊN ĐỀ





Thứ trưởng Trần Văn Tùng và các đại biểu thực hiện nghi lễ cắt băng Khai mạc Triển lãm Tài sản trí tuệ và kết quả đổi mới sáng tạo của nữ trí thức Việt Nam. Ảnh: BL.

THƯƠNG MẠI HÓA CÁC NGHIÊN CỨU KHOA HỌC CỦA NỮ TRÍ THỨC

● BẠCH DƯƠNG

Mới đây, Cục Sở hữu trí tuệ phối hợp với Cục Thông tin Khoa học và Công nghệ Quốc gia (Bộ Khoa học và Công nghệ) và Hội Nữ trí thức Việt Nam tổ chức lễ khai mạc Triển lãm Tài sản trí tuệ và kết quả đổi mới sáng tạo của nữ trí thức Việt Nam.

Phát biểu tại buổi lễ, Thứ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ Trần Văn Tùng cho biết, trong sự phát triển nhanh chóng của công nghệ hiện đại hướng tới Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, đội ngũ trí thức trở thành nguồn lực đặc biệt quan

trọng, tạo nên sức mạnh của mỗi quốc gia trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội.

Để đạt mục tiêu đưa nước ta ra khỏi tình trạng kém phát triển, cơ bản trở thành một nước công nghiệp theo hướng hiện đại, đòi hỏi phải phát huy đến mức cao nhất mọi nguồn lực, tiềm năng trí tuệ của dân tộc, đặc biệt là năng lực sáng tạo của đội ngũ trí thức, trong đó lực lượng nữ trí thức đã và đang giữ một vị trí hết sức quan trọng.

Theo số liệu thống kê năm 2019 của Cục Thông tin Khoa học và Công nghệ Quốc gia, số lượng nữ tham gia

Các nữ trí thức có rất nhiều tài sản trí tuệ và kết quả nghiên cứu khoa học, công nghệ có giá trị kinh tế, đáp ứng nhu cầu thực tiễn nhưng chưa được thương mại hóa.

ngiên cứu chiếm 46% trong tổng nhân lực nghiên cứu và phát triển.

Cộng đồng nữ trí thức Việt Nam rất đa dạng, bao gồm các nữ khoa học, doanh nhân trong mọi lĩnh vực trên toàn quốc. Các nữ trí thức đã cống hiến nhiều công trình khoa học có giá trị về lý luận và ứng dụng thực tiễn trên nhiều lĩnh vực của đời sống xã hội. Có những đề tài nghiên cứu, sáng kiến khoa học làm lợi cho đất nước nhiều tỷ đồng.

Hiện các nữ trí thức có rất nhiều tài sản trí tuệ và kết quả nghiên cứu khoa học, công nghệ có giá trị kinh tế, đáp ứng nhu cầu thực tiễn nhưng chưa được thương mại hóa.

Thứ trưởng Trần Văn Tùng cho rằng, bên cạnh những thành công vẫn còn không ít những trở ngại, những khó khăn làm hạn chế vị thế, vai trò của nữ trí thức.

Do vậy, việc hỗ trợ các nữ trí thức quảng bá, giới thiệu và triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại, gắn kết họ với các doanh nghiệp nhằm khai thác và phát triển giá trị các tài sản trí tuệ, thúc đẩy và tăng cường hiệu quả thực thi quyền sở hữu trí tuệ thực sự là rất cần thiết hiện nay.



Thứ trưởng Trần Văn Tùng tham quan gian hàng tại triển lãm.

Chủ đề của Ngày Sở hữu trí tuệ thế giới năm nay là “Phụ nữ với Sở hữu trí tuệ, Thúc đẩy đổi mới và sáng tạo”, đã cho thấy nữ trí thức đang trở thành đội ngũ nhân lực chất lượng cao đóng góp vào sự phát triển kinh tế - xã hội của mọi quốc gia trong đó có Việt Nam.

Triển lãm đã thu hút 38 đơn vị gồm các viện, học viện, trường đại học, doanh nghiệp tham gia với gần 200 tài sản trí tuệ và kết quả đổi mới sáng tạo trong các lĩnh vực: Y -

được, công nghệ sinh học, tự động hóa, công nghệ thông tin, vật liệu - hoá chất, chế biến thực phẩm, nông nghiệp, xử lý ô nhiễm môi trường...

Trong khuôn khổ triển lãm diễn ra tọa đàm một số vấn đề về sở hữu trí tuệ cần lưu ý trong hợp tác trường đại học - viện nghiên cứu - doanh nghiệp; tập huấn sở hữu trí tuệ và kỹ năng sử dụng công cụ sở hữu trí tuệ phục vụ hoạt động nghiên cứu khoa học, thương mại hóa kết quả nghiên cứu và sản xuất, kinh doanh.



Cần đẩy mạnh hỗ trợ nữ trí thức quảng bá, xúc tiến thương mại các nghiên cứu khoa học.

MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP KHOA HỌC CÔNG NGHỆ VIỆT - HÀN

THỜI CUỘC & KINH DOANH

Nhận lời mời của Hiệp hội xúc tiến M&A Hàn Quốc (KMPA), Cục Phát triển thị trường và doanh nghiệp khoa học - công nghệ (Bộ Khoa học & Công nghệ) phối hợp với Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) và VST tổ chức đoàn công tác sang Seoul, Hàn Quốc tham dự buổi Lễ ký kết “Hợp tác phát triển Khoa học & Công nghệ Việt - Hàn”.

Cụ thể, sáng 17/4, tại Seoul, Hàn

● THU MINH

Quốc đã diễn Lễ ký kết Biên bản ghi nhớ giữa VST và KMPA. Tại đây cũng đã diễn ra Lễ ký kết Biên bản ghi nhớ giữa Hi Seoul, Hiệp hội xúc tiến M&A Hàn Quốc (KMPA), Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa Hà Nội.

Tham gia chuyến công tác, đại diện VST gồm ông Hoàng Đức Thảo - Chủ tịch VST, Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Khoa học công nghệ Việt Nam (Busadco); bà Phan Thị Mỹ Yến - Phó Chủ tịch Thường trực kiêm Tổng thư ký VST, Chủ tịch Hội đồng Trung tâm nghiên

Ngày 17/4, tại Thủ đô Seoul - Hàn Quốc đã diễn ra lễ ký kết Biên bản ghi nhớ giữa Hiệp hội xúc tiến M&A Hàn Quốc (KMPA) và Hiệp hội Doanh nghiệp Khoa học và Công nghệ Việt Nam (VST) nhằm giúp các doanh nghiệp hội viên hai bên có cơ hội phát triển, mở rộng thị trường.



Lãnh đạo các hiệp hội tại Lễ ký kết.



Lễ ký Biên bản ghi nhớ hợp tác đầu tư giữa các hiệp hội.

cứu phát triển Thương hiệu Việt; ông Nguyễn Hồng Phong – Phó Chủ tịch VST, Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Công Nông nghiệp Tiến Nông và bà Đào Thị Thu Thảo – Thư ký Đoàn Chủ tịch.

Tại lễ ký kết, ông Trần Xuân Đích – Cục trưởng Cục Phát triển thị trường và doanh nghiệp (DN) khoa học – công nghệ (KHCN) cho biết, DN KHCN có tính đổi mới sáng tạo, đầu tư cho nghiên cứu KH&CN cao, tạo ra nhiều sản phẩm, dịch vụ mới trên thị trường và việc làm cho người lao động. Do đó, DN KHCN là đối tượng đang được Chính phủ Việt Nam quan tâm và có chính sách ưu tiên, hỗ trợ.

Tính đến cuối năm 2022, Việt Nam có 712 DN KHCN đã được đăng ký. Trong đó, DN hoạt động chủ yếu trong các lĩnh vực công nghệ sinh học, vật liệu mới, công nghệ thông tin, công nghệ tự động hóa và nông nghiệp. Những DN hoạt động trong



Ông Trần Xuân Đích – Cục trưởng Cục Phát triển thị trường và DN KHCN.



Ông Hoàng Đức Thảo – Chủ tịch VST.

lĩnh vực này đều có tiềm năng hợp tác lớn với DN Hàn Quốc.

Đại dịch COVID-19 bùng phát khiến các hoạt động của DN ít nhiều chịu ảnh hưởng. Việc hỗ trợ, xúc tiến từ các hiệp hội như VST và KMPA thực sự có ý nghĩa rất lớn đối với cộng đồng DN. Cục Phát triển thị trường và DN KHCN sẽ luôn luôn đồng hành, hỗ trợ và chia sẻ thông tin để có thể thúc đẩy sự hợp tác thành công giữa hai hiệp hội, cũng như DN hai nước.

Ông Hoàng Đức Thảo – Chủ tịch VST bày tỏ mong muốn hợp tác vận hành “Nền tảng hệ sinh thái phát triển bền vững công ty KH&CN” với VST và KMPA để mở rộng thị trường sản phẩm, thúc đẩy sự phát triển các công ty thành viên của hai bên.

Các DN thành viên của VST và KMPA hợp tác trao đổi thông qua các diễn đàn, hội thảo đầu tư và triển lãm sản phẩm, tổ chức hội thảo khoa học và các sự kiện khác.

Theo Chủ tịch VST, thông qua việc hỗ trợ các công ty thành viên của KMPA tham gia vào chuỗi cung ứng do VST thiết lập, Việt Nam đóng góp vai trò trung tâm của chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu.



Lãnh đạo các hiệp hội bắt tay hữu nghị.

Hai bên sẽ tiến hành hợp tác tiến hành các dự án khác nhau để tăng lợi nhuận của cả hai nước, như công nghệ tiên tiến (công nghệ kỹ thuật số, điện tử, năng lượng tái tạo và phát triển cơ sở hạ tầng), các dự án tiếp thị thể thao và học viện, các dự án hội tụ kết nối ngành văn hóa với khoa học và công nghệ và ngành công nghiệp làm đẹp.

Đánh giá cao vai trò của VST, bà Đỗ Thị Bích Ngọc – Trưởng đại diện Bộ KH&CN Việt Nam tại Hàn Quốc chia sẻ, VST là cầu nối giúp chuyển giao



Chủ tịch VST Hoàng Đức Thảo chụp ảnh lưu niệm cùng ông Jung YoungJae – Chủ tịch Hiệp hội Kinh tế Văn hoá Phương Bắc.

kết quả nghiên cứu, ứng dụng khoa học và công nghệ vào sản xuất kinh doanh, nâng cao giá trị sản phẩm phục vụ đời sống; đồng thời tạo tiền đề liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp khoa học và công nghệ trong nước và ngoài nước. Việt Nam nói chung và Bộ KH&CN nói riêng đặt kỳ vọng VST sẽ trở thành đầu tàu phát triển KHCN, đặc biệt các công nghệ lõi.

Trong khi đó, KMPA là một hiệp hội mạnh và đang ngày càng phát triển trong lĩnh vực sáp nhập, mua bán doanh nghiệp. Trước đại dịch COVID-19, những con số về về giao dịch M&A của KMPA thực sự gây ấn tượng với 458 giao dịch, tổng giá trị giao dịch 54 tỷ USD cho năm 2019; 391 giao dịch với tổng giá trị giao dịch 44,4 tỷ USD trong năm 2020.

“Với sự tương đồng về văn hóa và hai nước có cùng đặc điểm chung là phần lớn các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ, chúng tôi hy vọng với những nền tảng mà KMPA và VST hiện có sẽ thiết lập được mối quan hệ hợp tác phát triển bền vững nhằm hỗ trợ doanh nghiệp hai nước ngày càng phát triển, góp phần vào sự phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam và Hàn Quốc”, bà Ngọc nhấn mạnh.

Chuyển đổi sang taxi điện ở Việt Nam:

HAI RÀO CẢN CHÍNH ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP VẬN TẢI

THỜI CUỘC & KINH DOANH



● HÀ ANH

Theo ông Nguyễn Công Hùng - Chủ tịch Hiệp hội Taxi Hà Nội, các doanh nghiệp thành viên kinh doanh dịch vụ taxi đồng tình, ủng hộ chủ trương chuyển đổi sang taxi điện ở Việt Nam. Tuy nhiên, doanh nghiệp sẽ vấp phải hai rào cản chính về hạ tầng sạc điện và tài chính.

XU THẾ TẤT YẾU VÀ SỰ TIỀN PHONG

Đại dịch COVID-19 và cuộc chiến Nga - Ukraina đã khiến nguồn cung xăng dầu gặp khó khăn, giá xăng dầu tăng cao. Cùng với đó, xu hướng sử dụng phương tiện vận tải thân thiện với môi trường và những thành tựu của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 khiến nhu cầu sử dụng xe ô tô điện trở thành xu thế tất yếu.

Là các thành phố lớn với tốc độ tăng trưởng kinh tế, đô thị





Dàn xe taxi điện VinFast.

hóa và cơ giới hóa nhanh, Hà Nội và TP Hồ Chí Minh đang khẩn trương với kế hoạch phát triển xe điện, trong đó có taxi điện.

Theo GS, TS Lê Anh Tuấn - Chủ tịch Hội đồng Trường Đại học Bách khoa Hà Nội, nguyên Viện trưởng Viện Cơ khí động lực, lộ trình phát triển xe điện cho TP Hồ Chí Minh được nhóm tư vấn đề xuất gồm 3 giai đoạn.

Cụ thể, giai đoạn khởi động, từ 2022 - 2030 với mục tiêu đưa tỷ lệ xe bán ra là xe điện vào năm 2030 đạt 20% với mô tô/xe máy/xe ô tô con, 10% với taxi và 50% với xe buýt.

Tại “Hội nghị nghiên cứu áp dụng và thử nghiệm dùng xe điện của các nhà cung cấp làm taxi, thay các loại xe taxi đang sử dụng xăng, dầu hiện nay” diễn ra cuối tháng 3/2023, ông Nguyễn Công Hùng - Chủ tịch Hiệp hội Taxi Hà Nội khẳng định, các doanh nghiệp thành viên kinh doanh dịch vụ taxi đều đồng tình, ủng hộ chủ trương chuyển đổi dần từ phương tiện động cơ đốt trong sang sử dụng năng lượng sạch, thân

thiện với môi trường.

Đại diện Ủy ban Khoa học công nghệ của Quốc hội, ông Phạm Chí Trung cho rằng, cùng với phù hợp xu thế, đúng chủ trương của Quốc hội, Chính phủ, nếu các doanh nghiệp taxi Hà Nội chuyển đổi sang xe taxi điện trong thời gian tới sẽ là hướng đi rất mới trong hoạt động vận tải và phát triển đô thị.

Ông Phạm Chí Trung đánh giá, nếu doanh nghiệp taxi sớm thực hiện được việc chuyển đổi này thì không những cạnh tranh với các hãng vận tải công nghệ nước ngoài mà còn giúp nâng cao văn minh đô thị, giúp cơ quan nhà nước sớm hoàn thành các văn bản, thể chế để quản lý và thúc đẩy các loại hình xe điện phát triển.

Doanh nghiệp tiên phong cho việc đưa taxi điện vào vận hành tại Việt Nam hiện nay là Công ty CP Di chuyển Xanh và Thông minh (GSM), chuyên cung cấp dịch vụ cho thuê ô tô, xe máy điện và dịch vụ taxi VinFast.

Sau thương hiệu Lado Taxi đưa ô tô điện VinFast VF e34 vào hoạt động tại Lâm Đồng năm 2022, sự ra đời của GSM đã tạo ra mô hình dịch vụ vận tải phức hợp xanh nhằm phổ cập trải nghiệm di chuyển điện hóa, qua đó thúc đẩy lối sống xanh bền vững cho cộng đồng.

CẦN NHỮNG CƠ CHẾ, CHÍNH SÁCH ƯU ĐÃI CHO XE ĐIỆN

Tại hội nghị nghiên cứu áp dụng và thử nghiệm dùng xe điện của các nhà cung cấp làm taxi, thay các loại xe taxi đang sử dụng xăng, dầu hiện nay, các đại biểu tham dự cũng cho rằng ô tô điện sẽ là tương lai của nền công nghiệp ô tô thế giới, bởi phương tiện này không những giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường mà còn tiện dụng hơn rất nhiều so với các dòng xe chạy bằng xăng dầu, như: Nạp năng lượng dễ dàng; không cần thay nhớt, nước làm mát; giảm tần suất bảo dưỡng định kỳ; độ an toàn cao; không có tiếng ồn động cơ...

Bên cạnh đó, giá xăng dầu tăng



nhANH và nguồn cung khó khăn, trong khi giá điện lại tương đối ổn định. Nếu so sánh việc sử dụng xe ô tô điện, người dùng và các doanh nghiệp vận tải taxi sẽ tiết kiệm được một khoản lớn chi phí khi vận hành, không chỉ làm lợi cho doanh nghiệp mà cả khách hàng.

Để thích ứng với xu hướng của ngành kinh doanh vận tải thế giới và nắm bắt thời cơ, một số doanh nghiệp vận tải taxi Hà Nội đã tiến hành khảo sát, thử nghiệm và có đánh giá ban đầu về việc sử dụng xe điện trong vận tải taxi.

Tuy nhiên, theo ông Nguyễn Công Hùng, khi thực hiện chuyển đổi sang taxi điện ở Việt Nam sẽ vấp phải hai rào cản chính liên quan đến hạ tầng trạm sạc và tài chính.

Về hạ tầng trạm sạc, nếu người dùng ô tô điện cá nhân thiếu trạm sạc một phần thì doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ taxi điện “khát” trạm sạc gấp hàng chục lần.

Xe taxi nói riêng hay các xe kinh doanh vận tải nói chung có những đặc thù riêng biệt. Đối với ô tô cá nhân, đa số chủ xe có thể sạc đầy pin

vào ban đêm để sử dụng cho cả ngày hôm sau. Còn đối với xe taxi, thời gian hoạt động là 24/7, quãng đường di chuyển dài, phải dừng, đỗ, đón trả khách tại nhiều địa điểm trong một ngày, dẫn đến cần nạp năng lượng nhiều lần và tại nhiều địa điểm.

Về vấn đề tài chính của doanh nghiệp, theo ông Hùng, tại Việt Nam, giá một chiếc ô tô điện còn khá đắt đỏ, gấp 1,5-3 lần giá một chiếc ô tô thông thường được dùng để hoạt động taxi.

Để mua xe với số lượng lớn, các hãng taxi buộc phải vay ngân hàng. Tuy nhiên, trong bối cảnh các tổ chức tín dụng liên tục tăng lãi suất thì khả năng tiếp cận vốn vay của doanh nghiệp càng khó khăn.

Do đó, việc đầu tư chuyển đổi sang taxi điện ở thời điểm hiện tại không thể làm nhanh mà cần tiến hành từ từ, kết hợp tính toán khả năng lợi nhuận và hạn chế rủi ro đến mức thấp nhất.

Bên cạnh đó, sự cạnh tranh của một số loại hình taxi công nghệ, giá xăng dầu tăng đã ảnh hưởng không nhỏ ngành nghề vận tải, nhiều

doanh nghiệp phải bán phương tiện để trả nợ.

“Chính vì vậy, điều cần làm ngay để vực dậy ngành nghề này là phải tìm một hướng đi mới, phù hợp với sự phát triển của công nghệ và xu thế ngành vận tải thế giới. Đặc biệt là áp dụng công nghệ, sử dụng các phương tiện tiên tiến trong kinh doanh như xe ô tô điện”, ông Hùng chia sẻ.

Cũng theo lãnh đạo Hiệp hội Taxi Hà Nội, hiệp hội luôn sẵn sàng hợp tác với các doanh nghiệp và Nhà nước trong chuyển đổi sang taxi điện, tuy nhiên, đề nghị cơ quan chức năng cần xem xét, áp dụng những cơ chế, chính sách ưu đãi trong nhập khẩu xe điện.

Hiệp hội Taxi Hà Nội kiến nghị cơ quan chức năng sớm xem xét, dỡ bỏ lệnh cấm taxi đối với một số tuyến phố vì taxi là phương tiện giao thông công cộng, cần được ưu tiên hơn phương tiện cá nhân. Đồng thời, ngành giao thông vận tải cần xem xét quy hoạch thêm các điểm đỗ cho xe taxi để phục vụ ngày càng tốt hơn nhu cầu đi lại của nhân dân, bởi sử dụng taxi di chuyển là xu hướng văn minh, tất yếu.



Doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ taxi điện sẽ gặp rào cản về cơ sở hạ tầng trạm sạc.



Ông Đặng Văn Sơn – Phó Chủ tịch kiêm Tổng thư ký Hiệp hội Giấy và Bột giấy Việt Nam (VPPA)

chịu nhiều thiệt thòi

● THU AN

Là ngành điển hình về hoạt động tái chế, tái sử dụng, sản xuất xanh và phát triển bền vững nhưng ngành giấy chưa nhận được hỗ trợ hay khuyến khích đúng mức liên quan đến phát triển bền vững và hướng đến kinh tế tuần hoàn. Các doanh nghiệp vì thế chịu nhiều thiệt thòi.

CHƯA “ĐÁNH THỨC” ĐÚNG MỨC NGUỒN TÀI NGUYÊN PHẾ LIỆU

Trao đổi với Tạp chí Thương hiệu Việt, ông Đặng Văn Sơn – Phó Chủ tịch kiêm Tổng thư ký Hiệp hội Giấy và Bột giấy Việt Nam (VPPA) cho biết, giai đoạn từ năm 2015 - 2020, ngành giấy đã có sự tăng trưởng vượt bậc. Tuy nhiên, từ nửa cuối năm 2022 và đầu năm nay, ngành giấy có những khó khăn về tiêu dùng do hệ lụy từ những bất ổn toàn cầu.

Ngành giấy là ngành điển hình về hoạt động tái chế, tái sử dụng, sản xuất xanh và phát triển bền vững (PTBV). Luật Tài nguyên môi trường đã đề cập tới kinh tế tuần hoàn (KTTH) trong ngành giấy nhưng nội dung này chưa thể hiện trong các nghị định, thông tư. Do đó, ngành giấy chưa có hỗ trợ hay khuyến khích gì liên quan đến PTBV.

Để sản xuất theo hướng PTBV và

hướng đến KTTH rất cần “bàn tay” của Nhà nước, đặc biệt là liên quan đến việc quy hoạch nguồn nguyên liệu. Làm sao quy hoạch được nguồn nguyên liệu để khuyến khích các nhà sản xuất giấy. Làm sao có hành lang pháp lý trong việc tổ chức thu gom, phân loại giấy phế liệu làm nguyên liệu cho ngành. Phế liệu là tài nguyên nhưng Việt Nam chưa có chính sách về thu gom, phân loại nguồn tài nguyên này.

Phân tích kỹ hơn về những khó khăn của ngành giấy, Phó Chủ tịch VPPA cho biết, các DN gặp nhiều khó khăn khi phải nhập nhiều nguyên liệu thô. Trên thực tế, hai nguồn nguyên liệu thô quan trọng phục vụ sản xuất giấy công nghiệp là bột giấy và giấy phế liệu Việt Nam đều phải nhập khẩu.

Việt Nam là một trong những nước xuất khẩu dăm phục vụ cho sản xuất giấy lớn nhất thế giới nhưng lại

nhập khẩu gần như 100% bột giấy để sản xuất giấy. Điều này không hợp lý và nghịch lý này đến nay vẫn chưa giải quyết được.

Đối với giấy phế liệu, hoạt động thu gom, phân loại diễn ra trên cả nước nhưng chỉ tập trung ở các hộ nhỏ lẻ và lực lượng “ve chai”. Ở trong nước, DN phải mua từ những nhà cung cấp nhỏ lẻ này. Nhà nước chưa có chính sách cụ thể và phù hợp để khuyến khích hoạt động thu gom, tái chế, đặc biệt là thu gom tại nguồn. Tỷ lệ thu gom giấy trong nước vẫn thấp hơn rất nhiều so với các nước khác. Do đó, ngành giấy vẫn phải nhập 50% giấy phế liệu từ nước ngoài để làm nguyên liệu sản xuất.

Một vấn đề đáng chú ý khác là DN thu gom giấy phế liệu trong nước chỉ được khấu trừ thuế VAT đầu vào nếu có hóa đơn. Trong khi đó, hóa đơn cho nguồn giấy phế liệu vốn được thu gom từ “ve chai”, hộ kinh doanh đơn lẻ là gần như không thể. DN buộc phải đi mua hóa đơn chui. Việc mua hóa đơn chui rất rủi ro, và không phải lúc nào cũng mua được.

“Với nguyên liệu mua trong nước DN xin được đóng thuế VAT cho người bán. Dù đã kiến nghị nhiều lần nhưng đề xuất này hiện vẫn chưa được chấp nhận. Nếu áp dụng giải pháp này thì Nhà nước được lợi, DN đỡ vất vả, và người bán cũng cảm thấy thoải mái. Hiệp hội rất



Ngành giấy phải nhập 50% giấy phế liệu từ nước ngoài để làm nguyên liệu sản xuất.

mong muốn trong thời gian tới sẽ có thay đổi cho việc này, từ đó tạo động lực cho DN đầu tư cho hoạt động thu gom, phân loại, tái chế làm nguyên liệu tốt cho ngành giấy”, ông Sơn chia sẻ.

PHẢI BỀN VỮNG HÓA MỌI KHÂU

Trước thực trạng này của ngành, theo Phó Chủ tịch VPPA, phải bền vững hóa mọi khâu, tức là phải giải quyết bài toán nguồn nguyên liệu, tăng thu gom tái chế để sản xuất được bột giấy, chủ động được nguồn nguyên liệu thay vì phải nhập khẩu nhiều như hiện nay. Để đảm bảo ngành giấy có hướng phát triển KTTH thì cơ chế, chính sách của Nhà nước đóng vai trò rất quan trọng.

Việt Nam là nền kinh tế có độ mở lớn nên việc cạnh tranh với các sản phẩm cùng loại ngay trên thị trường Việt Nam và các mặt hàng nhập khẩu vào Việt Nam rất khốc liệt. Tuy nhiên, sau 2025 cạnh tranh này sẽ bộc lộ rõ nét hơn và các DN Việt Nam cần phải tiếp tục cải tiến công nghệ, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh mới có thể cạnh tranh được với hàng hóa của các nước Đông Nam Á và châu Á vào Việt Nam sẽ rất nhiều.

Để cạnh tranh và phát triển được, Việt Nam phải tìm đường xuất khẩu. Các nhà máy của Việt Nam phải bảo đảm được yêu cầu xuất khẩu cũng như yêu cầu của PTBV. Để hướng ra xuất khẩu, DN cần phải đáp ứng được yêu cầu của sản xuất xanh từ thị trường đối tác.

Cùng với đó, trong thời gian tới, các địa phương có làng nghề cần phải sắp xếp lại để sản xuất phải đi đôi với bảo vệ môi trường.

Định hướng của VPPA trong nhiệm kỳ 2023 - 2028 là “Mở rộng quy mô và đổi mới công nghệ - Phát triển bền vững và Kinh tế tuần hoàn”. Với định hướng này cùng với sự hỗ trợ của Nhà nước, hiệp hội hy vọng cộng đồng DN ngành giấy sẽ có động lực phát triển, vươn lên là một ngành kinh tế có vị trí quan trọng trong nền kinh tế quốc dân và có vị thế trong ngành giấy khu vực và quốc tế.



Nhà nước cần có chính sách khuyến khích cho hoạt động thu gom, tái chế và phân loại phế liệu.



Chủ tịch nước Võ Văn Thường yêu cầu đặt lợi ích của doanh nghiệp, doanh nhân gắn liền với lợi ích của đất nước.

Doanh nghiệp cần tạo dựng sức mạnh thương hiệu Việt

● KHÁNH MINH

XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU VIỆT

Chủ tịch nước Võ Văn Thường nhấn mạnh, trải qua 60 năm, VCCI đã nỗ lực hoàn thành mọi nhiệm vụ được giao, thúc đẩy sự lớn mạnh của cộng đồng DN và đội ngũ doanh nhân. Từ đó góp phần vào sự phát triển của đất nước.

Chia sẻ với DN, doanh nhân về thách thức, khó khăn đang gặp phải, Chủ tịch nước cho rằng, thách thức này cũng chính là cơ hội để DN, doanh nhân đổi mới để trở nên mạnh mẽ hơn, vượt qua khó khăn. Từ đó xây dựng thương hiệu Việt để hàng hoá Việt Nam có chỗ đứng trên thị trường trong nước và quốc tế.

Tại Lễ kỷ niệm 60 năm Ngày truyền thống Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) sáng 26/4 tại Hà Nội, Chủ tịch nước Nguyễn Văn Thường yêu cầu VCCI, cộng đồng doanh nhân, doanh nghiệp (DN) cần tạo sức mạnh của thương hiệu Việt để hàng hóa có chỗ đứng tại thị trường trong và ngoài nước.

Chủ tịch nước yêu cầu, thời gian tới VCCI và cộng đồng DN, doanh nhân cần tạo sức mạnh của thương hiệu Việt trên thương trường, hội nhập quốc tế thành công mở rộng liên kết hợp tác với đối tác quốc tế trên tinh thần cùng thành công. Mỗi doanh nhân phải nhận thức rõ vai trò trong khối đại đoàn kết toàn dân tộc, tăng cường đoàn kết, hợp tác

với công nhân, nông dân và đội ngũ trí thức, dưới sự lãnh đạo của Đảng vì mục tiêu dân giàu, nước mạnh, dân chủ, văn minh.

Để làm được điều này, doanh nhân phải tuân thủ pháp luật, luôn đặt lợi ích của DN, cá nhân gắn liền với lợi ích của đất nước, lợi ích cộng đồng. Đây là điều kiện để DN phát

triển lành mạnh, bền vững. Mỗi doanh nhân phải nhận thức sâu sắc về pháp luật, biết điều gì đúng nên làm để phát huy, điều gì sai không nên làm.

“Tôi khẳng định với cộng đồng DN, doanh nhân cả nước, việc xử lý sai phạm đối với một số DN, cá nhân thời gian qua cho thấy yêu cầu đề cao thượng tôn pháp luật là việc bắt buộc phải làm để môi trường sản xuất kinh doanh lành mạnh, công bằng, minh bạch hơn cho DN. Để lợi ích chính đáng thuộc về người làm ra và xã hội, để loại bỏ những phần tử thoái hoá biến chất trong cơ quan nhà nước”, Chủ tịch nước nhấn mạnh.

HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Chủ tịch VCCI Phạm Tấn Công khẳng định, trải qua 60 năm hình thành và phát triển, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và nay là Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) luôn tiên phong trong phát động và triển khai nhiều hoạt động quan trọng vì sự phát triển của DN. Trong thành

tựu chung của đất nước, rất tự hào có phần đóng góp của VCCI và cộng đồng DN Việt Nam. Tuy nhiên, tất cả mới là bước đầu. Hướng về tương lai, sứ mệnh của doanh nhân là rất nặng nề trước mục tiêu và khát vọng của dân tộc.

Thời gian qua Đảng, Nhà nước, Quốc hội, Chính phủ đã tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của DN, nhưng còn nhiều việc cần phải làm trong thời gian tới, nhất là tiếp tục hoàn thiện toàn diện, đồng bộ thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Đặc biệt, trong giai đoạn mới cần tạo môi trường kinh doanh thuận lợi, minh bạch, công bằng, an ninh, an toàn để doanh nhân, DN thuộc mọi thành phần kinh tế phát triển.

VCCI sẽ tiếp tục hỗ trợ, thúc đẩy doanh nhân, DN tự nỗ lực vươn lên phát triển, xứng đáng với vai trò là lực lượng nòng cốt trong thực hiện sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Bên cạnh thúc đẩy phát triển số lượng, cần vun đắp hình thành các DN lớn, DN đầu ngành, những “sếu đầu đàn” dẫn dắt các DN nhỏ và vừa phát triển, góp

phần xây dựng một nền kinh tế độc lập, tự chủ và hội nhập thành công.

Một trọng tâm lớn nữa mà VCCI cùng cộng đồng DN sẽ nỗ lực thực hiện trong thời gian tới, đó là xây dựng đạo đức doanh nhân, văn hoá kinh doanh để tự định vị bản sắc và vị thế của mình trong cộng đồng doanh nhân, DN quốc tế.

“Với ý thức, niềm tự hào về lịch sử vẻ vang và những thành tựu đã đạt được, toàn thể cán bộ, hội viên VCCI và cộng đồng DN xin hứa sẽ luôn đoàn kết, sáng tạo, vượt qua mọi khó khăn, thách thức, quyết tâm thực hiện thắng lợi sứ mệnh xây dựng DN vững mạnh, quốc gia thịnh vượng”, ông Phạm Tấn Công nhấn mạnh.

Cộng đồng DN kỳ vọng VCCI nâng cao chất và lượng trong hoạt động, phát huy vai trò là tổ chức tập hợp, đại diện cho cộng đồng DN, các hiệp hội DN Việt Nam; phát huy vai trò dẫn dắt, hỗ trợ và hướng dẫn DN trong các hoạt động; bảo vệ quyền và lợi ích chính đáng của DN, giúp cộng đồng doanh nhân, DN phát triển bền vững.



Ông Phạm Tấn Công khẳng định, VCCI luôn tiên phong trong phát động và triển khai nhiều hoạt động quan trọng vì sự phát triển của DN.

Doanh nghiệp Việt

bắt kịp xu hướng toàn cầu
về đầu tư giá trị thương hiệu

● DUY LỘC



THƯƠNG HIỆU

THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA TĂNG TRƯỞNG NHANH NHẤT THẾ GIỚI

Tại sự kiện Tuần lễ Thương hiệu quốc gia và Diễn đàn quốc tế Thương hiệu quốc gia Việt Nam 2023 diễn ra gần đây, Thứ trưởng Bộ Công Thương Trần Quốc Khánh nhấn mạnh “Thương hiệu quốc gia Việt Nam” là chương trình xúc tiến thương mại đặc thù, dài hạn và duy nhất của Chính phủ.

Bộ Công Thương được giao trọng trách phối hợp với các bộ, ngành triển khai để xây dựng hình ảnh uy tín của Việt Nam về hàng hóa và dịch vụ chất lượng cao, từ đó nâng cao niềm tự hào và sức hấp dẫn của đất nước, con người Việt Nam, góp phần thúc đẩy phát triển ngoại thương và tăng cường năng lực cạnh tranh quốc gia.

Thứ trưởng Trần Quốc Khánh cũng cho biết, trong 20 năm hình thành và phát triển, chương trình đã đạt được những kết quả tích cực, thu hút được sự quan tâm đặc biệt và tạo được uy tín đối với các doanh nghiệp, cơ quan quản lý cũng như người tiêu dùng trong và ngoài nước. Chương trình cũng luôn đồng hành và hỗ trợ địa phương, hiệp hội, doanh nghiệp trong việc phát triển thương hiệu sản phẩm, hàng hóa và dịch vụ tới cộng đồng.

Ngoài ra, Việt Nam còn được đánh giá cao trong việc xây dựng và phát triển Thương hiệu quốc gia, trở thành Thương hiệu quốc gia có tốc độ tăng trưởng giá trị nhanh nhất thế giới trong giai đoạn 2020 - 2022.

Cụ thể, theo báo cáo từ Brand



Thứ trưởng Trần Quốc Khánh cho biết, Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam là chương trình xúc tiến thương mại đặc thù, dài hạn và duy nhất của Chính phủ. Ảnh: VGP

Theo Thứ trưởng Bộ Công Thương Trần Quốc Khánh, các doanh nghiệp Thương hiệu quốc gia Việt Nam đã bắt kịp xu hướng toàn cầu về đầu tư vào giá trị thương hiệu, góp phần đáng kể trong việc tăng giá trị thương hiệu quốc gia Việt Nam.

Finance, giá trị Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2020 tăng 29,1% so với năm 2019, đạt mức 319 tỷ USD; năm 2021 tăng 21,6% so với năm 2020 (388 tỷ USD); năm 2022 tăng 11,1% so với năm 2021 (431 tỷ USD).

Thứ trưởng Bộ Công Thương khẳng định, nhờ có sự hỗ trợ từ Chương trình Thương hiệu quốc gia, nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã nhận thức được vai trò quan trọng của thương hiệu và đầu tư nghiêm túc để xây dựng, phát triển thương hiệu sản phẩm cũng như thương hiệu doanh nghiệp.

Kết quả, trong Top 50 thương hiệu doanh nghiệp có giá trị nhất của Việt Nam năm 2022, rất nhiều doanh nghiệp đã có sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam.

Nếu như năm 2018 chỉ có 14 doanh nghiệp được xếp vào Top 50, chiếm tỷ trọng 28% thì sau 5 năm, số lượng doanh nghiệp được xếp vào danh sách này đã tăng lên 21, chiếm tỷ trọng 42%. Đặc biệt, tỷ lệ doanh nghiệp có sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam trong Top 10 thương hiệu giá trị nhất Việt Nam đã tăng mạnh từ 20% năm 2018 lên tới 60% năm 2022.

“Kết quả trên cho thấy các thương hiệu hàng đầu của Việt Nam đã có sự tăng trưởng vượt bậc về giá trị và chỉ số sức mạnh, giúp nâng cao vị thế vững chắc trong bảng xếp hạng. Đồng thời, các doanh nghiệp Thương hiệu quốc gia Việt Nam cũng đã bắt kịp xu hướng toàn cầu về đầu tư vào giá trị thương hiệu, góp phần đáng kể trong việc tăng giá trị thương hiệu quốc gia Việt Nam”, Thứ trưởng Trần Quốc Khánh khẳng định.

“XANH HOÁ” LÀ XU THẾ TẤT YẾU

Nhằm cạnh tranh trên thị trường, rất nhiều doanh nghiệp đã đầu tư sản xuất những sản phẩm đảm bảo yếu tố “xanh” và “sạch” và tập trung xây dựng thương hiệu xanh để gắn với phát triển bền vững. Trong bối cảnh đó, việc thúc đẩy các thương hiệu Việt Nam hướng tới phát triển xanh để tạo một nền kinh tế xanh cho đất nước đòi hỏi vai trò đặc biệt quan trọng của Nhà nước và cộng đồng doanh nghiệp.

Với sự tham gia sâu rộng của Việt Nam vào thị trường kinh tế thế giới, xu hướng tiêu dùng dịch chuyển sang các sản phẩm thân thiện với môi trường, sản xuất xanh đang trở thành một lợi thế đáng kể, giúp doanh nghiệp nâng cao thương hiệu và thu hút thêm khách hàng.

Đồng thời, sản xuất xanh cũng là yêu cầu bắt buộc để các doanh nghiệp Việt Nam có thể tiếp cận các thị trường khó tính trên thế giới, đặc biệt là sau khi Việt Nam ký kết các hiệp định thương mại tự do như CPTPP và FTA. Những hiệp định này đặt nặng yêu cầu về tiêu chuẩn môi



Theo các chuyên gia, tại Việt Nam hiện nay số lượng thương hiệu có danh tiếng ngày càng nhiều.

trường, do đó việc sản xuất xanh tốt sẽ giúp doanh nghiệp tận dụng cơ hội để đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe của loạt thị trường khó tính như Mỹ, châu Âu, Nhật Bản...

Tuy nhiên, xu hướng xanh và tiêu dùng xanh hiện nay đang đặt ra một thách thức lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam, yêu cầu họ phải tính toán kỹ lưỡng để phù hợp. Để đáp ứng yêu cầu đó, doanh nghiệp cần nâng cao trách nhiệm xã hội và đạo đức kinh doanh, đồng thời tuân thủ đúng các quy định về môi trường trong nước cũng như quốc tế.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng cần chú ý đến việc đổi mới công nghệ, tăng cường hiệu quả sản xuất và phải tính đến hướng tái cơ cấu hoạt động sản xuất kinh doanh. Dấn loại bỏ phát triển những sản phẩm và dịch vụ phát thải lớn gây ô nhiễm môi trường, thay vào đó phát triển các sản phẩm và dịch vụ sử dụng tiết kiệm, hiệu quả tài nguyên.



DANH SÁCH SẢN PHẨM ĐẠT THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA VIỆT NAM NĂM 2022

STT	Tên doanh nghiệp	Thương hiệu sản phẩm	Logo
1.	Công ty CP Rạng Đông Holding	- Bao bì Rạng Đông - Giá da Rạng Đông - Màng mờ Rạng Đông	
2.	Công ty CP Pin Ác quy Miền Nam	- Ác quy Pinaco - Ác quy Đồng Nai - Pin Con Ó	
3.	Công ty CP Dây Cáp điện Việt Nam	- Dây cáp điện CADIVI	
4.	Công ty CP tập đoàn Kido	- Dầu ăn và Bơ thực vật Tường An - Kem cao cấp dành cho giới trẻ Merino - Kem cao cấp Celano	
5.	Tổng Công ty CP May Việt Tiến	- Sản phẩm thời trang Viettien	
6.	Tổng Công ty CP Dệt may Hòa Thọ	- Quần, áo Merriman	
7.	Công ty CP Cao Su Đà Nẵng	- Săm lốp xe đạp DRC - Săm lốp xe máy DRC	
8.	Công ty CP Gạch ngói Đồng Nai	- Gạch ngói đất sét nung TUILDONAL ĐỒNG NAI	
9.	Công ty CP Bảo vệ thực vật Sài Gòn	- Chế phẩm diệt muỗi SECSAIGON 10EC	
10.	Công ty CP Giấy An Hòa	- Giấy và bột giấy An Hòa	

ĐỔI MỚI SÁNG TẠO ĐỂ “XANH HÓA” THƯƠNG HIỆU VIỆT

THƯƠNG HIỆU

● MINH NGUYỆT

XU HƯỚNG KHÔNG THỂ ĐẢO NGƯỢC

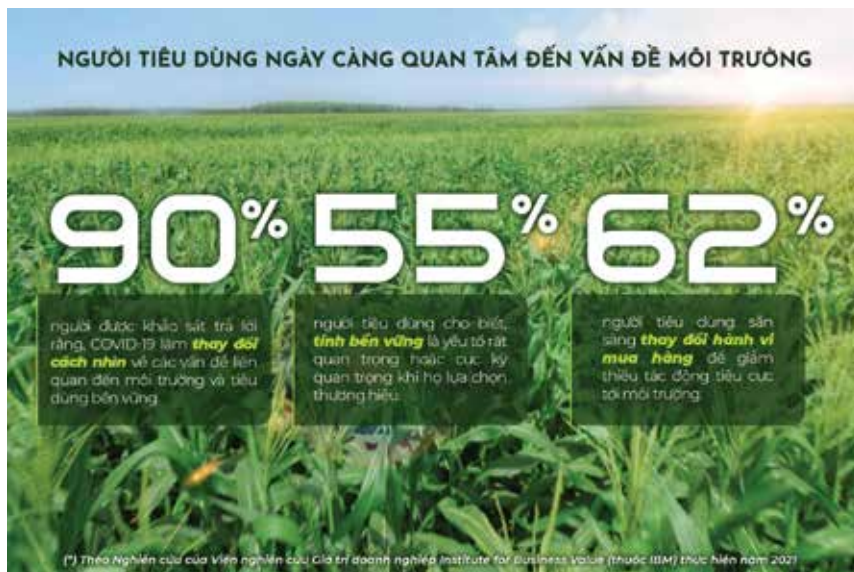
Ông Hoàng Minh Chiến - Phó Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) cho biết, thời gian qua, câu chuyện xanh hóa để hướng tới phát triển bền vững được chính phủ và cộng đồng DN các nước quan tâm. Việc xanh hóa hướng tới phát triển bền vững mang lại nhiều lợi ích thiết thực cả về kinh tế và những giá trị vô hình giúp DN tăng khả năng cạnh tranh.

Xu hướng sống xanh, tiêu dùng xanh hiện nay đặt ra bài toán mới cho doanh nghiệp (DN) về thúc đẩy thương hiệu hướng đến phát triển xanh và bền vững. Theo giới chuyên gia, DN Việt Nam buộc phải không ngừng đổi mới sáng tạo và nỗ lực ứng dụng công nghệ để nâng tầm thương hiệu quốc gia Việt Nam nói chung và thương hiệu DN, sản phẩm của Việt Nam nói riêng ở trong nước, khu vực và trên trường quốc tế.

Để cạnh tranh trên thị trường, xu hướng xanh hóa các hoạt động phát triển thương hiệu đang trở nên phổ biến. Người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến tính bền vững của sản phẩm và đây được coi là giá trị mới mà các nhà sản xuất cần lưu tâm. Xu hướng tiêu dùng hiện nay chuyển dịch sang những sản phẩm thân thiện với môi trường nên sản xuất xanh là yếu tố mang tính lợi thế, giúp DN gia tăng giá trị thương hiệu, thu hút thêm người tiêu dùng.



Xu hướng “xanh hóa” các hoạt động phát triển thương hiệu đang trở nên phổ biến.



Kết quả một cuộc khảo sát mới đây của NielsenIQ cho thấy, 77% khách hàng ngừng sử dụng các thương hiệu bị phát hiện có hành vi vi greenwashing (hành vi sai lệch để đánh bóng thương hiệu). 69% khách hàng coi trọng tính bền vững hơn so với 2 năm trước. 46% khách hàng tiêu dùng những thương hiệu hướng tới tính bền vững.

Ở góc nhìn quốc tế, theo ông Alex Haigh - Giám đốc điều hành Brand Finance châu Á - Thái Bình Dương, phát triển xanh và phát triển bền vững ngày càng trở nên quan trọng trong định vị thương hiệu. Nhiều quốc gia đã đổ tiền đầu tư vào Costa Rica bởi họ thể hiện được là quốc gia yêu môi trường, tập trung phát triển xanh. Trong khi đó, Đan Mạch cũng “ghi điểm” với nhà đầu tư khi kể câu chuyện thương hiệu là quốc gia nhiều gió.

“Đây chỉ là 2 trong vô vàn những ví dụ cho thấy phát triển bền vững là động lực để phát triển kinh tế. Việt Nam cần tập trung đẩy mạnh vào lĩnh vực này để quảng bá thương hiệu quốc gia với thị trường quốc tế”, ông Alex Haigh nói.

KHÔNG NGỪNG ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Giới chuyên gia đánh giá, Nhà nước

và cộng đồng DN đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong việc thúc đẩy các thương hiệu Việt hướng đến phát triển xanh để tạo một nền kinh tế xanh. Câu hỏi đặt ra là làm thế nào để tăng độ phủ sóng, truyền cảm hứng về hành trình xây dựng thương hiệu quốc gia Việt Nam xanh, nâng tầm thương hiệu quốc gia Việt Nam nói chung và thương hiệu DN, sản phẩm của Việt Nam nói riêng ở trong nước, khu vực và trên trường quốc tế?

Ông Alex Haigh cho rằng, khách hàng ngày càng nhạy cảm hơn với tính trách nhiệm của DN. Họ sẽ thưởng hoặc trừng phạt các DN có liên quan đến tính trách nhiệm đối với cộng đồng, môi trường và bản thân quản trị của DN.

Do vậy, vì một tương lai bền vững, các DN Việt Nam cần có nhiều hơn các hành động bảo vệ môi trường, đầu tư vào năng lượng và công nghệ xanh cũng như hỗ trợ các nỗ lực toàn cầu để chống biến đổi khí hậu.

Cho rằng xu hướng sống xanh, tiêu dùng xanh đặt ra bài toán mới cho DN Việt, ông Hoàng Minh Chiến khuyến nghị các DN cần phải hướng tới việc nâng cao hơn trách nhiệm xã hội, đạo đức kinh doanh, đặc biệt phải tuân thủ đúng các quy định về

môi trường. Cần quan tâm nhiều hơn đến việc đổi mới công nghệ, nâng cao hiệu quả sản xuất. Đồng thời cũng phải tính đến việc tái cơ cấu hoạt động sản xuất kinh doanh, tiến tới ngừng sản xuất những sản phẩm tạo phát thải lớn, ảnh hưởng đến môi trường.

Ở góc nhìn khác, ông Trần Lê Hồng - Phó Cục trưởng Cục SHTT (Bộ Khoa học & Công nghệ) nhìn nhận, việc đổi mới sáng tạo để có các sản phẩm xanh, thân thiện với môi trường không chỉ là vấn đề trách nhiệm xã hội mà đây còn là sự sống còn của các DN. Là vấn đề mang tính chất xu hướng, nên nếu các DN không chuyển đổi một cách nhanh chóng, hợp lý, DN sẽ bị loại ra khỏi cuộc chơi.

DN cần lưu ý, hoạt động đổi mới sáng tạo hiện nay đi theo hướng các công nghệ mới, công nghệ xanh, thân thiện với môi trường. Trong bối cảnh thế giới phát triển không ngừng, DN buộc phải nỗ lực đổi mới sáng tạo. Thực tế cho thấy, các DN thành công là những DN không ngừng đổi mới sáng tạo. Ngược lại, DN ngừng đổi mới sáng tạo là tụt hậu, không thể phát triển tiếp.

Dù nhấn mạnh nỗ lực của cộng đồng DN trong việc thúc đẩy các thương hiệu phát triển theo hướng xanh để tạo ra nền kinh tế xanh cho đất nước, ông Alex Haigh đánh giá, vai trò hỗ trợ của Nhà nước rất quan trọng, qua đó giúp thương hiệu phát triển ra thị trường quốc tế. Nhà nước có thể hỗ trợ các công ty chuyển đổi xanh, đặc biệt là những công ty xuất khẩu, hoạt động ở nước ngoài.

Cùng góc nhìn, Phó Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại cho rằng, Nhà nước cần điều chỉnh để cơ chế, chính sách phù hợp hơn nữa trong việc hỗ trợ các DN. Ngoài ra, sự phối hợp của các bộ, ngành, địa phương nhằm phổ biến chính sách, tạo các kênh pháp lý phù hợp để DN quảng bá thương hiệu DN xanh và thương hiệu quốc gia xanh là rất cần thiết.



Hà Giang

nỗ lực xây dựng thương hiệu du lịch bền vững
Điểm đến hấp dẫn hàng đầu châu Á

THƯƠNG HIỆU

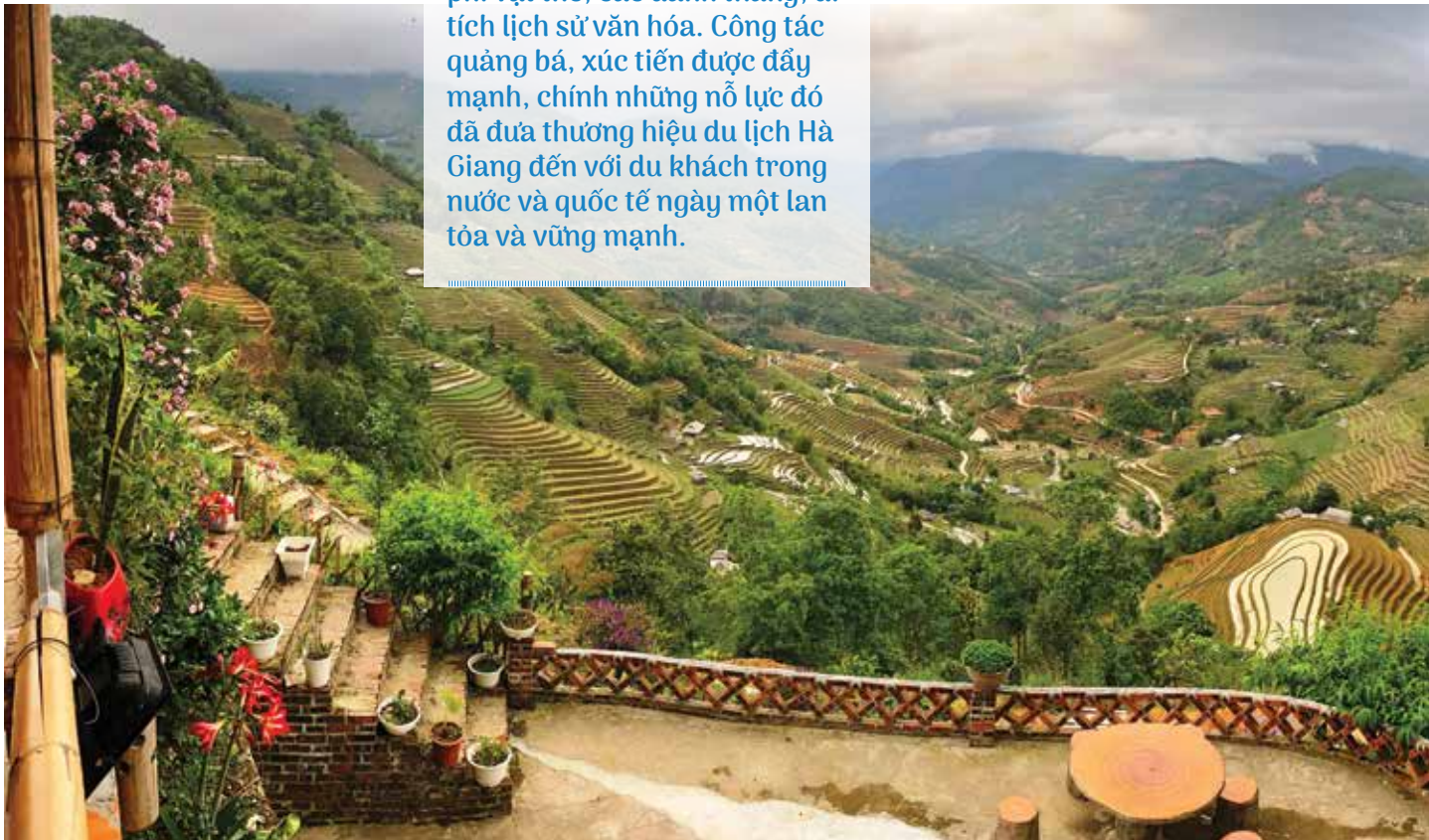
XÚC TIẾN, NÂNG CAO THƯƠNG HIỆU DU LỊCH

Để hình ảnh du lịch Hà Giang được đưa tới công chúng một cách bài bản, có chiều sâu, ngay từ đầu năm ngành văn hoá, thể thao và du lịch đã tham mưu cho UBND tỉnh triển khai thực hiện các nội dung kế hoạch xúc tiến quảng bá du lịch - thương mại tỉnh.

● LƯƠNG THỦY

Những năm gần đây, kinh tế – xã hội tỉnh Hà Giang đã có những bước phát triển toàn diện, cơ sở hạ tầng, dịch vụ của tỉnh tiếp tục được đầu tư xây dựng và hoàn thiện đã tạo điều kiện cho việc khai thác có hiệu quả tiềm năng du lịch đặc trưng của địa phương như hệ thống các di sản vật thể, phi vật thể, các danh thắng, di tích lịch sử văn hóa. Công tác quảng bá, xúc tiến được đẩy mạnh, chính những nỗ lực đó đã đưa thương hiệu du lịch Hà Giang đến với du khách trong nước và quốc tế ngày một lan tỏa và vững mạnh.

Nhiều hội nghị, hội thảo về phát triển du lịch có tính liên vùng và quốc tế được tổ chức. Trong đó, có hội nghị xúc tiến và không gian văn hóa du lịch Hà Giang tại các thị trường lớn trong nước như TP Hồ Chí Minh, Hà Nội và các thành phố lớn trong cả nước được triển khai một cách hiệu quả. Đồng thời, ngành đã tập trung nâng cấp cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ công tác xúc tiến quảng bá du lịch.



Ruộng bậc thang bản Luốc, huyện Hoàng Su Phì.

Đổi mới hình thức, biên tập các sản phẩm như cẩm nang du lịch, bản đồ tập gấp, bản tin du lịch, postcard bằng song ngữ Việt - Anh, Việt - Trung, quảng bá trên các chuyến bay và các pano, biển quảng bá du lịch tầm lớn.

Ứng dụng công nghệ, đẩy mạnh chuyển đổi số, xây dựng nhiều video clip, phim quảng bá du lịch đăng tải các nền tảng trực tuyến như trang web, mạng xã hội Facebook, Zalo, TikTok, YouTube... tích cực tham gia quảng bá trên website của 8 tỉnh Tây Bắc, 6 tỉnh Việt Bắc.

Nhờ đó, hình ảnh và sản phẩm du lịch Hà Giang thường xuyên hiện diện trên các phương tiện thông tin đại chúng Trung ương và các địa phương, thông qua các chương trình, phóng sự tài liệu, gameshow truyền hình...

Đặc biệt, trong năm 2022, ngành đã phối hợp với Hiệp hội Du lịch Việt Nam thành lập văn phòng tư vấn du lịch tỉnh Hà Giang tại TP Hồ Chí Minh, thông qua đó hình ảnh, thông



Hẻm Tu Sản và dòng sông Nho Quế.

tin về Hà Giang được chuyển tới thị trường khách một cách đầy đủ.

**NÂNG CAO THỂ MẠNH
CÁC SẢN PHẨM DU LỊCH**

Hà Giang, vùng đất có lịch sử văn hoá lâu đời, nơi hội tụ của 19 dân tộc với những đặc trưng riêng có như Mông, Dao, Pà Thẻn, Cờ Lao, Lô Lô, Bố Y, Phù Lá, Pu Páo... từ lâu đã thu hút được sự quan tâm của du khách trong và ngoài nước.

Để đáp ứng nhu cầu của du khách, tỉnh Hà Giang thường xuyên nghiên cứu thị trường, khảo sát xây dựng các sản phẩm du lịch mới, đầu tư hoàn thiện các sản phẩm du lịch sẵn có. Đến nay sản phẩm du lịch Hà Giang được khai thác kéo dài quanh năm, khắc phục hoàn toàn tính mùa vụ, trải đều với ba không gian Đông Bắc, Tây Nam và khu trung tâm.

Trong năm 2022, nhiều chương trình ra mắt sản phẩm du lịch chuyên đề cũng được triển khai như: sản phẩm kết nối với 6 tỉnh Việt Bắc “Tinh hoa cực Bắc - Sắc hồng Hà Giang”; sản phẩm về nguồn với chủ đề “Hành quân theo bước chân anh”; khám phá vách đá trắng và ra mắt sản phẩm du lịch “đường Hạnh Phúc - con đường máu và hoa”; sản phẩm “Về với địa chỉ đỏ - Bắc Mê”... đã thu hút đông đảo du khách cũng như giới truyền thông gia, từ đó góp phần xây dựng vị trí thương hiệu du lịch của tỉnh ngày một chuyên nghiệp.

Ngoài ra, các lễ hội và sự kiện thể thao được tổ chức định kỳ và thường





xuyên để thu hút khách du lịch, như chợ phong lưu Khâu Vai, Gầu Tào; lễ hội Khèn Mông người Mông; nhảy lửa, lễ cúng Bàn Vương, cấp sắc của người Dao, lễ “thần rừng” của người Lô Lô; hội Khu Cù Tê của người La Chí; Hội đua thuyền; Tết cá, lễ Hội Lồng Tồng dân tộc Tày; nhảy lửa người Pà Thẻn, lễ hội dệt thổ cẩm; lễ hội hoa Tam giác mạch...

Các sản phẩm hỗ trợ cũng được phát triển để đa dạng hóa trải nghiệm cho khách du lịch. Nhiều loại hình du lịch nông nghiệp đã đưa vào khai thác gắn với trải nghiệm các làng du lịch cộng đồng, kết hợp giới thiệu, bày bán các sản vật, hàng hóa bản địa.

Cụ thể, đã có 6 làng nghề có sản phẩm OCOP từ 3-4 sao phục vụ du lịch. 8 làng nghề được đăng ký thương hiệu, nhãn hiệu sản phẩm. Tổng số 280 sản phẩm đạt sao OCOP, trong đó 41 sản phẩm đạt 4 sao, 239 sản phẩm đạt 3 sao.

Bên cạnh đó, ẩm thực độc đáo góp phần làm cho chương trình du lịch Hà Giang ngày càng trở nên hấp dẫn. Hà Giang có rất nhiều món ăn truyền thống của các dân tộc vùng cao được khách du lịch lựa chọn. Đặc biệt có 4 món ăn đặc sản Việt Nam đã được Hội đồng xác lập Kỷ lục Việt Nam ghi nhận gồm: cháo ấu tẩu, mèn mén, thắng cố và thịt treo gác bếp; cùng 4 món đặc sản

quà tặng Việt Nam gồm: mật ong bạc hà, chè cổ thụ Shan tuyết, bánh Tam giác mạch và hồng không hạt Quản Bạ.

ĐẶC TRƯNG KIẾN TRÚC CẢNH QUAN

Lịch sử hình thành và cho đến nay các dân tộc Hà Giang vẫn giữ được các nét kiến trúc hoang sơ, mộc mạc, qua đó, kiến trúc tạo nên nét đặc điểm thu hút giới trẻ muốn khám phá và thưởng ngoạn.

Tỉnh Hà Giang đã quan tâm đến việc bảo tồn, tôn tạo các công trình có kiến trúc giá trị: từ việc tôn tạo, bảo tồn các công trình riêng lẻ, có giá trị về nghệ thuật kiến trúc như Dinh thự vua Mèo, ngôi nhà dựng phim “Chuyện của Pao” ở Sủng Là, cà phê phố cổ Đồng Văn... đến cả tuyến phố như phố cổ Đồng Văn được đầu tư, cải tạo chỉnh trang toàn tuyến với nhà trình tường quy mô 1-2 tầng lớp ngoài.

Bên cạnh đó, nhiều công trình mới được xây dựng, phục vụ các hoạt động du lịch và du khách với đủ các loại hình chức năng: từ nhà ở, homestay, resort, khách sạn đến điểm ngắm cảnh, nhà sinh hoạt cộng đồng, nhà trưng bày hay lớn hơn là các không gian làng văn hóa dân tộc.

Ngoài những công trình xây dựng cao tầng, mái bằng bê tông cốt thép

Hà Giang trở thành điểm đến du lịch hàng đầu châu Á

Đáp lại những nỗ lực trong việc quảng bá thương hiệu du lịch, vừa qua tỉnh Hà Giang đã vinh dự nhận được Giải thưởng Du lịch Thế giới - World Travel Awards (gọi tắt là WTA) bình chọn là Điểm đến du lịch mới nổi hàng đầu châu Á.

Việc được Giải thưởng Du lịch Thế giới đề cử là một sự ghi nhận chính xác và cũng cho thấy hình ảnh rất nổi bật của điểm đến du lịch tỉnh Hà Giang, một trong những điểm đến hấp dẫn nhất cả nước trong những năm qua.

Thông qua việc bình chọn lần này, cũng nhằm định vị hình ảnh và xây dựng thương hiệu du lịch bền vững, làm cho du lịch tỉnh Hà Giang trở thành điểm đến hấp dẫn, thu hút đông đảo du khách trong và ngoài nước.

Dốc Thẩm Mã là một điểm nhấn, một mảnh ghép làm nên bức tranh tuyệt đẹp cho mảnh đất địa đầu Tổ quốc.



Làng dân tộc H'Mông tại huyện Quản Bạ.

án ngữ cảnh quan, không ăn nhập, thậm chí phá vỡ cấu trúc khu vực, tỷ xích công trình - cảnh quan cũng như không gắn kết với bản sắc đặc trưng vốn có của Hà Giang thì cũng xuất hiện các dự án lớn như nhà cộng đồng, resort, công trình khai thác các yếu tố, hình ảnh dân tộc đặc trưng các dân tộc như nhà trình tường, màu sắc vỏ ngoài công trình như màu đất, mái dốc hoặc lợp ngói âm dương hoặc tôn, tranh, cọ.

KHÁM PHÁ THIÊN NHIÊN, HANG ĐỘNG, NÚI RỪNG HÀ GIANG

Khám phá cao nguyên đá Đồng Văn, một trong những địa danh được UNESCO công nhận là Công viên Địa chất toàn cầu. Đây là một trong những vùng núi đá vôi đặc biệt, ghi dấu những vết tích lịch sử về sự phát triển của vỏ trái đất.

Vượt qua cung đường đèo khoảng 150km, khung cảnh của cao nguyên đá Đồng Văn ẩn hiện trong làn sương mờ ảo. Nơi đây được mệnh danh là “thiên đường xám” của người dân Hà Giang. Dừng đá để làm nhà hay canh tác ngô, hoa màu trên những triền đá. Đạo quanh bản làng, trập trùng hiện lên vẻ đẹp trắng ngần của họa mạn, hồng xinh tươi của hoa đào.

Cảnh làng mạc của đồng bào đang sinh sống, cảnh núi non hiểm trở bên cạnh dòng sông Nho Quế, tạo nên bức tranh thiên nhiên sống

động, tạo sức hút không chỉ khách nội địa mà du khách nước ngoài cũng khám phá mảnh đất này ngày một đông đảo.

Sức hút của Hà Giang còn được biết đến khung cảnh thiên nhiên ban tặng nhiều hang động, suối, thác được giữ nguyên vẹn, sơ khai, núi đồi trùng điệp tạo nên bức tranh tự nhiên hùng vĩ và hấp dẫn.

TẬP TRUNG NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC ĐÁP ỨNG YÊU CẦU PHÁT TRIỂN

Những năm qua việc triển khai Đề án đào tạo nguồn nhân lực đã đem lại hiệu quả nhất định. Tuy nhiên, sau đại dịch COVID-19 một lượng lao động đã được đào tạo chuyển việc làm, dẫn đến thiếu hụt lao động, đặc biệt là lao động có tay nghề.

Trước khó khăn và nhu cầu đòi hỏi đó, ngành du lịch đã chỉ đạo các địa phương phối hợp xây dựng kế hoạch triển khai tổ chức 10 lớp tập huấn cho gần 300 học viên với nội dung bám sát tình hình thực tế phát triển du lịch hiện nay, đáp ứng phục vụ nhu cầu khách du lịch như: nghiệp vụ lễ tân, buồng, bàn bar, maketting, du lịch cộng đồng, tiếng Anh giao tiếp... phù hợp với nhu cầu của người lao động trong lĩnh vực du lịch.

Kết thúc chương trình đào tạo, ngành đã phối hợp với các bên liên

quan tổ chức công tác thi đua khen thưởng cho học viên đạt thành tích cao trong học tập, để từ đó khuyến khích nguồn nhân lực hoạt động trong lĩnh vực du lịch dịch nâng cao ý thức chủ động trong công tác tự học tập, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

TĂNG CƯỜNG HỢP TÁC, LIÊN KẾT PHÁT TRIỂN DU LỊCH

Xác định liên kết vùng là nội dung quan trọng trong chiến lược phát triển du lịch, tỉnh Hà Giang đã chủ động thực hiện các chương trình liên kết hợp tác phát triển du lịch với các địa phương trên cả nước, đặc biệt là chương trình hợp tác giữa 8 tỉnh Tây Bắc mở rộng với TP Hồ Chí Minh và chương trình hợp tác với các tỉnh vùng chiến khu Việt Bắc...

Trong đó, năm 2022 với cương vị Trưởng nhóm hợp tác Chương trình “Du lịch qua những miền di sản Việt Bắc lần thứ XIII” tỉnh Hà Giang đã đề xuất đổi mới hình thức tổ chức với nhiều hoạt động ấn tượng, hiệu quả gồm: tuần Văn hóa Du lịch 6 tỉnh Việt Bắc và Hà Nội năm 2022 trong 3 ngày tại Hà Nội; chương trình “Du lịch qua những miền di sản Việt Bắc lần thứ XIII” trong 3 ngày tại thành phố Hà Giang.

Các tỉnh Việt Bắc đã phối hợp tổ chức hoạt động khảo sát xây dựng và công bố 3 sản phẩm du lịch liên kết vùng, tổ chức trưng bày, trình diễn, triển lãm giới thiệu hình ảnh vùng đất con người, văn hóa, diểm đến tại mỗi địa phương. Các tỉnh đã ký kết thỏa thuận thực hiện chương trình hợp tác giai đoạn năm 2022 – 2027 trong đó đề xuất nhiều giải pháp, các hình thức hợp tác, liên kết, đổi mới hình thức tổ chức nhằm nâng cao hiệu quả chương trình hợp tác. Với những thành quả đã đạt được, chắc chắn trong tương lai không xa du lịch tỉnh Hà Giang sẽ thật sự trở thành một địa chỉ đỏ trên bản đồ du lịch Việt Nam.



Câu chuyện về THƯƠNG HIỆU CÀ PHÊ VIỆT LẦN ĐẦU XUẤT HIỆN TRÊN SHARK TANK MỸ

● CAO THÔNG

THƯƠNG HIỆU

Mullin thành lập Copper Cow Coffee - một thương hiệu cà phê hữu cơ Việt Nam - bán trực tiếp cho người tiêu dùng vào năm 2017. Có mọi thứ từ cà phê latte đặc trưng của Việt Nam (hương vị bao gồm hoa oải hương, caramel mặn và vani) đến bã cà phê rang đậm pha trộn với các loại thảo mộc và gia vị.

“Tôi bị mê hoặc bởi ẩm thực Việt Nam và tôi nghĩ đó sẽ là một ý tưởng kinh doanh tuyệt vời để mang đến cho mọi người. Mọi người mong muốn có được những hương vị mới có hương vị tuyệt vời”, Mullin nói.

Cô tin rằng chính sự độc đáo của Copper Cow là lý do khiến loại cà phê này có thể bán được.

Mullin đã giới thiệu thương hiệu với thế giới trên “Shark Tank” vào năm 2021 và trải nghiệm này đã mang lại nhiều khách hàng. Điều đáng nói là

Debbie Wei Mullin - con gái của một bà mẹ Việt Nam - lớn lên với hương vị đậm đà của cà phê Việt. Đến tuổi trưởng thành, cô không thể tìm thấy một thương hiệu nào có hương vị như ở quê nhà. Bởi vậy, cô quyết định bỏ việc tại Ngân hàng Thế giới để tự tạo nên Copper Cow Coffee - một thương hiệu cà phê của riêng mình.

có một vị “shark” đã đưa ra khoản đầu tư 600.000 USD để lấy 5,5% cổ phần của công ty nhưng Mullin đã từ chối thỏa thuận này.

Con đường khởi nghiệp chưa bao giờ là đơn giản, nhất là với phụ nữ gốc Á. Mới đây, Mullin đã hé lộ quá trình phát triển của Copper Cow, cách cô ấy phát triển sản phẩm của mình và ý nghĩa văn hóa của cà phê Việt Nam.



**BỞ NGÂN HÀNG THẾ GIỚI,
NÂNG TẦM CÀ PHÊ VIỆT**

Công việc kinh doanh của Mullin khởi đầu là một dây chuyền nấu ăn, một công việc ngoài giờ của cô, người vốn đang làm việc tại Ngân hàng Thế giới. Cô đã dành cả đêm và các cuối tuần để thực hiện kế hoạch kinh doanh. Có những ngày, cô đem sản phẩm tới cả chợ nông sản, quảng bá với khách hàng.

Bản thân là một người yêu thích cà phê, Mullin cuối cùng đã nhìn thấy nhiều tiềm năng trong kinh doanh cà phê, vì vậy cô ấy đã dồn hết nguồn lực vào Copper Cow Coffee, trong đó đáng nói nhất là quyết định bỏ việc tại Ngân hàng Thế giới. Không có vốn, cô đã phải trình bày dự án với bất kỳ ai mà cô thấy có thể đầu tư.

Trong năm đầu tiên, cô đã huy động được 100.000 USD nhờ sự đóng góp từ bạn bè và gia đình. Nhưng khi công việc kinh doanh bắt đầu thực sự cất cánh, cô cần thêm tiền từ các nhà đầu tư mạo hiểm.



Mullin tại chương trình Shark Tank của Mỹ. Ảnh: Marthastewart

Và đây chính là lúc Mullin gặp khó khăn. “Tôi đã mất hai năm trước khi có thể nhận được tài trợ của Quỹ đầu tư mạo hiểm (Venture Capital - VC) và đó là thành quả sau khi tôi đã tiếp cận được hơn 100 nhà đầu tư. Những lời từ chối đó đôi khi rất hữu ích, cho tôi biết những gì phải khắc phục trong công việc kinh doanh của mình”, Mullin chia sẻ.

Nhưng, phần lớn những phản hồi và chỉ trích đến từ thương hiệu của cô

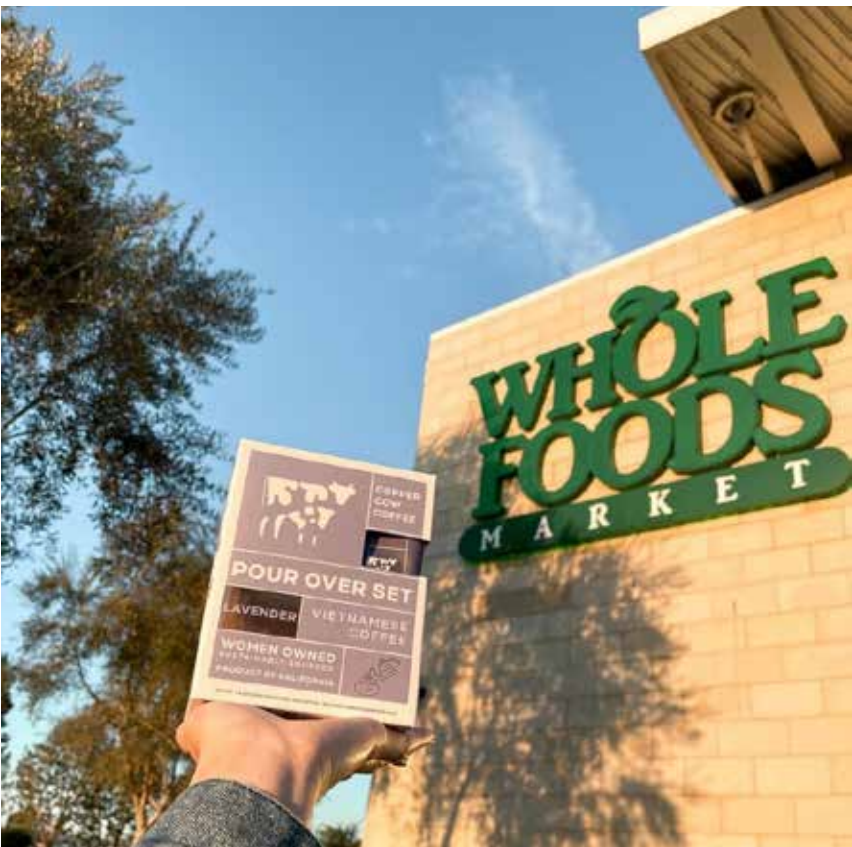
đó là sản phẩm quá “ngách”. Mặc dù cà phê là một lĩnh vực kinh doanh cà phê sáng tạo có trị giá 70 triệu USD vào năm 2016, các nhà đầu tư tin rằng một thương hiệu cà phê Việt Nam không thể bán được cho người tiêu dùng Mỹ.

“Rất nhiều người nói với tôi rằng sản phẩm của tôi là thị trường ngách trong khi thực tế không phải như vậy. Các khái niệm cà phê sáng tạo có thể bán được cho những người dưới 40 tuổi. Thương hiệu của tôi có đầy đủ màu sắc và hương vị, đồng thời chúng tôi bao gồm các loại thảo mộc và gia vị trong cà phê của mình, những thứ thực sự có tác dụng với phụ nữ”, Mullin nói.

Chỉ đến khi Copper Cow có mặt tại Walmart bởi nhà bán lẻ này liên hệ với Mullin để hợp tác, các nhà đầu tư bắt đầu coi trọng thương hiệu này.

**ĐẰNG SAU THÀNH CÔNG CỦA
COPPER COW COFFEE**

Copper Cow Coffee bây giờ - một thương hiệu cà phê của Việt Nam không chỉ là công việc kinh doanh mà Mullin tưởng tượng ban đầu. Cô nói: “Khi tôi lần đầu tiên bắt đầu, khoảng bảy năm trước, bia lạnh đóng chai bắt đầu trở nên phổ biến. Tôi thực sự muốn pha một ly cà phê Việt Nam ủ lạnh đóng chai và tôi muốn pha thêm sữa đặc có đường để sẵn sàng uống”.





Các bước cụ thể để pha cà phê Copper Cow. Ảnh: Amazon

Về mặt logic, việc sản xuất một sản phẩm như vậy gần như là không thể, đặc biệt là khi Mullin muốn tìm nguồn cung cấp hạt cà phê từ Việt Nam. Mullin đã dành nhiều tháng đi đi lại lại Việt Nam, thăm các trang trại cà phê và xác định nguồn cung cấp nguyên liệu. Sau đó là tìm nhà máy phù hợp tại Mỹ và hoàn thiện sản phẩm. Nhưng bất chấp những nỗ lực không mệt mỏi đó, Mullin đã không thành công.

Trong một chuyến đi đến châu Á, cô ấy đã có một khoảnh khắc “a đây rồi” khi phát hiện ra phương pháp rót, một kiểu pha cà phê bằng cách đổ nước nóng lên hạt cà phê trong một bộ lọc. Phương pháp này cho phép Mullin tách hạt cà phê ra khỏi sữa đặc, giúp việc vận chuyển dễ dàng hơn.



Năm 2021, Copper Cow Coffee đã huy động thành công 8,5 triệu USD tại vòng gọi vốn Series A. Số tiền sẽ được công ty dùng để mở rộng mạng lưới phân phối cũng như đẩy mạnh khâu nghiên cứu sản phẩm. Hiện mạng lưới phân phối của thương hiệu đã có hàng nghìn nhà bán lẻ tại thị trường Mỹ, trong đó có Whole Foods và Walmart.

Mullin đã đăng ký nhãn hiệu, bắt đầu tiếp thị và bắt đầu thử nghiệm các hương vị - với loại có hương vị đầu tiên là bột latte hoa oải hương.

“Kể từ đó, chúng tôi đã có rất nhiều niềm vui khi đổi mới hương vị, cả về cà phê và kem. Thêm vào đó, thương hiệu của tôi sử dụng 100% toàn bộ thảo mộc, không có hương vị nhân tạo”, Mullin cho biết.

ĐIỀU GÌ KHIẾN CÀ PHÊ VIỆT NAM ĐỘC ĐÁO?

Theo Mullin, Việt Nam chủ yếu sản xuất cà phê vối, loại cà phê rang đậm đà với một hương vị mà hầu hết người Mỹ không quen dùng cho đến 10 đến 15 năm trước khi cà phê vối được tiếp thị trở lại như cà phê cao cấp. Tuy nhiên, không có nhiều thương hiệu cà phê cao cấp có nguồn gốc từ Việt Nam và giá cả không thể cạnh tranh với hầu hết các loại cà phê bã.

Đó là nơi Copper Cow xuất hiện. Thương hiệu này mang lại nguồn gốc của cà phê vối và tiếp thị nó cho những người uống cà phê hàng ngày. Mục tiêu của Mullin là Việt Nam được công nhận về văn hóa và lịch sử trên thị trường cà phê bằng cách tìm nguồn cung ứng từ nông dân Việt Nam.

“Tôi muốn Copper Cow trở thành một thương hiệu mang đến trải nghiệm cà phê Việt Nam đích thực và xóa bỏ định kiến sai lầm về cà phê cao cấp. Và tiến thêm một bước nữa, trở thành thương hiệu cà phê Việt Nam được chứng nhận hữu cơ đầu tiên”, Mullin tự hào cho biết.

Lan tỏa tinh thần NGƯỜI VIỆT TIN DÙNG HÀNG VIỆT

● NHỊ HÀ

Cuộc thi ảnh “Người Việt tin dùng hàng Việt” nhằm quảng bá, ủng hộ và đồng hành cùng các doanh nghiệp, làng nghề, cơ sở sản xuất có sản phẩm chất lượng, uy tín, tạo sự lan tỏa trong tiêu dùng hàng nội địa.

Mới đây, tại TP Hồ Chí Minh, Viện Nghiên cứu thị trường - truyền thông quốc tế (IMRIC) đã tổ chức lễ trao giải cuộc thi ảnh “Người Việt tin dùng hàng Việt” lần thứ 1.

Trải qua 6 tháng kể từ khi phát động, cuộc thi đã thu hút được 101 ảnh bộ, 749 ảnh đơn của 128 tác giả dự thi đến từ 63 tỉnh, thành trong cả nước.

Hội đồng thẩm định đã chọn ra 1 giải Nhất (Cúp vàng IMRIC và 30.000.000đ) - Tác phẩm “Giấc mơ Việt” của tác giả Đỗ Trọng Luân; 1 giải Nhì (Cúp bạc IMRIC và 15.000.000đ) - Tác phẩm “Cây cầu kết nối hai thành phố” của tác giả Tô Chí Hùng; 2 giải Ba (Cúp đồng IMRIC và 8.000.000đ) cho các tác phẩm của tác giả Lò Văn Hợp với chủ đề “Nuôi gà đẻ trứng công nghiệp sạch” và “Sữa Việt” của tác giả Phạm Huy Đăng.



Ban Tổ chức trao giải Nhất cho tác giả Đỗ Trọng Luân với tác phẩm “Giấc mơ Việt”.

Bên cạnh đó, 10 giải Khuyến khích cũng được Hội đồng thẩm định công bố (Bằng Chứng nhận IMRIC và 2.000.000đ), cụ thể: “Tranh mỹ nghệ lá Bô đề” - Tác giả: Lê Hoàng Mến; “Dây chuyền sản xuất Vissan” - Tác giả: Lò Văn Hợp; “Nghề kho cá truyền thống làng Vũ Đại” - Tác giả: Lưu Trọng Đạt; “Nuôi ngao biển Hậu Lộc” - Tác giả: Lưu Trọng Đạt; “Thu hoạch vải thiều” - Tác giả: Nguyễn Việt Hồng; “Trên bầu trời thành phố” - Tác giả: Tô Chí Hùng; “Gốm mỹ nghệ” - Tác giả: Nguyễn Văn Đông; “Cầu Rào, cánh sóng vươn xa” - Tác giả: Phạm Văn Thanh; “Chế biến bánh pía” - Tác giả: Đinh Công Tâm và “Nghiên cứu nấm” - Tác giả: Đoàn Ngọc Ân.

Theo NSNA Lê Xuân Thắng - Nguyên PCT Hội Nghệ sĩ nhiếp ảnh Việt Nam, cố vấn Ban tổ chức, cuộc thi đã tạo diễn đàn chia sẻ, truyền tải mạnh mẽ đến người xem những thông điệp về niềm tin tiêu dùng hàng Việt.

“Đây cũng là cơ hội để các doanh nghiệp quảng bá những sản phẩm chất lượng do mình sản xuất ra, khích lệ thói quen sử dụng hàng Việt của người dân, khẳng định chỗ đứng trên “sân nhà” của các doanh nghiệp nội, ông Thắng chia sẻ.

Tiến sĩ Hồ Minh Sơn - Viện trưởng Viện IMRIC cho biết, cuộc thi ảnh “Người Việt tin dùng hàng Việt” nhằm phát huy tính năng động, sáng tạo của mọi tầng lớp nhân dân, phát huy hơn nữa lòng tự tôn dân tộc, ý chí tự lực, xây dựng văn hóa tiêu dùng hàng Việt.

“Cuộc thi đã ghi lại những khoảnh khắc biểu cảm và sinh động liên quan đến mọi lĩnh vực “sản xuất - phân phối - tiêu dùng” hàng hóa Việt Nam, những hình tượng đẹp về người lao động trong các hoạt động sản xuất, chế biến sản phẩm... góp phần giới thiệu, quảng bá, ủng hộ, đồng hành cùng các doanh nghiệp Việt”, ông Sơn nhấn mạnh.



Cuộc thi ảnh “Người Việt tin dùng hàng Việt” chia sẻ, lan tỏa sự tích cực trong tiêu dùng hàng Việt của người dân.



THƯƠNG HIỆU



“Giữ Lửa”

thương hiệu
bánh trắng hơn
200 năm tuổi

● KHÁNH NGỌC



Làng nghề bánh trắng truyền thống được vinh danh Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia.

Làng nghề bánh trắng Thuận Hưng, quận Thốt Nốt, TP Cần Thơ đã có lịch sử phát triển hơn 200 năm với nhiều thế hệ tiếp nối.

PHÁT HUY SỨC MẠNH THƯƠNG HIỆU SẢN PHẨM TRUYỀN THỐNG

Bánh trắng là loại thực phẩm thiết yếu dành cho người dùng để ăn tại địa phương và các tỉnh thành, gắn liền với lịch sử phát triển văn hóa - xã hội của TP Cần Thơ. Ngày nay, với hương vị, màu sắc, đặc trưng riêng, bánh trắng Thuận Hưng đã trở thành một mặt hàng truyền thống giữa thời đại số, mang tính chất đặc thù của vùng đất Tây Đô.

Bánh trắng Thuận Hưng hiện đang được khai thác trong hoạt động du lịch, trở thành một trong những điểm tham quan khi đến TP này. Khi đến các cơ sở bánh trắng, du khách sẽ được nghe thuyết minh về quy trình sản xuất. Bánh trắng được tạo ra từ nguyên liệu chính là gạo, gạo làm bánh sẽ được ngâm rồi đem đi

xay thành bột, bỏ phần nước chua đi rồi pha bột theo đúng tỉ lệ, thêm 1 chút muối để vị bánh được đậm đà hơn.

Sinh ra trong một gia đình có nhiều đời làm nghề truyền thống, từ nhỏ đã gắn bó với nghề làm bánh trắng, bà Hà Thị Sáu (56 tuổi) ngụ phường Thuận Hưng, quận Thốt Nốt, TP Cần Thơ có hơn 30 năm kinh nghiệm và ham hiểu về các công đoạn của nghề làm bánh. Với sự đam mê và quyết tâm phát triển bà đã xây dựng nên một sản phẩm truyền thống mà nhiều người biết đến.

Hiện cơ sở bà Sáu có 5 công nhân đang làm việc, mức lương trung bình hơn 5 triệu mỗi tháng, chế độ và ăn uống cho công nhân đầy đủ. Nghề làm bánh trắng rất vất vả nhưng bán được nên thu nhập ổn



định. Đặc biệt, tới dịp Tết công việc nhiều nên rất bận rộn, nhộn nhịp và thu nhập cao hơn nên mọi người ai cũng phấn khởi với công việc.

Với chiếc bánh thơm ngon, sau khi tráng bánh để vỉ thì người thợ làm bánh sẽ canh nắng để phơi ngay khi nắng vừa lên. Bánh được gỡ ra khỏi vỉ và sắp thành từng phần ngay ngắn từ 10 đến 50 hay 100 cái. Hiện cơ sở bà Sáu có các loại bánh: bánh mặn, bánh ngọt, bánh tráng dừa. Với giá bánh ngọt có giá 30.000 đồng/chục, bánh dừa 35.000 đồng/chục, bánh đặc biệt 55.000 đồng/chục.

ỨNG DỤNG KỸ THUẬT ĐỂ TĂNG NĂNG SUẤT

Theo đại diện UBND phường Thuận Hưng, quận Thốt Nốt, TP Cần Thơ, trên địa bàn hiện có 63 hộ sản xuất bánh tráng thường xuyên, 41 hộ làm bánh tráng theo thời vụ. hiện tạo việc làm cho hơn 300 lao động có cuộc sống tốt và thu nhập ổn định, góp phần phát triển kinh tế tại địa phương.

Ngoài ra, làng nghề bánh tráng

cũng tạo nên sức hấp dẫn độc đáo thu hút du khách và tạo những tác động tương tác với du lịch trong một mục tiêu phát triển chung. Đặc biệt, là những du khách thích khám phá, tìm hiểu về những làng nghề truyền thống, ẩm thực, văn hóa của vùng đất Tây Đô.

Hiện tại, làng nghề bánh tráng Thuận Hưng đang từng bước phát triển, nhiều bà con đã ứng dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất nên sản lượng bánh tráng làm ra nhiều. Đặc biệt, nhiều hộ gia đình đã sử dụng máy tráng bánh thay vì tráng thủ công như trước đây. Việc sử dụng máy tráng được khách hàng rất ưa chuộng vì có độ dày vừa phải, bóng và bánh tròn đều rất đẹp.

Được biết, UBND phường Thuận Hưng đang triển khai, phối hợp cùng với doanh nghiệp xây dựng và đưa thương hiệu bánh tráng Thuận Hưng ra thị trường. Đẩy mạnh, tiềm năng to lớn để khai thác các sản phẩm du lịch – văn hoá phát triển theo hướng bền vững, thông qua đó giúp bảo tồn văn hoá, phát

triển kinh tế xã hội ở các làng nghề truyền thống.

Qua đó, sự phát triển cả về số lượng lẫn chất lượng, tới nay làng nghề đã được lan truyền rộng rãi và có nguồn tiêu thụ lớn đến từ nhiều vùng, miền trên cả nước. Không chỉ phát triển về kinh tế mà làng nghề bánh tráng Thuận Hưng còn trở thành điểm du lịch ấn tượng với du khách từ khắp mọi nơi.

Vừa qua, Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã ký quyết định về việc đưa vào Danh mục Di sản Văn hóa phi vật thể quốc gia đối với nghề làm bánh tráng Thuận Hưng, ở lĩnh vực nghề thủ công truyền thống.

Làng nghề bánh tráng truyền thống Thuận Hưng đại diện cho nét đẹp văn hoá được lưu truyền bao đời nay của người dân TP Cần Thơ nói riêng và miền Tây Nam Bộ nói chung. Dù vẫn còn nhiều khó khăn nhưng mỗi người dân Thuận Hưng đều đồng lòng gìn giữ, phát triển nghề truyền thống.



Sau khi tráng vừa chín, người dân sẽ phơi bánh dưới ánh nắng nhẹ.



Người Việt sử dụng công nghệ nâng cao chất lượng cuộc sống

● VIỆT ANH

Từ State of Nation nhận định, điều thực sự khiến Việt Nam trở nên khác biệt là cách các thành viên của tầng lớp bình dân sử dụng công nghệ để nâng cao cuộc sống của họ.

“Thuật ngữ tầng lớp bình dân bắt nguồn từ một bài tiểu luận của CZ Nnaemeka xuất bản năm 2013 trên Tạp chí MIT Entrepreneurship Review. Trong bối cảnh Việt Nam, tôi sử dụng thuật ngữ này để chỉ

Khi công nghệ giải phóng sức mua của gần 3/4 dân số Việt Nam sống bên ngoài thành phố, các thương hiệu cần đánh thức tiềm năng. Trong bài viết của tờ State of Nation (châu Âu) mới nhất, Ngô Phúc - Phó Chủ tịch phụ trách chiến lược tại Việt Nam, công ty PR và tiếp thị kỹ thuật số Vero tiết lộ tác động của công nghệ đến tầng lớp bình dân của Việt Nam.

những người nông dân, người lao động và chủ doanh nghiệp nhỏ sống bên ngoài các trung tâm kinh tế của TP Hồ Chí Minh và Hà Nội và nhận được rất ít sự chú ý trên những phương tiện truyền thông và quảng cáo”, Ngô Phúc nói.

Dù phần lớn bị bỏ lại phía sau trong cuộc đua tiến bộ, nhưng tầng lớp bình dân này đang nắm bắt công nghệ với tốc độ chưa từng thấy. Nguyên nhân? Công nghệ đang cung cấp cho họ những công cụ cần thiết



Hình ảnh tại một vùng biển Việt Nam.
Ảnh: Pixabay

để cải thiện cuộc sống và công việc kinh doanh, chẳng hạn như ngân hàng di động, thị trường trực tuyến và nền tảng thương mại điện tử.

SỰ TIỆN LỢI CHƯA TỪNG CÓ CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

63% người Việt Nam sống ở khu vực nông thôn hoặc ngoại ô chiếm 60% GDP, nghĩa là họ có tiềm năng thúc đẩy tăng trưởng kinh doanh - ngay cả khi ở vùng xa. Gần một nửa số người dùng internet ở nông thôn

tham gia vào các hoạt động mua sắm trực tuyến bằng các ứng dụng như Facebook, Shopee, Tiki và Sendo để truy cập thông tin về sản phẩm, trò chuyện với cửa hàng, xem mua sắm trực tiếp và đọc đánh giá trước khi quyết định mua.

Họ có thể làm như vậy thông qua một ứng dụng có tên MoMo. Khởi đầu vào năm 2010 cho phép mọi người chuyển tiền và mua các khoản nạp tiền trên điện thoại di động và thẻ cào trò chơi, hiện MoMo phát triển thành siêu ứng dụng cung cấp nhiều dịch vụ, bao gồm cả xử lý thanh toán bảo hiểm, tạo điều kiện quyên góp và cung cấp một thị trường đầu tư.

Với 40% người dùng cư trú bên ngoài các thành phố lớn như TP Hồ Chí Minh và Hà Nội, chiến lược nhắm mục tiêu đến cư dân nông thôn và doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) của MoMo giúp đơn vị này tiếp tục tăng trưởng. Việc phân bổ tài trợ gần đây nhằm mục đích hỗ trợ mở rộng nông thôn, đầu tư công nghệ và các SME thích ứng với chuyển đổi kỹ thuật số, biến MoMo thành “siêu ứng dụng” cung cấp nhiều dịch vụ.

Một ví dụ khác đến từ ngân hàng KBank của Thái Lan. Họ đang thực

hiện một cách tiếp cận độc đáo để hỗ trợ các doanh nghiệp siêu nhỏ như quán ăn nhỏ và cửa hàng quần áo, đó là cho đăng ký “Khoản vay kinh doanh” của KBank bằng cách quảng bá sản phẩm và dịch vụ của họ.

Sự hỗ trợ thiết thực này thành công vượt xa so với các hình thức cung cấp lãi suất cạnh tranh thông thường. Chiến dịch rất thành công, với hơn 7 triệu lượt tiếp cận và 1 triệu lượt xem chỉ trong 6 tuần.

Những nền tảng này “lấp đầy khoảng trống quan trọng” trong cuộc sống của tầng lớp bình dân ở Việt Nam, giúp các dịch vụ tài chính và thương mại trở nên dễ tiếp cận hơn rất nhiều. Khi làm như vậy, doanh nghiệp đang cung cấp cho các cộng đồng này phương tiện để tham gia vào nền kinh tế kỹ thuật số, làm cho chính doanh nghiệp phát triển và thành công trong thế giới ngày càng trực tuyến hiện nay.

CỬA HÀNG KỸ THUẬT SỐ

Phát trực tiếp (live stream) đang trở nên phổ biến như một công cụ để những cá nhân bán hàng kết nối với khách hàng trên khắp đất nước. Mọi thứ từ sản phẩm thời



Công nghệ đang giúp tầng lớp bình dân Việt Nam gia tăng thu nhập, thay đổi cuộc sống.
Ảnh: Báo Quân đội nhân dân.





Nông dân Việt Nam không xa lạ với thương mại điện tử. Ảnh: Báo Quân đội nhân dân

trang và làm đẹp đến nông sản tươi sống đều được bán trực tiếp trên các nền tảng như Facebook, Shopee, Lazada và TikTok. Những người bán này không cần các cửa hàng truyền thống hoặc các chiến dịch quảng cáo đắt tiền; họ chỉ cần một chiếc điện thoại thông minh và kết nối internet. Đó là một xu hướng đã thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, đặc biệt là ở khu vực nông thôn và tạo ra cơ hội việc làm mới cho những người trước đây bị bỏ lại phía sau.

Chỉ trong 4 tháng sau khi ra mắt, Tiktok Shop thu hút hơn 32.000 người bán tại Việt Nam. Những người bán này có thể tiếp cận nhiều đối tượng, tạo ra doanh thu trung bình là 2 triệu USD mỗi ngày. Đây là minh chứng cho khả năng của nền tảng trong việc cung cấp giải pháp dễ tiếp cận cho những người muốn bắt đầu kinh doanh trực tuyến, đặc biệt là những người ở khu vực nông thôn không có quyền truy cập vào các nền tảng thương mại điện tử truyền thống.

Thành công của TikTok Shop là nhờ tập trung vào việc trao quyền cho các cá nhân và doanh nghiệp nhỏ

bán sản phẩm của họ trực tuyến. Với các công cụ sản xuất nội dung dễ sử dụng, nông dân, doanh nghiệp siêu nhỏ và người bán hàng có thể tạo video và thực hiện phát trực tiếp để bán cho người tiêu dùng mà không cần đầu tư vào hậu cần, thiết lập hệ thống, xây dựng thương hiệu hoặc quảng cáo.

PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU NHỜ VÀO NGƯỜI SÁNG TẠO NỘI DUNG

Những người thuộc tầng lớp bình dân không chỉ là người tiêu dùng mà còn là người sáng tạo và khán giả. Họ sở hữu khả năng kể chuyện độc đáo, thực tế, khó tìm, phát triển sở thích của họ đối với nội dung hài hước và giải trí như meme (là một phần của phương tiện truyền thông, thường là những hình ảnh hài hước và được lan truyền nhanh chóng thông qua mạng internet), video TikTok.

Do đó, các thương hiệu nên coi tầng lớp bình dân không chỉ là khán giả mà còn là 1 kênh mở rộng để tiếp cận khách hàng mục tiêu.

An Den - một người có ảnh hưởng trên Tiktok - là nông dân sống ở

vùng nông thôn xa xôi. Cô thường xuyên tạo nội dung chia sẻ những câu chuyện tích cực về cuộc sống ở nông thôn từ cuộc sống của chính mình hay của những nông dân khác.

Cô đồng thời chia sẻ những truyền thống Việt Nam gần như bị lãng quên, khơi dậy phản ứng luyến tiếc với người xem, nhiều người trong số họ là cư dân thành thị hoặc người Việt Nam sống ở nước ngoài. Cô được các thương hiệu mong muốn xây dựng hình ảnh chân thực săn đón. Cụ thể, cô đã hợp tác với Knorr - một thương hiệu của Unilever - để tạo ra các món ăn truyền thống để chia sẻ với trẻ em và hàng xóm trong dịp Tết Nguyên đán.

AI GIÚP NÔNG THÔN VIỆT NAM VƯƠN RA THẾ GIỚI

Lưu ý cuối cùng và hướng tới tương lai, điều đáng nói là Việt Nam đang trải qua cuộc cách mạng AI nhờ việc áp dụng rộng rãi ChatGPT. Công cụ thống kê Google Trends cho thấy “ChatGPT” và “OpenAI” là hai trong số những từ khóa được tìm kiếm nhiều nhất ở Việt Nam trong hai tuần đầu tiên của tháng 2 năm 2023, dù ứng dụng này chưa chính thức ra mắt ở thị trường này.

Người dùng Việt Nam đang tận dụng ChatGPT theo nhiều cách khác nhau, từ viết chú thích và làm thơ trên mạng xã hội cho đến các mục đích chuyên nghiệp như nội dung bán hàng và kiểm tra lỗi. ChatGPT đã trở thành công cụ có giá trị cho cộng đồng sáng tạo và am hiểu công nghệ nhờ khả năng đưa ra phản hồi chính xác bằng giọng nói tự nhiên của người Việt.

“Tôi hy vọng nhiều người ở Việt Nam đang sử dụng công nghệ theo những cách thông minh (và thậm chí thay đổi cuộc sống) cũng sẽ tiếp tục tận dụng sức mạnh của AI và chúng ta sẽ không phải đợi lâu để thấy tác động đối với xã hội”, Ngô Phúc dự đoán.

Tạo môi trường thuận lợi để thúc đẩy đổi mới sáng tạo

● KHÁNH VÂN



Thủ tướng Bộ KH&CN Trần Văn Tùng phát biểu tại Lễ hưởng ứng Ngày ĐMST quốc gia năm 2023.

Để đạt được mục tiêu trở thành nước phát triển có thu nhập cao vào năm 2045, Việt Nam cần giải phóng tiềm năng to lớn, tạo một môi trường thuận lợi để thúc đẩy đổi mới sáng tạo (ĐMST).

NỀN TẢNG THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN QUỐC GIA HIỆN ĐẠI

Từ năm 2017, tại Phiên họp toàn thể lần thứ 79 ngày 27/4, Đại hội đồng Liên Hợp Quốc đã thông qua Nghị quyết A/Res/71/284 về Ngày Sáng tạo và ĐMST thế giới (World Creativity and Innovation Day). Theo đó, ngày 21/4 hàng năm được chọn là Ngày Sáng tạo và ĐMST thế giới với mục đích nâng cao nhận thức về vai trò của sáng tạo và ĐMST trong phát triển kinh tế, xã hội, phát triển bền vững.

Tại Việt Nam, quan điểm thúc đẩy phát triển khoa học, công nghệ

(KH&CN) và ĐMST trở thành động lực, nền tảng phát triển kinh tế - xã hội đất nước được thể hiện trong nhiều văn kiện của Đảng, chính sách và pháp luật của Nhà nước.

Với vai trò quan trọng của KH&CN và ĐMST đối với phát triển kinh tế - xã hội, việc tăng cường, đẩy mạnh các hoạt động nhằm tôn vinh, ghi nhận thành tựu KH&CN và ĐMST, nâng cao nhận thức của cộng đồng, xã hội về lĩnh vực này là rất cần thiết.

Từ năm 2022, Bộ KH&CN đã chủ động, tích cực tổ chức các hoạt động hưởng ứng Ngày Sáng tạo và ĐMST thế giới của Liên Hợp Quốc





Các chuyên gia tham dự Lễ hưởng ứng Ngày ĐMST quốc gia năm 2023 đều cho rằng, Việt Nam cần giải phóng tiềm năng to lớn để thúc đẩy ĐMST.

và nhận được sự quan tâm, tham gia hưởng ứng nhiệt tình, hiệu quả của nhiều bộ, ngành, địa phương, tổ chức trong cả nước.

Tại lễ hưởng ứng Ngày ĐMST quốc gia năm 2023 với chủ đề “ĐMST - Nền tảng thúc đẩy phát triển quốc gia hiện đại”, ngày 20/4 tại Hà Nội,

Thứ trưởng Bộ KH&CN Trần Văn Tùng khẳng định, thời gian qua, Bộ đã nỗ lực xây dựng, hoàn thiện hành lang pháp lý thúc đẩy phát triển KH&CN và ĐMST; tìm kiếm, kết nối, tận dụng sự giúp đỡ, hợp tác của các quốc gia, tổ chức quốc tế...

Các kênh hỗ trợ, thúc đẩy hoạt động này ngày càng đa dạng, phong phú như: thúc đẩy phát triển lực lượng doanh nghiệp KH&CN; khuyến khích doanh nghiệp nghiên cứu, đổi mới công nghệ, thu hút chuyên gia giỏi nước ngoài, hỗ trợ khởi nghiệp ĐMST; thông qua tài trợ của Quỹ Phát triển KH&CN quốc gia, Quỹ Đổi mới CN quốc gia và các chương trình KH&CN cấp quốc gia...

Theo bảng xếp hạng chỉ số ĐMST toàn cầu (GII) năm 2022 do Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO) công bố, Việt Nam được đánh giá có năng lực ĐMST xếp vào nhóm cao nhất trong số những quốc gia đang phát triển, vị trí 48/132 quốc gia, nền kinh tế; giữ vị trí thứ 4 khu vực Đông Nam Á, sau Singapore (thứ 7), Malaysia (thứ 36) và Thái Lan (thứ 43).

Hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST của Việt Nam được đánh giá ở vị trí 54 trên thế giới, thứ 12 khu vực châu Á - Thái Bình Dương trong năm 2022





(theo đánh giá của Startup Blink). Những xếp hạng trên thể hiện tiềm năng, sức bật của Việt Nam trong bối cảnh quốc gia còn rất nhiều khó khăn và thách thức.

PHẢI LÀ TƯ DUY ĐƯỢC THẨM NHUẬN, THỰC THI TRONG TỪNG HÀNH ĐỘNG

Chia sẻ tại lễ hưởng ứng Ngày ĐMST quốc gia năm 2023, ông Christian Manhart - Trưởng đại diện Tổ chức UNESCO tại Việt Nam cho biết: ĐMST là trung tâm của phát triển bền vững.

Các lĩnh vực STEM (KH&CN, kỹ thuật và toán học) đang là những vườn ươm đặc biệt quan trọng cho sự đổi mới trong tương lai. Trên thực tế, đến năm 2050, dự đoán 75% công việc trên toàn cầu có liên quan đến STEM.

“Khi thế giới ngày càng phát triển và biến động, các giải pháp ĐMST càng trở nên cần thiết hơn. ĐMST không tự nhiên mà có. Chúng ta cần một môi trường thuận lợi để thúc đẩy nó. Chìa khóa ở đây chính là một nền giáo dục có chất lượng cho tất cả mọi người.

Chúng ta cần bảo đảm cơ hội bình đẳng để tất cả mọi người có thể tham gia đóng góp, cần giải phóng tiềm năng to lớn của Việt Nam để có thể trở thành một trung tâm ĐMST”, ông Christian Manhart nói.

Cũng theo ông Christian Manhart, để có ĐMST, cần có một nền giáo dục có chất lượng cho tất cả mọi người và thiết lập các nền tảng để thanh niên được nói lên tiếng nói của mình, hiện thực hóa các ý tưởng và sáng kiến của mình, từ đó có thể đóng góp tích cực cho sự phát triển bền vững của Việt Nam.

Để tiếp tục có những ĐMST thành công, PGS, TS Vũ Văn Tích - Ban KH&CN (Đại học Quốc gia Hà Nội) kiến nghị Chính phủ, Bộ KH&CN tiếp tục đầu tư hơn nữa, hình thành cho được hệ sinh thái đổi ĐMST của 4 thành phần: Chính phủ - doanh nghiệp - trường đại học - viện nghiên cứu, làm động lực cho phát triển kinh tế xã hội, trong đó coi trọng các đại học lớn để đầu tư.

Khẳng định vai trò quan trọng của ĐMST, Thứ trưởng Trần Văn Tùng nhấn mạnh, ĐMST không phải là việc của chỉ riêng cá nhân, tổ chức

nào, mà phải là tư duy, triết lý được thẩm nhuần, thực thi trong từng hành động, từng nhiệm vụ.

Cần khai thác, vận dụng và ứng dụng sức mạnh của trí tuệ, của mô hình kinh doanh, của KH&CN để tạo ra giá trị gia tăng, giải quyết các thách thức, vấn đề của bản thân, cộng đồng và của xã hội.

“Đổi mới KH&CN để tạo ra giá trị gia tăng, giải quyết các thách thức, vấn đề của cộng đồng và xã hội cần trở thành kim chỉ nam cho hành động của cả quốc gia, dân tộc.

Do đó, việc chung tay cùng xây dựng và phát triển hệ thống ĐMST quốc gia, hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST, phát triển hệ thống giáo dục, đào tạo theo hướng ĐMST, đẩy mạnh thương mại hóa, khai thác và phát triển quyền sở hữu trí tuệ, tài sản trí tuệ, hình thành và phát triển hệ thống doanh nghiệp KH&CN và ĐMST, phát triển hệ thống các trung tâm, mạng lưới ĐMST liên kết toàn cầu là những nhiệm vụ khó khăn, thách thức nhưng cần sớm được triển khai thực hiện”, ông Tùng nhấn mạnh.



Theo bảng xếp hạng chỉ số ĐMST toàn cầu (GII) năm 2022, Việt Nam được xếp vào nhóm cao nhất trong số những quốc gia đang phát triển.

Doanh nghiệp nội dung số gặp nhiều rào cản do thiếu hành lang pháp lý



KINH TẾ SỐ

KINH DOANH MANG TÍNH TỰ PHÁT

Tại diễn đàn “Sáng tạo nội dung số, bảo vệ bản quyền số và quảng cáo số” ngày 24/4, ông Tạ Mạnh Hoàng - Chủ nhiệm DCCA cho biết, sự phát triển của các nền tảng xuyên biên giới đã mở ra một thế giới phẳng, cho phép các nhà sáng tạo nội dung số tiếp cận với công chúng một cách dễ dàng hơn.

Tại Việt Nam có tới 66,2 triệu người dùng Facebook. Với YouTube, Instagram, TikTok và Netflix có người dùng lần lượt là 63 triệu, 10,3 triệu, 49,86 triệu và 2 triệu.

Trong khi đó, hành vi tiêu dùng số cũng có sự dịch chuyển đáng kể. Trong đó, có thể kể đến 4 xu hướng ảnh hưởng mạnh mẽ tới hành vi tiêu dùng số: mua sắm trên mạng xã hội; trải nghiệm trên môi trường ảo, sử dụng sản phẩm video trên mạng xã hội và trí tuệ nhân tạo (AI).

Việt Nam còn có lợi thế về nguồn nhân lực trẻ, với khả năng tiếp cận công nghệ nhanh và tính sáng tạo cao. Nhiều trường tham gia đào tạo thiết kế đồ họa, truyền thông đa phương tiện tại Việt Nam.

Việc Chính phủ có chủ trương thúc đẩy kinh tế số thành ngành mũi nhọn, xây dựng một loạt chính sách tạo các hành lang pháp lý thuận lợi cho lĩnh vực này cũng là yếu tố thuận lợi với các doanh nghiệp (DN) trong ngành.



Ông Tạ Mạnh Hoàng
Chủ nhiệm Câu lạc bộ Liên minh Sáng tạo
Nội dung số Việt Nam (DCCA).

● AN THU

Theo ông Tạ Mạnh Hoàng - Chủ nhiệm Câu lạc bộ Liên minh Sáng tạo Nội dung số Việt Nam (DCCA), một trong những rào cản mà các doanh nghiệp sản xuất nội dung số đối mặt là thiếu hành lang pháp lý bảo vệ và nâng cao vị thế trên trường quốc tế, chưa có các phương án bảo vệ trước những tranh chấp có thể xảy ra.





Tuy vậy, theo Chủ nhiệm DCCA, các DN nội dung số đối mặt với không ít khó khăn, thách thức. Đó là mô hình kiếm tiền nhanh phổ biến ở Việt Nam nhưng chủ yếu kinh doanh mang tính tự phát và mang tính rủi ro cao.

Số lượng các DN startup nhiều nhưng quy mô nhỏ và thời gian tồn tại ngắn. Sức cạnh tranh của DN yếu, dễ bị tổn thương khi gia nhập thị trường quốc tế.

DN Việt Nam cũng chưa có các sản phẩm thực sự nổi bật tạo tiếng vang lớn trên thế giới. Việt Nam đang thiếu các sản phẩm nổi bật trong nước cũng như trên thế giới để tạo ra sự nhận biết của khách hàng, đối tác dẫn tới thiếu cơ hội kinh doanh và giá trị nguồn lao động chưa cao.

Trong khi đó, nhận thức của người dùng sản phẩm nội dung số chưa cao, dễ bị lôi kéo vào các sản phẩm tiêu cực không mang nhiều giá trị, chưa tôn trọng bản quyền.

“Đáng lưu ý, sự kết nối giữa cơ quan

quản lý Nhà nước với các DN còn lỏng lẻo. Sự phát triển quá nhanh của các loại hình nội dung cũng khiến Việt Nam chưa có các mục tiêu và chiến lược tổng thể kịp thời để hỗ trợ phát triển ngành nội dung số. Sáng tạo hay kinh doanh trên nền tảng số chưa được thực sự được coi là một mảng kinh doanh và có tỷ trọng cụ thể trong nền kinh tế. Việt Nam còn thiếu những hành lang pháp lý để bảo vệ và nâng cao vị thế của các DN trên trường quốc tế, chưa có các phương án bảo vệ trước tranh chấp có thể xảy ra”, ông Hoàng nhấn mạnh.

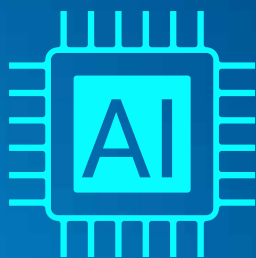
GIẢI PHÁP CHÍNH PHỤC THỊ TRƯỜNG QUỐC TẾ

Từ thực trạng trên cùng với những kinh nghiệm trong việc xây dựng và phát triển nội dung cho thị trường quốc tế, ông Tạ Mạnh Hoàng khuyến nghị, DN nội dung số nên nghiên cứu và vận dụng mô hình phát triển thành công của các DN đến từ Mỹ, Nhật, Hàn Quốc. Phát triển mô hình phát triển sản phẩm IP (tài sản sở

hữu trí tuệ) với đa dạng dòng sản phẩm, nền tảng kinh doanh và đa ngành kinh doanh.

Nên xây dựng mô hình kinh doanh bền vững, thực hiện việc chuyển đổi từ mô hình kiếm tiền nhanh sang mô hình phát triển bền vững. Liên tục nâng cao năng lực phát triển của DN. Tăng cường giao lưu liên kết, hợp tác với các DN trong nước và quốc tế thông qua việc tham dự triển lãm, hội chợ... Tiếp cận và học hỏi các mô hình quản trị hiện đại, các công nghệ mới, tuyển dụng và bồi dưỡng phát triển đội ngũ chuyên gia trong mảng.

Ngoài ra, cần tăng cường kết nối với các tổ chức hỗ trợ DN, tham vấn chính sách phát triển cùng cơ quan quản lý Nhà nước. Đồng thời chia sẻ những vướng mắc, khó khăn làm cơ sở để cơ quan quản lý Nhà nước xây dựng chính sách phù hợp, đưa ra chiến lược phát triển tổng thể cho ngành. Từ đó tạo dựng các cơ hội kinh doanh, nâng cao vị thế cạnh tranh của DN trên trường quốc tế.



Tương lai đầy hứa hẹn của trí tuệ nhân tạo tại Việt Nam

● BẢO QUỐC

Cuộc đua về trí tuệ nhân tạo (AI) đang nóng lên khắp thế giới và Việt Nam không nằm ngoài cuộc. Theo các chuyên gia, nếu tiếp tục nỗ lực, Việt Nam có thể bứt phá trong cuộc cách mạng kỹ thuật số với sức mạnh của AI.



TIỀM NĂNG VÀ SỨC MẠNH CỦA TRÍ TUỆ NHÂN TẠO

AI không còn là trí tưởng tượng mơ hồ hay một câu chuyện hư cấu mà đã trở nên phổ biến dù chúng ta có để ý hay không. Trong kỷ nguyên kỹ thuật số, AI đã phát triển đáng kể trên phạm vi toàn cầu trong vài thập kỷ qua.

Ở một số tình huống, chẳng hạn như sự xuất hiện của các công cụ mã hóa AI dẫn đến việc các lập trình viên là con người mất việc làm, các chuyên gia thậm chí còn đặt câu hỏi liệu sự trưởng thành của trí thông minh điện toán có cho phép một ngày nào đó nó thay thế hoàn toàn con người hay không. Tranh chấp xoay quanh chủ đề AI so với bộ não con người dường như không có hồi kết, nhưng chúng ta có thể yên tâm rằng robot và AI tiên tiến không có khả năng thay thế chúng ta ngay bây giờ hoặc ít nhất là không sớm.

Sự phổ biến và sử dụng rộng rãi của AI ngày nay có thể là kết quả hợp lý của việc công nghệ này đã cách mạng hóa cuộc sống hàng ngày và các khía cạnh kinh doanh của con người như thế nào. Theo thời gian, tác động và ứng dụng của AI đã lan rộng khắp các ngành và lĩnh vực, từ phát triển phần mềm, nguồn nhân lực, giáo dục, viễn thông, bán lẻ, phát triển thương mại điện tử, chăm sóc sức khỏe, thậm chí cả tư pháp hình sự...

Nhận thấy tiềm năng không giới hạn của AI, hàng loạt quốc gia đã đổ tiền vào các chiến lược phát triển AI với mục tiêu tham vọng trở thành người dẫn đầu lĩnh vực AI và thu về lợi nhuận khổng lồ.

Báo cáo mới nhất của Tortoise Intelligence chỉ ra rằng, chi tiêu toàn cầu cho các công ty AI đã tăng mạnh 115% kể từ năm 2020, đây là mức tăng trưởng đầu tư AI hàng năm lớn nhất trong hai thập kỷ qua. Vào năm 2021, tổng đầu tư vào AI đạt 77,5 tỷ USD và dự kiến sẽ tiếp tục tăng trưởng trong giai đoạn tới. Dù Mỹ, Trung Quốc và các quốc gia châu Âu



Hệ thống giám sát lái xe sử dụng công nghệ AI do Việt Nam nghiên cứu phát triển.
Ảnh: Vietnam Insider.

đang dẫn đầu, Việt Nam cũng không nằm ngoài cuộc đua về AI.

VIỆT NAM ĐÃ SẴN SÀNG PHÁT TRIỂN AI

Theo báo cáo năm 2019 của Bộ TT&TT, Việt Nam có hơn 30.000 công ty công nghệ thông tin - truyền thông lớn nhỏ khác nhau, khoảng 955.000 nhân lực công nghệ thông tin (CNTT) và hơn 80.000 sinh viên tốt nghiệp đại học, cao đẳng chuyên ngành công nghệ thông tin và truyền thông.

Ngoài ra, Việt Nam đã sớm vươn lên trở thành trung tâm CNTT mới ở Đông Nam Á và cũng là một trong những điểm đến ưa thích của dịch vụ gia công phần mềm CNTT trên thế giới. Với môi trường kinh doanh cởi mở và lực lượng lao động dồi dào như vậy, việc ứng dụng AI trong các lĩnh vực khác nhau của đất nước đã có những bước tiến đáng kể.

Tuy nhiên, khi nói đến phát triển AI, Việt Nam được cho là có xuất phát điểm thấp. So với Mỹ, quốc gia dẫn đầu thế giới về AI hiện nay, hay các nước phương Tây khác, ngành AI ở Việt Nam vẫn còn ở giai đoạn sơ khai.

Mặc dù Việt Nam tụt lại phía sau trong cuộc đua về AI, nhưng điều đáng chú ý là chúng ta đang nỗ lực chuyển đổi kỹ thuật số rất lớn để bắt kịp và giành lợi thế so với các đối thủ.

Trung tâm Nghiên cứu Phát triển Quốc tế ở Canada và Oxford Insights của Vương quốc Anh đã cùng công bố báo cáo thường niên (IDRC), trong đó Việt Nam được xếp hạng thứ 6 trong ASEAN và thứ 62 trên thế giới về điểm sẵn sàng cho trí tuệ nhân tạo của Chính phủ năm 2021 (hạng 55 thế giới năm 2022). Đáng ngạc nhiên, đây là lần đầu tiên điểm sẵn sàng cho AI của Việt Nam đạt 51,82/100, vượt qua mức trung bình toàn cầu là 47,72 và tăng 14 bậc so với năm ngoái.

Mức độ sẵn sàng của một quốc gia hoặc vùng lãnh thổ đối với công nghệ AI được đánh giá thông qua ba trụ cột - chính phủ, công nghệ và cơ sở hạ tầng dữ liệu.

VAI TRÒ CỦA CHÍNH PHỦ

Việt Nam đã sớm nhận ra tiềm năng thực sự của AI, cả hiện tại và tương lai, cũng như vai trò ngày càng mở rộng của AI trong cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Do đó,



Chính phủ đã và đang đầu tư mạnh vào AI cũng như các công nghệ kỹ thuật số tiên tiến khác, chẳng hạn như chuỗi khối, phân tích dữ liệu lớn, internet vạn vật (IoT) và điện toán đám mây. Nhiều chính sách và sáng kiến quốc gia về AI đã được thiết lập để khuyến khích các công ty Việt Nam và các công ty khởi nghiệp sáng tạo thúc đẩy nghiên cứu, phát triển và sử dụng AI trong các mô hình kinh doanh mới.

Đáng chú ý, Việt Nam gần đây đã phê duyệt Chương trình chuyển đổi kỹ thuật số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 với tham vọng tăng gấp đôi tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế số vào năm 2025, đặt nền tảng vững chắc cho các quá trình chuyển đổi số tiếp theo.

Theo Bộ KH&CN, Việt Nam đã cải thiện điểm số sẵn sàng cho AI nhờ sự tham gia tích cực vào các hoạt động dựa trên công nghệ và ban hành chiến lược quốc gia về phát triển AI.

TRỤ CỘT CÔNG NGHỆ

Trụ cột công nghệ đề cập đến khả năng kỹ thuật số nội bộ, được gọi đơn giản là lĩnh vực công nghệ của một quốc gia hoặc vùng lãnh thổ. Một quốc gia được hỗ trợ bởi lĩnh vực công nghệ năng động và cạnh tranh sẽ có đủ nguồn lực và chuyên môn để áp dụng, phát triển và sử dụng hiệu quả công nghệ AI cho các lĩnh vực khác nhau, cùng nhau tạo nên một hệ sinh thái AI quốc gia hoàn chỉnh.

Về điểm này, Bộ trưởng Bộ KH&ĐT Nguyễn Chí Dũng cho biết, Bộ đã xây dựng hệ sinh thái số cho đổi mới sáng tạo và công nghệ mới, đồng thời đề xuất thành lập một trung tâm đổi mới sáng tạo quốc gia để hỗ trợ các đột phá công nghệ và tạo điều kiện cho các ý tưởng sáng tạo của doanh nhân Việt Nam.

Bộ KH&ĐT sẽ phối hợp với Bộ KH&CN để đồng hành cùng cộng

đồng AI tại Việt Nam trong nỗ lực nghiên cứu, phát triển công nghệ số này. Ngoài ra, Bộ KH&ĐT đã chuẩn bị mọi điều kiện thuận lợi để thu hút đầu tư trong nước và quốc tế vào phát triển AI của Việt Nam.

TRỤ CỘT DỮ LIỆU VÀ CƠ SỞ HẠ TẦNG

Trụ cột dữ liệu và cơ sở hạ tầng được đo lường bằng sự sẵn có của dữ liệu đáng tin cậy và cơ sở hạ tầng kỹ thuật số an toàn có thể cung cấp năng lượng cho các công nghệ AI.

So với các “ông lớn” trong ngành AI, hạ tầng dữ liệu và điện toán của Việt Nam còn tương đối thô sơ với nhiều hạn chế, đặt ra những thách thức rất lớn.

Do đó, về lâu dài, Việt Nam đã đặt ưu tiên cho việc xây dựng, duy trì và phát triển cơ sở hạ tầng dữ liệu để thúc đẩy sự phát triển kinh tế của công nghệ AI, tạo điều kiện thuận



Các doanh nghiệp Việt Nam giới thiệu công nghệ AI tại diễn đàn kinh doanh với chủ đề “Tiến vào kỷ nguyên số” diễn ra ở TP Hồ Chí Minh.
Ảnh: TTXVN.

lợi cho việc phát triển và ứng dụng nghiên cứu AI cùng lúc.

THÁCH THỨC TRONG PHÁT TRIỂN AI TẠI VIỆT NAM

Việt Nam “ra mắt” trong Bảng xếp hạng mức độ sẵn sàng về AI của 100 quốc gia chỉ là bước khởi đầu cho một nỗ lực dài hạn nhằm khám phá khả năng thực sự của công nghệ trí tuệ nhân tạo và các ứng dụng của nó.

Do đó, có khá nhiều thách thức trên con đường hướng tới triển vọng Việt Nam ngang hàng với các nước phát triển trong ngành công nghiệp AI. Nhưng về mặt tích cực, Việt Nam đã và đang làm cho điều đó diễn ra đều đặn theo thời gian bằng cách vượt qua từng chướng ngại vật. Thông thường, kinh phí và nguồn nhân lực là những rào cản lớn nhất trên cuộc đua AI.

KINH PHÍ

Công nghệ AI đòi hỏi đầu tư đáng kể để hiện thực hóa các ứng dụng với hiệu quả và năng suất cao nhất. Do đó, Chính phủ cần cấp bách phân bổ đủ ngân sách cho các dự án AI.

Chiến lược quốc gia nêu rõ vai trò then chốt của Bộ KH&ĐT trong việc khuyến khích các tập đoàn trong nước (như Viettel, FPT, Vingroup và VNPT) và thu hút các nhà đầu tư nước ngoài từ các quốc gia khác nhau, nhiều nơi trên thế giới “đổ tiền” vào ngành công nghiệp AI của Việt Nam.

Và có vẻ như mọi thứ đang đi đúng hướng khi chúng ta đang chứng kiến một số dấu hiệu tích cực liên quan đến việc tài trợ AI tại Việt Nam. Cụ thể, tại Vietnam Venture Summit 2020, Việt Nam đã nhận được cam kết đầu tư 800 triệu USD vào hệ sinh thái khởi nghiệp của đất nước trong 3 hoặc 5 năm tới từ các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Ngoài ra, có 155 nhà đầu tư mạo hiểm đang nắm bắt cơ hội của họ với Việt Nam.

Trong năm 2021, các dự án ứng dụng công nghệ cao của Việt Nam trong lĩnh vực chuyển đổi số, đặc biệt là thương mại điện tử, Fintech và AI, đã nhận được khoản đầu tư gần 1 triệu USD thông qua Chương trình Aus4Innovation. Với tốc độ này, Việt Nam sẽ sớm vượt qua các trở ngại về kinh phí và đẩy nhanh tốc độ phát triển AI trong nước.

Cuối cùng nhưng không kém phần quan trọng, Việt Nam là một trong số ít quốc gia ngăn chặn thành công đại dịch toàn cầu COVID-19 và phát triển vượt qua giai đoạn khó khăn, giúp Việt Nam trở thành điểm đến hấp dẫn để đầu tư và khởi nghiệp.

THIẾU CHUYÊN GIA AI

Giống như hầu hết các “tân binh” tham gia cuộc đua AI, Việt Nam đang thiếu nguồn nhân lực chuyên về công nghệ này. Mặc dù có lợi thế lớn so với các nước trong khu vực cũng như trên thế giới về lực lượng lao động CNTT dồi dào, nhưng đáng tiếc là Việt Nam lại chưa sở hữu một đội ngũ chuyên gia AI đông đảo, điều này sẽ khiến các dự án AI trong nước gặp rất nhiều khó khăn.

Theo thống kê của Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO), hơn 1.600 người Việt Nam hiện học tập và làm việc trong các lĩnh vực liên quan đến AI. Trong số đó, chỉ có 300 người

được coi là chuyên gia AI. Điều này có nghĩa là nguồn nhân lực cho AI ở Việt Nam quá ít.

Nói một cách đơn giản, Việt Nam cần nhiều nhân sự có chuyên môn và kinh nghiệm thực tế về công nghệ AI. Đối mặt với thách thức như vậy, Chính phủ có hai nhiệm vụ ưu tiên hàng đầu - nuôi dưỡng và trau dồi tài năng AI trong nước cũng như kết nối cộng đồng AI tại Việt Nam với những người Việt Nam ở nước ngoài, tiến hành nghiên cứu và phát triển AI cho các công ty công nghệ lớn từ các nơi khác nhau trên thế giới.

Việt Nam đã và đang hoạch định rất nhiều sáng kiến để đạt được hai mục tiêu này. Điển hình, việc giáo dục và đào tạo về AI đã được triển khai đều đặn trong các trường đại học, mang kiến thức và nhận thức về trí tuệ nhân tạo đến gần hơn với thế hệ trẻ. Hiện tại, ở Việt Nam có khoảng 50 trường đại học, học viện giảng dạy các chuyên ngành liên quan đến AI.

Việt Nam đang “mơ lớn” về công nghệ AI? Câu trả lời là có nhưng với những mục tiêu thực tế, đầy thách thức. Bên cạnh đó, với cam kết và hỗ trợ của Chính phủ đối với ngành công nghiệp AI, chúng ta có thể lạc quan rằng Việt Nam có tất cả các điều kiện thuận lợi cần thiết để trở thành một trung tâm AI trong tương lai gần.





KINH TẾ VIỆT NAM *PHỤC HỒI & BỨT PHÁ*



DOANH NGHIỆP & DOANH NHÂN

GIÚP DOANH NGHIỆP LOGISTICS CHUYỂN ĐỔI SỐ

● VÂN LONG

NĂNG LỰC ÁP DỤNG CÔNG NGHỆ HẠN CHẾ

Tại hội thảo “Chuyển đổi số để xây dựng ngành logistics hiện đại, bền vững” do Bộ Công Thương tổ chức ngày 27/4 tại Hà Nội, ông Phan Văn Chính - Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu cho biết, theo Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, logistics là 1 trong 8 ngành cần được ưu tiên chuyển đổi số trước. Một trong những nhiệm

Theo Hiệp hội Doanh nghiệp dịch vụ logistics Việt Nam, hiện mới có khoảng 40% doanh nghiệp (DN) đang ứng dụng các loại hình công nghệ khác nhau tùy theo quy mô và tính chất dịch vụ. Dù tiềm năng, cơ hội trong chuyển đổi số ngành logistics là rất lớn nhưng các DN đối diện với 5 rào cản chính, cần tập trung tháo gỡ để phát triển bền vững.

vụ nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển dịch vụ logistics Việt Nam đến năm 2025 theo quyết định của Thủ tướng Chính phủ là “Nghiên cứu, ứng dụng, chuyển giao công nghệ và tiến bộ kỹ thuật, đẩy mạnh chuyển đổi số trong dịch vụ logistics”.





Ông Lê Quang Trung – Phó Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp dịch vụ logistics Việt Nam.

số chưa thực sự đáp ứng kịp thời nhu cầu phát triển trong tình hình mới.

Nêu rõ hơn về rào cản mà các DN ngành logistics gặp phải khi chuyển đổi số, ông Lê Quang Trung – Phó Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp dịch vụ logistics Việt Nam cho biết, hiện nay mới có khoảng 40% doanh nghiệp đang ứng dụng các loại hình công nghệ khác nhau tùy theo quy mô và tính chất dịch vụ. Dù tiềm năng và cơ hội trong chuyển đổi số ngành logistics là rất lớn nhưng ông Trung đã chỉ ra 5 rào cản lớn các DN trong ngành đối diện.

Thứ nhất, tư duy nhận thức, tập quán trong quá trình, giao dịch với các chủ thể, làm sao thay đổi điều này là bài toán mất thời gian.

Thứ hai, liên quan đến vấn đề về kỹ thuật. Việc chuyển đổi, lựa chọn công nghệ phù hợp với từng ngành hàng trong điều kiện hiện tại là cả vấn đề. Ngay trong cảng, tập quán giao nhận thông thường đang có sự xung đột với các quy trình vận hành

Là một trong những ngành then chốt, được ví như “mạch máu” của nền kinh tế quốc dân, logistics cần được đầu tư mạnh mẽ, đặc biệt trong khía cạnh “số hóa” để có thể đáp ứng, thích nghi với bối cảnh thị trường, hỗ trợ tối đa thúc đẩy sự phát triển của các ngành nghề khác.

Trên thực tế, ngành logistics còn những hạn chế, yếu kém, tồn tại nổi

lên như chi phí dịch vụ logistics ở nước ta còn cao; việc đẩy mạnh liên kết giữa các DN logistics với nhau, giữa DN logistics và DN sản xuất, xuất khẩu còn yếu. Chưa hình thành được mạng lưới các DN logistics có quy mô lớn, có năng lực dẫn dắt thị trường, thúc đẩy ngành logistics phát triển... Một trong những nguyên nhân của những hạn chế nêu trên đó là ứng dụng công nghệ



Các diễn giả bàn thảo giải pháp chuyển đổi số để xây dựng ngành logistics hiện đại và phát triển bền vững.

mới do sự khác nhau giữa các đơn vị và khác nhau giữa các vùng.

Thứ ba, năng lực áp dụng công nghệ mới là vấn đề rất lớn. Bởi chuyển từ phương thức truyền thống sang công nghệ số là sự thay đổi, chưa kể các chủ hàng là bà con nông dân vẫn theo phương thức làm cũ.

Thứ tư, vấn đề tài chính là rào cản không nhỏ bởi chuyển đổi số liên quan đến vấn đề đầu tư toàn diện, đồng bộ, không chỉ đầu tư trang thiết bị mà là vấn đề phần mềm.

Thứ năm, vấn đề hành lang chính sách vẫn còn chưa đồng bộ, bất cập; các hệ thống dữ liệu chưa thống nhất, hạ tầng chưa hoàn thiện.

CẦN LIÊN KẾT, HỢP TÁC

Chuyên gia về logistics Cao Cẩm Linh khuyến nghị, DN không nên nghĩ “chuyển đổi số là quá cao siêu”. Thay vào đó, điều quan trọng nhất là DN cần biết lúc nào cần chuyển đổi số và chuyển đổi số như thế nào.

Theo đó, với nhóm các DN hạ tầng và vận hành là đối tượng có giá trị tài sản lớn, nhất là với DN vận hành bắt buộc phải ứng dụng chuyển đổi số trên cơ sở các dữ liệu lớn có được và tiến hành phân tích. Với nhóm DN kinh doanh dịch vụ đơn thuần cần đánh giá chuyển đổi số ở mức độ nhất định nào đó.

“Tỷ lệ DN lớn của chúng ta không nhiều, do đó, các DN nhỏ và vừa, siêu nhỏ là phải biết chính xác chuyển đổi số là gì? Trưởng thành số là gì? Nếu chúng ta trưởng thành cao trong mức chuyển đổi số thấp sẽ rất tốt cho DN, chứ không nhất thiết chạy theo những DN lớn bằng chuyển đổi số toàn diện. Vì điều đó là không cần thiết”, bà Cao Cẩm Linh chia sẻ.

Ông Nguyễn Triều Quang - Giám đốc Khối Vận hành miền Bắc - Lazada logistics Việt Nam nhấn mạnh, thị trường logistics ở Việt Nam mạnh mẽ và giàu tiềm năng.



Ông Phan Văn Chính - Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu cho rằng, ngành logistics tồn tại nhiều hạn chế, thách thức.

Trong bối cảnh toàn cầu đang hướng tới phát triển bền vững, DN logistics cũng cần xây dựng hệ sinh thái bền vững và toàn diện để nắm lấy cơ hội của thương mại điện tử. Để kiến tạo hệ sinh thái logistics bền vững cho thương mại điện tử, theo ông Nguyễn Triều Quang, DN có thể tập trung đầu tư vào 3 điểm chính. Đó là nâng cao trải nghiệm giao nhận hàng hóa từ mọi điểm chạm, ứng dụng công nghệ và chuẩn hóa quy trình để tối ưu hiệu suất vận hành, phát triển logistics xanh bền vững.

Theo Phó Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp dịch vụ logistics Việt Nam Lê Quang Trung, trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay, để vượt qua khó khăn, liên kết hợp tác là vấn đề cần thiết.

Ông Trung dẫn chứng, vừa qua, Tổng công ty Tân Cảng Sài Gòn (TCSG) cùng Tổng công ty Hàng hải Việt Nam (VIMC) đã tổ chức “Lễ đón chuyển tàu Container Tân Cảng Foundation vào cụm cảng Cần Thơ”. Việc tái khởi động tuyến dịch vụ này nhằm kết nối hàng hóa miền Tây Nam Bộ - miền Trung - miền Bắc, mang đến giải pháp logistics trọn khâu cho các DN trong và ngoài nước sau khi kênh Quan Chánh Bồ

được thông luồng, góp phần tạo động lực phát triển kinh tế tại Đồng bằng sông Cửu Long.

Với lĩnh vực nhà kho, ông Đinh Hoài Nam - Giám đốc phát triển Kinh doanh, Công ty SLP Việt Nam nhấn mạnh, trong thời đại công nghệ số, nhà kho hiện đại đang thay thế nhà kho truyền thống là điều tất yếu của sự phát triển ngành logistics.

Nhà kho hiện đại được trang bị các công nghệ tiên tiến như hệ thống tự động hóa và giám sát toàn diện, giúp cải thiện tốc độ và hiệu quả của quá trình vận chuyển.

“Sự phát triển của ngành logistics hiện nay đang đòi hỏi các giải pháp kho bãi phải thích nghi với sự xuất hiện của các loại hình mới như thương mại điện tử, giao hàng chặng cuối... Nhà kho hiện đại được xây dựng để đáp ứng những yêu cầu này. Các thiết bị tự động cũng được tích hợp để tăng hiệu quả vận hành như máy phân loại hàng, hệ thống giá kệ cao tầng để tối ưu hóa diện tích khai thác. Các công nghệ mới như IoT, AI và tự động hóa đã giúp nâng cao hiệu suất và độ chính xác của hoạt động kho hàng...”, ông Nam nêu.



Khu CNC Hòa Lạc thu hút hơn 100 dự án đầu tư với tổng vốn 94.760 tỷ đồng.

Phát triển THỂ HỆ DOANH NHÂN, DOANH NGHIỆP MỚI



● HOÀNG NGÂN

Khu CNC Hòa Lạc được hoạch định là một khu công nghệ cao quốc gia chuyên về nghiên cứu, phát triển công nghệ.

Bước sang giai đoạn phát triển mới, để có những bước chuyển mình vượt bậc, Khu CNC Hòa Lạc đang từng bước đẩy mạnh tiềm lực khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo, thúc đẩy các sản phẩm công nghệ; phát triển một hệ sinh thái toàn diện với tư duy cởi mở thu hút các tài năng công nghệ nghiên cứu, làm việc.

Tại tọa đàm “Xúc tiến chuyển giao công nghệ gắn với bảo vệ và phát triển tài sản trí tuệ” hưởng ứng và chào mừng Ngày Đổi mới sáng tạo quốc gia (21/4), Ngày Sở hữu trí tuệ

Theo ông Trần Đắc Trung - Phó Trưởng Ban quản lý Công nghệ cao (CNC) Hòa Lạc, Khu CNC Hòa Lạc hướng tới hình thành và phát triển một thể hệ doanh nhân, doanh nghiệp mới trên cơ sở khai thác tài sản trí tuệ, ứng dụng khoa học và công nghệ, mô hình kinh doanh mới tạo ra giá trị gia tăng cho nền kinh tế quốc gia.

thế giới (26/4) và Ngày Khoa học và công nghệ Việt Nam (18/5), ông Trần Đắc Trung - Phó Trưởng Ban quản lý CNC Hoà Lạc kỳ vọng về sự phát triển của Khu CNC Hòa Lạc thời gian tới.

“Chúng tôi hướng tới hình thành và phát triển một thể hệ doanh nhân, doanh nghiệp mới trên cơ sở khai thác tài sản trí tuệ, ứng dụng khoa học và công nghệ, mô hình kinh doanh mới tạo ra giá trị gia tăng cho nền kinh tế quốc gia.

Tính đến nay, Ban Quản lý Khu CNC Hoà Lạc đã thu hút được hơn 100 dự án đầu tư với tổng vốn đăng ký khoảng 94.760 tỷ đồng trên tổng diện tích khoảng 376 ha. Trong đó, có 86 dự án trong nước và 14 dự án đầu tư nước ngoài”, ông Trung cho biết.



Trong khuôn khổ của buổi tọa đàm, Trung tâm Dịch vụ và Đổi mới công nghệ, Ban Quản lý Khu CNC Hòa Lạc đã ra mắt dự án cộng đồng “Nền tảng kết nối cung - cầu công nghệ: Techtrust.vn” tại Khu CNC Hoà Lạc.

Techtrust.vn là dự án cộng đồng kết nối cung cầu công nghệ Việt Nam, liên kết giữa các viện nghiên cứu, trường đại học, tổ chức và cá nhân nghiên cứu khoa học công nghệ với các tổ chức, cá nhân cần công nghệ ứng dụng vào sản xuất, kinh doanh và đời sống nhằm tạo ra sự đột phá trong việc giải quyết các vấn đề xã hội.

Sứ mệnh của Techtrust.vn là tư vấn, hỗ trợ xúc tiến thương mại, quảng bá các sản phẩm công nghệ cao ứng dụng vào trong sản xuất, kinh doanh và đời sống nhằm tạo ra sự đột phá trong việc giải quyết các vấn đề xã hội.

Cùng với việc ra mắt dự án Techtrust.vn, Trung tâm Dịch vụ và đổi mới công nghệ, Ban Quản lý Khu CNC Hòa Lạc và các đối tác gồm: BK Fund, Trung tâm Khởi nghiệp và Sáng tạo xã hội (CSIE), Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Làng Công nghệ sinh thái (EcoTech) TechFest Việt Nam, Câu lạc bộ Khởi nghiệp liên chính quốc gia (VISC), Bess Business School, Trung tâm Siêu dữ liệu và xác thực số (MEDC) đã ký kết hợp tác phát triển.



Ông Trần Đắc Trung - Phó Trưởng Ban quản lý Khu CNC Hòa Lạc phát biểu tại tọa đàm “Xúc tiến chuyển giao công nghệ gắn với bảo vệ và phát triển tài sản trí tuệ”.

Để Techtrust.vn nói riêng và các dự án tại Khu CNC Hoà Lạc bước sang tầm cao mới, TS Nguyễn Trường Phi - đại diện Cục Ứng dụng và Phát triển công nghệ (Bộ Khoa học và Công nghệ) khuyến nghị cần tháo gỡ các điểm yếu của hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia.

Cùng với đó là khắc phục các điểm nghẽn trong môi trường kinh

doanh; nâng cao năng lực hấp thụ công nghệ của doanh nghiệp thông qua tiếp nhận, ứng dụng công nghệ, tạo ra công nghệ; cải thiện số lượng và chất lượng nguồn nhân lực trong lĩnh vực công nghệ; nâng cao chất lượng của hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D)...

Theo ông Trần Lê Hồng - Phó Cục trưởng Cục Sở hữu trí tuệ (Bộ Khoa học và Công nghệ), công nghệ tốt không chỉ mang lại giải pháp tốt mà còn phải được bảo hộ và bảo vệ bởi quyền sở hữu trí tuệ.

“Quyền sở hữu trí tuệ hiện nay là “cứu cánh” duy nhất về mặt pháp lý cho độc quyền công nghệ. Công nghệ được bảo hộ, bảo vệ bởi quyền sở hữu trí tuệ được các đơn vị, doanh nghiệp ưu tiên sử dụng bởi thông tin công nghệ được cung cấp chính xác và không xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của người khác”, ông Hồng nhấn mạnh.

Với sự vào cuộc mạnh mẽ của các bộ, ngành và việc thúc đẩy kết nối, mở rộng đầu tư của cộng đồng doanh nghiệp, Khu CNC Hòa Lạc sẽ thúc đẩy tiềm lực khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo quốc gia.



Lễ ký kết hợp tác giữa Trung tâm Dịch vụ và đổi mới công nghệ, Ban Quản lý Khu CNC Hòa Lạc và các đối tác.

Đơn giản hóa tục hành chính HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP MỞ RỘNG SẢN XUẤT

● KHÁNH DUY



HOÀN THÀNH NHIỀU CÔNG TRÌNH LỚN

Tổng cục Thống kê đánh giá, với việc khai thác, sử dụng tối đa hiệu quả các nguồn vốn, nhất là vốn đầu tư công, trong 4 tháng đầu năm nay, trên cả nước đã hoàn thành nhiều công trình lớn, có ý nghĩa quan trọng. Qua đó, tăng cường năng lực sản xuất cho nền kinh tế cả trong ngắn hạn và dài hạn.

Cụ thể, ngành giao thông hoàn

Theo Tổng cục Thống kê, để hoàn thành các công trình thuộc nguồn vốn đầu tư công theo đúng kế hoạch, từ đó tạo động lực cho tăng trưởng kinh tế, cần phải hỗ trợ doanh nghiệp đang gặp khó trong quy trình mở rộng sản xuất bằng việc đơn giản hóa các thủ tục hành chính.

thành được nhiều tuyến đường giao thông có ý nghĩa quan trọng. Điển hình là các tuyến đường cao tốc thuộc dự án cao tốc Bắc – Nam phía Đông như: Mai Sơn – Quốc lộ 45 (Ninh Bình, Thanh Hóa); cao tốc Phan Thiết – Dầu Giây (Đồng Nai, Bình Thuận). Đồng thời hoàn thành bến cảng Việt Lào, cảng Vũng Áng (Hà Tĩnh) với công suất 45 triệu tấn/năm.

Ngành sản xuất điện hoàn thành 8 dự án nhà máy điện và đưa vào vận



Ngành giao thông hoàn thành được nhiều tuyến đường giao thông có ý nghĩa quan trọng.



Hy vọng dự án Nhà máy Nhiệt điện Thái Bình 2 hoàn thành đi vào hoạt động sẽ đáp ứng nhiều mục tiêu, kỳ vọng của người dân về phát triển kinh tế - xã hội.

hành, khai thác với tổng công suất 1348 MW. Trong đó, nổi bật là nhà máy nhiệt điện Thái Bình 2 với công suất 1.200 MW.

Trong nhóm ngành công nghiệp chế biến, chế tạo, ngành dệt may, da giày hoàn thành 2 nhà máy may tại Hải Dương và Nghệ An với tổng công suất thiết kế 22,5 triệu sản phẩm/năm.

Ngành chế biến gỗ và sản xuất sản phẩm từ gỗ, tre, nứa, giấy và sản phẩm từ giấy hoàn thành tổng cộng 5 nhà máy. Ngành sản xuất sản phẩm từ khoáng phi kim loại, linh kiện điện tử, thiết bị điện, máy chuyên dụng hoàn thành 6 trạm và nhà máy.

Trong khi đó, công trình nông nghiệp và thủy lợi hoàn thành 2 hồ chứa nước tại Thái Nguyên với năng lực thiết kế 31 ha, tại Kiên Giang với năng lực thiết kế 205 triệu m³ và 1 trang trại chăn nuôi heo công nghệ cao tại Thanh Hóa với công suất 24 nghìn con heo thịt/lứa.

Dự kiến trong hai tháng còn lại của quý II/2023 hoàn thành một số dự án lớn thuộc ngành công nghiệp

chế biến, chế tạo, tạo năng lực mới cho sản xuất công nghiệp. Bên cạnh đó, một số dự án lớn thuộc nguồn vốn đầu tư công đang tích cực triển khai thi công.

HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP GẶP KHÓ

Tổng cục Thống kê cho rằng, để hoàn thành các công trình thuộc nguồn vốn đầu tư công theo đúng kế hoạch và hỗ trợ các doanh nghiệp đầu tư, mở rộng sản xuất kinh doanh, tạo động lực cho tăng trưởng kinh tế cần tập trung hoàn thiện hệ thống pháp luật, điều chỉnh toàn bộ hoạt động dự án đầu tư công từ khâu chuẩn bị đầu tư, thực hiện dự án, hoàn thành, quyết toán bàn giao đưa vào sử dụng ở các lĩnh vực gồm đất đai, bảo vệ môi trường, đấu thầu, xây dựng, tài nguyên và khoáng sản. Bởi vì một khâu chậm sẽ ảnh hưởng đến toàn bộ dự án, ảnh hưởng đến hiệu quả đầu tư, làm giảm động lực tăng trưởng.

Có các chính sách bình ổn giá nguyên nhiên vật liệu và giá các loại năng lượng ổn định. Đơn giản hóa các thủ tục hành chính để hỗ trợ các doanh nghiệp đang gặp khó khăn trong quy trình mở rộng sản

xuất, hoàn tất các yêu cầu về thủ tục trong việc xây dựng nhà xưởng.

Cần có các chính sách ưu tiên tập trung phát triển các khu công nghiệp công nghệ cao, công nghiệp dựa trên nền tảng công nghệ và thiết bị hiện đại để thu hút đầu tư mở rộng sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp.

Các bộ, ngành tiếp tục nghiên cứu và có những giải pháp hữu hiệu để xử lý các điểm nghẽn, nút thắt về đất đai, thủ tục hành chính, thể chế để đẩy nhanh giải ngân vốn đầu tư công, tháo gỡ khó khăn cho các dự án chậm giải ngân. Đặc biệt là các dự án trọng điểm, quy mô lớn, có sức lan tỏa, nâng cao năng lực sản xuất của nền kinh tế.

Các bộ, ngành và địa phương cần bám sát, đánh giá đúng tình hình, chú trọng nâng cao chất lượng công tác chuẩn bị đầu tư, chuẩn bị dự án. Chủ động, linh hoạt trong tháo gỡ khó khăn, vướng mắc khi thực hiện dự án, chuẩn bị tốt mặt bằng sạch cho thi công. Nếu vượt quá thẩm quyền thì cần tổng hợp, báo cáo ngay cho cấp có thẩm quyền để kịp xem xét, giải quyết sớm.



Ứng dụng KHCN vào nông nghiệp:

CON ĐƯỜNG NGẮN NHẤT ĐỂ NÂNG CAO NĂNG SUẤT CHẤT LƯỢNG

● HÒA MINH



DOANH NGHIỆP & DOANH NHÂN

Đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ (KHCN) vào ngành nông nghiệp nói chung và sản xuất lúa gạo nói riêng, góp phần nâng cao chất lượng hạt gạo Việt cũng như thu nhập của người nông dân là mục tiêu tỉnh Vĩnh Long đang hướng tới để có một nền nông nghiệp xanh, giá trị kinh tế cao, bảo đảm cho sự phát triển bền vững.

TĂNG LỢI NHUẬN NHỜ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ

Theo các chuyên gia, ứng dụng KHCN phát triển ngành nông nghiệp nói chung và quy trình sản xuất tiêu thụ lúa gạo nói riêng là quá trình đưa máy móc, tiến bộ khoa học công nghệ, sinh học vào quy trình sản xuất, từ đó tiết kiệm sức lao động, giảm giá thành sản phẩm, giải quyết một phần tình trạng thiếu hụt lao động và nâng cao thu nhập cho người nông dân. Ứng dụng KHCN vào nông nghiệp sẽ là con đường ngắn nhất để nâng cao năng suất, chất lượng, giá trị nông sản.

Ông Nguyễn Văn Liêm – Phó Giám đốc Sở NN&PTNT tỉnh cho biết, Vĩnh Long nằm ở trung tâm vùng ĐBSCL được thiên nhiên ưu đãi với mạng lưới sông ngòi, kênh rạch khá chằng chịt và quanh năm nước ngọt nên rất thuận lợi cho việc phát triển nông nghiệp, cây ăn trái, rau màu, đặc biệt là cây lúa.

Theo Cục thống kê tỉnh Vĩnh Long, năm 2020 tổng diện tích đất nông nghiệp của tỉnh là gần 119.000 ha, trong đó, có gần 66.000 ha đất trồng lúa (chiếm 55,5% diện tích đất nông nghiệp). Năm 2022, tổng diện tích lúa gieo trồng là khoảng 112.000 ha, năng suất bình quân ước đạt 6,03 tấn/ha, sản lượng lúa cả năm đạt gần 700 ngàn tấn.

Theo Nghị quyết 03-NQ/TU ngày 1/12/2021 của Tỉnh ủy Vĩnh Long về phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao giai đoạn 2021-2030,



Vĩnh Long đang tập trung xây dựng mô hình cánh đồng lớn thâm canh và áp dụng cơ giới hóa đồng bộ trong sản xuất lúa chất lượng cao.

tỉnh sẽ tập trung xây dựng trở thành địa phương có thể mạnh về sản xuất nông nghiệp; chuyển đổi tư duy từ sản xuất nông nghiệp thuần túy sang phát triển kinh tế nông nghiệp hiệu quả, đa dạng theo yêu cầu của thị trường; từ phát triển theo số lượng sang chất lượng; tập trung cho ứng dụng công nghệ sinh học, công nghệ kỹ thuật số, vận dụng được thành tựu cách mạng công nghiệp 4.0.

Vĩnh Long hiện đã thực hiện cơ giới hóa 100% khâu làm đất, bơm nước, thu hoạch; gieo sạ phun thuốc, chăm sóc phòng bệnh 80%; sấy lúa trong hai vụ hè thu và thu đông đạt khoảng 30%.

Thống kê gần đây, tỉnh có hơn 1.100 máy gặt đập liên hợp, trên 3000 dụng cụ hàng, hơn 4.800 máy xới, 40.500 máy phun thuốc trừ sâu, gần 53.000 máy bơm. Những năm qua, tỉnh tập trung xây dựng mô hình cánh đồng lớn thâm canh và áp dụng cơ giới hóa đồng bộ trong sản xuất lúa chất lượng cao. Mô hình do Trung tâm Khuyến nông quốc gia chủ trì, Trung tâm Khuyến nông tỉnh, Sở NN&PTNT và chính quyền địa phương xây dựng mô hình ở hai xã Hiếu Nhơn và Trung Nghĩa của huyện Vũng Liêm.

Để thực hiện mô hình, các thành viên trong HTX, tổ sản xuất liên kết phải cùng tuân thủ các quy định chung trong khâu sản xuất như xuống giống đồng loạt, sử dụng giống lúa cấp xác nhận trở lên, đúng lịch thời vụ, gieo cấy cùng một giống lúa, phân bón cân đối và cùng các loại phân, thực hiện bón lót đầu vụ, quản lý dịch hại theo IPM, quản lý nước ngập khô xen kẽ theo giai đoạn sinh trưởng và phát triển của lúa. Nhờ liên kết sản xuất hiệu quả, cánh đồng lúa chất lượng cao từ 3.700 ha/1 vụ năm 2021 đã tăng lên 4.100 ha/1 vụ.

Cùng với cánh đồng lúa cơ giới hóa đồng bộ, tỉnh xây dựng vùng sản xuất lúa hữu cơ, sản xuất lúa sạch ứng dụng công nghệ cao vì mục tiêu tăng trưởng xanh, bền vững.



Buổi học online cập nhật kiến thức ứng dụng công nghệ vào sản xuất lúa sạch, lúa hữu cơ của thành viên HTX Tấn Đạt.

Mô hình sản xuất lúa hữu cơ của HTX sản xuất dịch vụ nông nghiệp Tấn Đạt ở xã Trung Ngãi, huyện Vũng Liêm là HTX giàu thành tích nhất tỉnh Vĩnh Long đang tiếp tục được triển khai nhân rộng.

Năm 2022, HTX được cấp giấy chứng nhận hữu cơ cho vùng sản xuất lúa dựa trên hai tiêu chuẩn hữu cơ của Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA) và tiêu chuẩn châu Âu (Organics EU) cùng danh hiệu uy tín khác. HTX hiện có khoảng hơn 106 ha trong đó có 30 ha sản xuất lúa hữu cơ. Toàn bộ diện tích lúa của các thành viên giao cho HTX xây dựng cùng một quy trình canh tác mới: sử dụng phân hữu cơ thay thế phân hóa học và dùng các chế phẩm sinh học thay thế thuốc bảo vệ thực vật hóa học. Sản xuất theo mô hình này, lợi nhuận của người nông dân tăng gấp 2 - 3 lần so với sản xuất lúa ngoài mô hình, khoảng 60 - 70 triệu đồng/ha/năm.

CÁN THAY ĐỔI THÓI QUEN CỦA NGƯỜI DÂN

Sản xuất lúa gạo ứng dụng công nghệ cao, theo hướng tăng trưởng xanh, bền vững là xu hướng chung và mang lại lợi nhuận cao. Tuy nhiên, sản xuất lúa hữu cơ, cánh đồng mẫu lớn ở Vĩnh Long thời gian qua vẫn

còn những hạn chế, khó khăn. Theo ThS Nguyễn Vũ Trâm Anh - Phân hiệu Trường Đại học Kinh tế TP Hồ Chí Minh tại Vĩnh Long, sản xuất lúa hữu cơ mang lại lợi nhuận nhưng tổng chi phí sản xuất lúa hữu cơ cao hơn lúa vô cơ, khoảng hơn 6,9 triệu đồng/ha (thời điểm khảo sát năm 2019); các loại phân hữu cơ và thuốc vi sinh bón lúa cũng có giá thành cao hơn phân thuốc vô cơ.

Về vấn đề này, ông Nguyễn Văn Liêm - Phó Giám đốc Sở NN&PTNT tỉnh Vĩnh Long cho rằng, sản xuất lúa CLC, lúa hữu cơ còn khó khăn do tập quán canh tác lúa truyền thống của người dân là sử dụng phân hóa học; diện tích canh tác nhỏ, manh mún, chỉ khoảng 0,4 ha/hộ, trong khi sản xuất lúa hữu cơ, có thương hiệu để xuất khẩu thì đòi hỏi vùng trồng, diện tích canh tác lớn. Bên cạnh đó, cơ chế chính sách thu hút đầu tư vào nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao cũng chưa đủ sức hấp dẫn nhà đầu tư...

Nghị quyết 03 của Tỉnh ủy Vĩnh Long về phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao giai đoạn 2021 - 2030 đưa ra mục tiêu cụ thể là đến năm 2025, diện tích đất nông nghiệp hữu cơ đạt 1,5% (khoảng 1.800 ha, trong đó có 900 ha đất trồng lúa hữu cơ); sản phẩm nông nghiệp ứng dụng



công nghệ cao chiếm tỷ lệ 20% trong tổng số sản phẩm nông nghiệp. Đến năm 2030 diện tích đất nông nghiệp hữu cơ đạt 3% tổng diện tích đất nông nghiệp (khoảng 3.600 ha, trong đó có 1.800 ha đất trồng lúa hữu cơ); sản phẩm nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao đạt 50%; đồng thời để đảm bảo diện tích 20.000 ha lúa CLC theo Đề án 1 triệu ha lúa CLC ở ĐBSCL do Bộ NN&PTNT chủ trì triển khai.

Theo đó, từ nay đến năm 2025, tỉnh dự kiến đầu tư 26 dự án với kinh phí 120 tỷ đồng từ nguồn ngân sách để hỗ trợ sản xuất, ứng dụng các giải pháp về giống, kỹ thuật canh tác tiến bộ và cơ giới hóa giảm giá thành, tạo ra sản phẩm chất lượng, an toàn.

Trong đó, có 3 dự án về sản xuất lúa CLC, kinh phí 15 tỷ đồng với hơn 1.100 ha mô hình điểm trình diễn sử dụng phân bón thông minh, giảm phát thải, thích ứng biến đổi khí hậu; 270 ha mô hình giảm giống gieo sạ, áp dụng kỹ thuật ướn khô xen kẽ và

biện pháp tổng hợp phòng trừ sâu bệnh; xây dựng 300 ha mô hình liên kết chuỗi sản xuất giống lúa 2 cấp và gần 4000 ha vùng nguyên liệu sản xuất lúa CLC phục vụ xuất khẩu.

Đặc biệt, khi tham gia Đề án phát triển bền vững 1 triệu ha chuyên canh lúa CLC gắn với tăng trưởng xanh, nông dân sẽ được hỗ trợ vay ngân hàng không thể chấp tối đa 20 triệu đồng/vụ; hỗ trợ 30% mua giống lúa xác nhận.

Tại buổi làm việc với tỉnh Vĩnh Long năm 2022, Thủ tướng Phạm Minh Chính đã nhấn mạnh, Vĩnh Long là vùng đất “địa linh nhân kiệt” nên cần phát huy mạnh mẽ truyền thống lịch sử cách mạng, văn hóa, tinh thần tự lực, tự cường, đoàn kết, đi lên từ bàn tay, khối óc, lợi thế thiên nhiên, đất, trời của mình, vươn lên mạnh mẽ bằng sức mạnh nội sinh.

Thủ tướng đề nghị, Vĩnh Long tiếp tục triển khai thực hiện hiệu quả Chiến lược phát triển nông nghiệp và nông thôn bền vững; chiến lược

trồng trọt, chăn nuôi, thủy sản, lâm nghiệp. Chú trọng phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, từng bước chuyển tư duy sản xuất nông nghiệp sang kinh tế nông nghiệp, phát triển thị trường nông sản trong và ngoài nước.

Về định hướng phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao thời gian tới, Chủ tịch UBND tỉnh Vĩnh Long Lữ Quang Ngời cho biết, xác định trong giai đoạn 2021 - 2025, tỉnh sẽ chú trọng phát triển nông nghiệp theo hướng sạch, chất lượng và năng suất cao.

Theo Chủ tịch UBND tỉnh Vĩnh Long, để thực hiện mục tiêu phát triển bền vững, tỉnh cần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế xanh, môi trường xanh, sạch; định hướng Vĩnh Long thành trung tâm chuyển giao công nghệ sinh học trong sản xuất nông nghiệp, trung tâm cung cấp giống có uy tín của vùng ĐBSCL, hướng Vĩnh Long thành trung tâm đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho vùng ĐBSCL và cả nước.



Y dược học Việt Nam

đóng góp vào việc phòng, chống dịch bệnh

● KHÁNH MINH



THI TRƯỜNG & ĐẦU TƯ

Sáng 25/4, tại TP Hồ Chí Minh, Viện Y Dược học dân tộc TP Hồ Chí Minh tổ chức hội thảo khoa học “Hiệu quả của sản phẩm y dược cổ truyền trong phòng ngừa, điều trị COVID-19, cúm mùa” và Lễ công bố thành tựu nghiên cứu, sản xuất thuốc thảo dược đầu tiên tại Việt Nam điều trị COVID-19, virus lây lan đường hô hấp mang tên Sunkovir.

Tại sự kiện, BSKII Huỳnh Nguyễn Lộc - Viện trưởng Viện Y Dược học dân tộc TP Hồ Chí Minh cho biết, trải qua quá trình gian lao, vất vả tràn đầy nhiệt huyết, vừa chống dịch, vừa miệt mài nghiên cứu và thành quả đã được ghi nhận.

Cụ thể, ngày 23/12/2022, đề tài nghiên cứu khoa học “Nghiên cứu giai đoạn III, ngẫu nhiên, mù đôi, đối chứng song song đánh giá an toàn và hiệu quả của viên nang cứng TD0069 trong phác đồ phối hợp với điều trị nền ở bệnh nhân COVID-19 chưa có biểu hiện suy hô



BSKII Huỳnh Nguyễn Lộc - Viện trưởng Viện Y Dược học dân tộc TP Hồ Chí Minh cho biết, Sunkovir là thành quả đáng khích lệ và tự hào.

hấp cấp” do Viện Y Dược học dân tộc TP Hồ Chí Minh chủ trì, phối hợp với BV Đa khoa Y học cổ truyền Hà Nội thực hiện đã được Bộ Y tế và Hội đồng Đạo đức trong nghiên cứu y sinh học quốc gia chứng nhận kết quả nghiên cứu thử nghiệm thuốc lâm sàng.

Đến ngày 12/4/2023, Bộ Y tế chính

thức cấp số đăng ký lưu hành thuốc với tên gọi Sunkovir là thuốc y học cổ truyền đầu tiên được Bộ cấp phép lưu hành toàn quốc.

Thuốc Sunkovir được chỉ định không chỉ dùng cho bệnh nhân COVID-19 mà còn dùng cho các trường hợp bị bệnh do các virus lây truyền qua đường hô hấp để giảm nhanh các



“Việc Cục Quản lý Y dược cổ truyền (Bộ Y tế) cấp giấy đăng ký lưu hành cho thuốc Sunkovir khẳng định rằng y dược học Việt Nam có thể đóng góp được vào trong việc phòng, chống dịch bệnh, đặc biệt là dịch bệnh COVID-19”.

— PGS, TS Lê Văn Truyền
nguyên Thứ trưởng Bộ Y tế —

PGS, TS Lê Văn Truyền - nguyên Thứ trưởng Bộ Y tế, Chủ tịch Hội đồng Tư vấn cấp giấy đăng ký lưu hành thuốc, nguyên liệu làm thuốc.

triệu chứng: ho, sốt, khó thở, mất khứu giác, mất vị giác, sung huyết mũi, đau nhức toàn thân, đau mỗi cơ, đau họng, tiết dịch mũi, đau đầu, yếu mệt, đau ngực, hắt hơi, ớn lạnh, khàn giọng, đổ mồ hôi, buồn ngủ.

“Đây là thành quả đáng khích lệ và tự hào của viện cùng với BV Đa khoa Y học cổ truyền Hà Nội, các thành viên trong đội nghiên cứu trong ứng dụng nghiên cứu khoa học y học cổ truyền trong phòng ngừa,



Nhóm nghiên cứu nhận hoa chúc mừng từ Bộ Y tế.



hỗ trợ điều trị COVID-19 nhằm nâng cao công tác chăm sóc sức khỏe nhân dân”, Viện trưởng Huỳnh Nguyễn Lộc nói.

Ông Lộc gửi lời cảm ơn Công ty Cổ phần Sao Thái Dương đã hợp tác, đồng hành cùng viện trong hoạt động nghiên cứu suốt 3 năm qua, qua đó góp phần không nhỏ cho việc dùng thuốc y học cổ truyền để nâng cao chăm sóc sức khỏe người dân.

Đánh giá cao công lao đóng góp của nhóm nghiên cứu, PGS, TS Lê Văn Truyền - nguyên Thứ trưởng Bộ Y tế, Chủ tịch Hội đồng Tư vấn cấp giấy đăng ký lưu hành thuốc, nguyên liệu làm thuốc cho biết, việc Cục Quản lý Y được cổ truyền (Bộ Y tế) cấp giấy đăng ký lưu hành cho thuốc Sunkovir khẳng định rằng y được học Việt Nam có thể đóng góp được vào trong việc phòng, chống dịch bệnh, đặc biệt là dịch bệnh COVID-19.

Sunkovir là sản phẩm đầu tiên được nghiên cứu một cách hoàn chỉnh theo hướng dẫn về nghiên cứu an toàn và hiệu quả về thuốc y học cổ truyền của Bộ Y tế và đã được Hội đồng Y đức thông qua. Quy trình nghiên cứu, đề cương nghiên cứu Sunkovir có thể là quy trình, đề cương nghiên cứu mẫu để áp dụng vào nghiên cứu các sản phẩm khác.

Đại diện nhóm nghiên cứu, bà Nguyễn Thị Hương Liên - Phó Tổng giám đốc Công ty CP Sao Thái Dương, Phó Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Khoa học & Công nghệ Việt Nam (VST) chia sẻ, sau một hành trình bền bỉ, kiên cường trong suốt thời gian diễn ra đại dịch, nhóm nghiên cứu đã thực hiện đề tài một cách bài bản, cẩn thận, khoa học. Kết quả là Hội đồng Y đức quốc gia, Hội đồng Cấp phép quốc gia, các chuyên gia đầu ngành đã đồng ý công nhận và cho phép lưu hàng sản phẩm, công thức y học cổ truyền.



Theo bà Nguyễn Thị Hương Liên - Phó Tổng giám đốc Công ty CP Sao Thái Dương, Phó Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Khoa học & Công nghệ Việt Nam, Sunkovir là kết quả của quá trình nghiên cứu bài bản, cẩn thận và khoa học.

Sản phẩm Sunkovir được chính thức lưu hành dưới dạng thuốc với tác dụng điều trị COVID-19, cúm mùa và các bệnh lý lây qua đường hô hấp. Thành tựu này thể hiện sự tập trung

nghiên cứu và đầu tư nghiêm túc của Sao Thái Dương đối với các sản phẩm mới, có chất lượng, để đảm bảo phục vụ tốt nhất cho người tiêu dùng.

“Sunkovir là thành tựu mà nhóm nghiên cứu toàn tâm toàn ý thực hiện với sự ủng hộ của các chuyên gia và cơ quan quản lý Nhà nước. Sản phẩm thuốc này không chỉ là niềm tự hào của ngành y được cổ truyền, y học Việt Nam mà còn là sự kiêu hãnh của Sao Thái Dương khi được đồng hành cùng các nhà nghiên cứu, đội ngũ y bác sĩ đem đến một sản phẩm thuốc đông y đầu tiên và duy nhất hiện nay trong điều trị COVID-19”, Phó Tổng giám đốc Sao Thái Dương nói.

Tại hội thảo, các chuyên gia, bác sĩ tham gia công trình nghiên cứu đã báo cáo thành tựu nghiên cứu, ứng dụng trong thực tiễn và đúc kết những kinh nghiệm quý báu trong điều trị bệnh nhân COVID-19 và các bệnh cúm mùa, từ đó đẩy mạnh công tác phòng ngừa, điều trị COVID-19 và các bệnh cúm mùa bằng y học cổ truyền kết hợp y học hiện đại.



TĂNG TỐC THÚC ĐẨY ĐẦU TƯ CÔNG

● NGUYỄN HOÀI



**VỐN ĐẦU TƯ CÔNG
GIẢI NGÂN THẤP HƠN GẦN 12%
SO VỚI CÙNG KỲ**

THỊ TRƯỞNG & ĐẦU TƯ

Theo chuyên gia Nguyễn Bích Lâm - nguyên Tổng cục trưởng Tổng cục Thống kê, tại Việt Nam, nếu giải ngân vốn đầu tư công tăng thêm 1% so với năm trước sẽ làm GDP tăng thêm 0,06%. Đặc biệt trong bối cảnh tổng cầu thế giới suy giảm, ảnh hưởng tới xuất khẩu của Việt Nam thì đẩy mạnh giải ngân vốn đầu tư công là giải pháp quan trọng và hiệu quả nhằm phục hồi, nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế, thúc đẩy tăng trưởng.

Tuy nhiên, Bộ Tài chính cho biết, trong 3 tháng đầu năm 2023, lượng vốn đầu tư công đã giải ngân là 73.192 tỷ đồng, đạt hơn 10,3% kế

Để thúc đẩy đầu tư công, tạo động lực để phát triển kinh tế xã hội, không chỉ có quyết tâm chính trị từ cấp trung ương mà cần có sự quyết tâm cao trong công tác lãnh đạo, điều hành của chính quyền địa phương.

hoạch Thủ tướng Chính phủ giao. Kết quả này thấp hơn con số cùng kỳ năm ngoái là 11,9%, thể hiện sự hạn chế trong hoạt động này.

Phân tích nguyên nhân cho thấy, tỷ lệ giải ngân còn thấp là do hiện nay các bộ, ngành và địa phương mới đang hoàn thiện việc giao chi tiết kế hoạch vốn cho các dự án nên khối lượng công việc hoàn thành để thanh toán chưa nhiều. Đây là đặc điểm trong diễn biến của hoạt động giải ngân trong thời điểm đầu năm suốt nhiều năm qua.

Bên cạnh đó, các dự án đang tập trung thực hiện công tác đấu thầu,

lựa chọn nhà thầu. Nguyên nhân khác, mang tính chất “muôn thuở” là nhiều dự án vướng mắc trong giải phóng mặt bằng.

Một số dự án trọng điểm ngành giao thông gặp khó khăn vì thiếu nguồn cung vật liệu, chủ yếu là đất và cát; gây ảnh hưởng tiến độ, thiếu khối lượng thi công hoàn thành để nghiệm thu và giải ngân vốn. Trên thực tế, vấn đề này đã phát sinh từ năm ngoái, nhưng đến nay chưa được giải quyết dứt điểm.

Một nguyên nhân rất quan trọng là còn thiếu sự quyết liệt của nhiều địa phương. Trong 3 tháng đầu





Tỷ lệ giải ngân còn thấp là do hiện nay các bộ, ngành và địa phương mới đang hoàn thiện việc giao chi tiết kế hoạch vốn cho các dự án.

năm 2023, mới chỉ có 2 bộ và 15 địa phương có tỷ lệ giải ngân đạt trên 15%, trong đó một số địa phương có tỷ lệ giải ngân cao như Tiền Giang (31,1%), Bến Tre (30%), Điện Biên (24,7%), Đồng Tháp (22,9%), Lâm Đồng (20,8%).

Ngược lại, 49/52 bộ, cơ quan trung ương và 24/63 địa phương có tỷ lệ giải ngân đạt dưới 9%; trong đó có 30 bộ, cơ quan trung ương chưa giải ngân kế hoạch vốn. Điều này khiến tình hình đầu tư công là đáng lo ngại, bởi quỹ thời gian cho giải ngân vốn đầu tư công ngày càng ngắn lại trong khi kết quả đạt được rất hạn chế.

CẦN SỰ VÀO CUỘC QUYẾT LIỆT, TẠO CHUYỂN BIẾN TỪ CẤP ĐỊA PHƯƠNG

Để thúc đẩy hoạt động đầu tư công, Chính phủ luôn theo sát, nắm bắt tình hình, chủ động đôn đốc và chỉ đạo các đơn vị, đầu mối dồn sức cho hàng loạt công tác liên quan, từ chuẩn bị đến triển khai thực hiện và giải ngân nguồn vốn quan trọng này.

Ngày 23/3/2023, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính đã ký ban hành Chỉ thị số 08/CT-TTg về các nhiệm vụ, giải pháp đẩy mạnh phân bổ, giải ngân vốn đầu tư công, 3 Chương trình mục tiêu quốc gia năm 2023, thực hiện Chương trình phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội. Chỉ thị nêu rõ, phấn đấu tỷ lệ giải ngân vốn đầu tư nguồn ngân sách Nhà nước (NSNN) năm 2023 đạt trên 95%

kế hoạch Thủ tướng Chính phủ giao.

Thủ tướng Chính phủ cũng thành lập các tổ công tác đi thị sát, tìm hiểu thực tế, nguyên nhân gây chậm tiến độ các dự án, công trình để rà soát, tìm giải pháp khắc phục, cải thiện tình hình. Yêu cầu các bộ, cơ quan trung ương và địa phương phải khẩn trương phân bổ chi tiết toàn bộ kế hoạch đầu tư vốn NSNN năm 2023 theo đúng quy định.

Vừa qua, Bộ Tài chính kiến nghị Bộ Kế hoạch và Đầu tư sớm trình Thủ tướng Chính phủ quyết định cho phép kéo dài thời gian thực hiện và thanh toán vốn đầu tư công nguồn NSNN năm 2022 sang năm 2023 cho các bộ, cơ quan trung ương và địa phương triển khai thực hiện ngay từ những tháng đầu năm. Đồng thời có các giải pháp tháo gỡ tình trạng thiếu vật liệu nhằm bảo đảm đủ nguồn cung phục vụ cho các công trình, nhất là dự án giao thông trọng điểm.

Về phía địa phương, nhiều tỉnh/thành phố cũng vào cuộc một cách đồng bộ, với tinh thần trách nhiệm và quyết tâm. Trong đó, UBND thành phố Hà Nội ban hành Kế hoạch 94/KH-UBND thực hiện và giải ngân kế hoạch đầu tư công 6 tháng đầu năm 2023. Đến hết 6 tháng năm 2023 đạt 40-45%, phấn đấu kết quả giải ngân năm 2023 đạt từ 95% đến 100%.

Lãnh đạo thành phố Hà Nội yêu cầu các sở, ban, ngành, UBND các quận,

huyện, thị xã và chủ đầu tư có biện pháp để thực hiện giải ngân kế hoạch vốn theo lộ trình đã xây dựng; tập trung tháo gỡ khó khăn, vướng mắc của các dự án, hoàn thành nhiệm vụ này trong 6 tháng đầu năm 2023.

Yêu cầu các đơn vị, chủ đầu tư rà soát kỹ khả năng thực hiện dự án để đề xuất bố trí kế hoạch vốn cho phù hợp; khắc phục tình trạng không giải ngân được hết kế hoạch vốn do tính toán, đề xuất không hợp lý...

UBND thành phố Hồ Chí Minh cũng vừa đề ra 12 nhóm nhiệm vụ, giải pháp cho thúc đẩy đầu tư công trong quý II và thời gian tiếp sau, trong đó, tập trung giải quyết các vướng mắc liên quan tới hồ sơ thủ tục của doanh nghiệp và người dân; đẩy mạnh đầu tư trong đó có đầu tư công; tập trung tháo gỡ khó khăn hỗ trợ cho doanh nghiệp phát triển sản xuất kinh doanh.

Bí thư Thành ủy thành phố Hồ Chí Minh Nguyễn Văn Nên nhấn mạnh, quý I/2023 là trận đầu thành phố Hồ Chí Minh thua đậm. Vì vậy, 3 quý còn lại của năm là 3 trận chung kết. Thành phố phải hành động quyết liệt không phải bằng lời nói mà là bằng hành động.

Trên bình diện chung, Bộ trưởng Bộ Kế hoạch và Đầu tư Nguyễn Chí Dũng cho rằng, vấn đề quan trọng là ý thức trách nhiệm, tinh thần quyết tâm hoàn thành nhiệm vụ của cấp lãnh đạo. Cần suy ngẫm vì sao cùng một cơ chế nhưng có nơi đạt kết quả giải ngân tốt mà nơi khác lại không đạt yêu cầu.

Tỉnh Tiền Giang đứng đầu cả nước là địa phương có tỷ lệ giải ngân cao trong 3 tháng đầu năm 2023 là minh chứng cho sự quyết tâm chính trị rất cao trong công tác lãnh đạo, điều hành từ UBND tỉnh, các sở ngành chức năng cấp tỉnh đến chính quyền các địa phương.

Với sự vào cuộc quyết liệt của Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh, hoạt động đầu tư công được kỳ vọng sẽ được đẩy cao trong những quý tiếp sau của năm 2023.



QUẢNG TRỊ

Đưa du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn

● PHAN TIẾN

TIỀM NĂNG LỚN

Quảng Trị nằm ở điểm giữa của đất nước Việt Nam và là điểm “đầu cầu” trên hành lang kinh tế Đông - Tây (EWEC), có 2 cửa khẩu quốc tế Lao Bảo và La Lay kết nối với 2 tỉnh bạn Lào Savannakhet và Salavan.

Ngoài ra, Quảng Trị có hệ thống di tích lịch sử chiến tranh cách mạng đồ sộ và độc đáo với 500 di tích, danh thắng đã được xếp hạng, trong đó có 4 di tích quốc gia đặc biệt: đôi bờ Hiền Lương - Bến Hải, Thành cổ Quảng Trị và những địa điểm lưu niệm sự kiện 81 ngày đêm năm 1972; Địa đạo Vịnh Mốc và hệ thống làng hầm Vĩnh Linh, Đường Trường Sơn - Đường Hồ Chí Minh... Quảng Trị được mệnh danh là “Bảo tàng sinh động nhất về di tích lịch sử chiến tranh cách mạng”.

Với sự khởi sắc của hoạt động du lịch trong vài năm gần đây, Quảng Trị cần có sự bứt phá để thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.



Cụm di tích lịch sử cầu Hiền Lương - sông Bến Hải.



Ngoài hệ thống di tích lịch sử chiến tranh cách mạng, Quảng Trị còn có “bộ sưu tập” khá lớn về di tích lịch sử văn hóa, trong đó có di tích Hệ thống khai thác nước cổ Chăm (giếng cổ Gio An) là một sản phẩm vô cùng độc đáo, thu hút nhiều học giả và du khách nước ngoài đến tham quan, nghiên cứu, chiêm ngưỡng.

Về thiên nhiên, Quảng Trị có những đặc trưng riêng biệt, vừa có tài nguyên rừng, biển và đảo vô cùng phong phú. Quảng Trị có 75 km bờ biển, với nhiều bãi biển đẹp như Vĩnh Thái, Cửa Tùng, Cửa Việt, Triệu Lăng, Mỹ Thủy... Đặc biệt, Cồn Cỏ là hòn đảo xanh hiếm có và được mệnh danh là “đảo ngọc” của Việt Nam với 70% diện tích là rừng tự nhiên, đồng thời nằm trong vùng sinh quyển bảo tồn biển.

Bên cạnh đó, tỉnh còn có nhiều di sản văn hóa phi vật thể, văn hóa tâm linh với các lễ hội dân gian truyền thống, lễ hội cách mạng đặc sắc. Trong đó, chùa Sắc Tứ Tịnh Quang và Trung tâm hành hương La Vang là những cơ sở tôn giáo, thu hút

đông đảo tín đồ và du khách bốn phương về hành lễ.

Các lễ hội “Thống nhất non sông”, “Tri ân tháng Bảy”, “Nhịp cầu xuyên Á”, lễ hội hoa đăng trên sông Thạch Hãn... để lại những tình cảm, ấn tượng sâu sắc trong nhân dân, du khách trong và ngoài nước.

Với những giá trị nhân văn của quá khứ và hiện tại, những dấu ấn khốc liệt của chiến tranh, các hoạt động hướng đến lễ hội “Vì hòa bình” sẽ góp phần tôn vinh các giá trị của hòa bình, chuyển tải thông điệp yêu chuộng hòa bình của nhân dân Việt Nam và thế giới.

TRỞ THÀNH NGÀNH KINH TẾ MŨI NHỌN

Ông Nguyễn Đức Tân - Giám đốc trung tâm xúc tiến đầu tư, thương mại và du lịch tỉnh Quảng Trị cho biết, bên cạnh các sản phẩm du lịch đã định hình thương hiệu như du lịch hoài niệm về chiến trường xưa và đồng đội, du lịch DMZ, du lịch hành lang kinh tế Đông - Tây, địa đạo Vịnh Mốc, cầu Hiền Lương, sông Thạch Hãn... Quảng Trị có nhiều tiềm năng có thể mời gọi doanh

nh nghiệp đến đầu tư như các bãi biển đẹp, hoang sơ.

Trong thời gian tới, tỉnh sẽ dồn tất cả nguồn lực, tích cực triển khai các dự án đối tác công - tư (PPP), kêu gọi doanh nghiệp xây dựng các sản phẩm du lịch thể thao mạo hiểm gắn với sông suối, hang động, thác nước, đi bộ băng rừng, tham quan các khu tự nhiên ven biển, tour du lịch “Dòng sông huyền thoại”, đồng thời có chính sách hỗ trợ, tạo điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch cộng đồng, du lịch homestay, farmstay...

Trong 2 năm qua, nhiều tập đoàn, công ty du lịch lớn đã đến Quảng Trị khảo sát và xây dựng kế hoạch đầu tư với số vốn đăng ký hàng ngàn tỷ đồng như: Công ty cổ phần Tập đoàn AE, Pacific Health Care, T&T, Công ty cổ phần Tập đoàn châu Á - Thái Bình Dương...

Ngoài ra, khi tỉnh Quảng Trị hoàn thiện các dự án Cảng hàng không Quảng Trị, Đường tránh phía Đông thành phố Đông Hà, Đường bộ cao tốc Cam Lộ - Lao Bảo... các đầu tư hạ tầng du lịch... sẽ thôi thúc du lịch Quảng Trị phát triển.



Cửa Việt là bãi tắm có nước sạch, bãi cát thoải thoải dài theo những rặng dương xanh ven



QUY HOẠCH TỈNH HÀ TĨNH:

ĐƯỜNG LỚN ĐÃ MỞ

● ANH BÌNH

QUY HOẠCH ĐI TRƯỚC MỘT BƯỚC, BẢO ĐẢM CHẤT LƯỢNG ĐỂ THU HÚT ĐẦU TƯ

Trong những ngày tháng 4 lịch sử, cùng với không khí hân hoan đón chào nhiều sự kiện lịch sử của dân tộc, cán bộ, nhân dân Hà Tĩnh cũng tất bật chuẩn bị cho sự kiện Hội nghị công bố Quy hoạch tỉnh Hà Tĩnh thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 và Xúc tiến đầu tư vào Hà Tĩnh.

Ông Võ Trọng Hải - Chủ tịch UBND tỉnh Hà Tĩnh cho biết, Hà Tĩnh là một trong hai tỉnh đầu tiên của cả nước được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt quy hoạch. Bản quy hoạch được đánh giá cao về chất lượng, được xem là bản quy hoạch mẫu cho các tỉnh. Trung tuần tháng 5/2023, tỉnh sẽ tổ chức Hội nghị công bố quy hoạch tỉnh gắn với xúc tiến đầu tư vào Hà Tĩnh để người dân, các nhà đầu tư biết và nắm tình hình.

“Quy hoạch tỉnh Hà Tĩnh là chiến lược phát triển của Hà Tĩnh trong 10 năm tới và tầm nhìn đến năm 2050; các định hướng lớn quy hoạch tỉnh đã được cụ thể hoá thành 5 chương trình trọng điểm và 3 đột phá chiến lược tại Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh nhiệm kỳ 2020-2025. Quan điểm quy hoạch phải đi trước một bước, bảo đảm chất lượng để thu hút đầu tư, phục vụ phát triển kinh tế - xã hội. Dành quỹ đất để mời gọi, dẫn dắt các nhà đầu tư thực sự có năng lực”, Chủ tịch UBND tỉnh Hà Tĩnh nhấn mạnh.

Quy hoạch tỉnh Hà Tĩnh thời kỳ 2021 - 2030 lấy nhân tố quyết định nội lực là con người, phát huy tinh thần tự lực, tự cường, đổi mới, sáng



Chủ tịch UBND tỉnh Võ Trọng Hải cùng lãnh đạo một số sở, ngành kiểm tra mô hình sản xuất các sản phẩm đạt tiêu chuẩn OCOP.

Quy hoạch tỉnh Hà Tĩnh thời kỳ 2021-2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt là dấu ấn đặc biệt quan trọng và là niềm vui lớn đối với cả hệ thống chính trị và nhân dân Hà Tĩnh. Đây là “kim chỉ nam” phát triển của Hà Tĩnh trong 10 năm tới và tầm nhìn đến năm 2050, tạo ra sự kết nối thống nhất trong chiến lược - quy hoạch - kế hoạch; là cơ sở để Hà Tĩnh triển khai các định hướng lớn, tạo đột phá phát triển, đẩy mạnh quảng bá, xúc tiến, thu hút đầu tư.

tạo, chú trọng đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, thu hút nhân tài phát triển nền kinh tế tri thức, kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, kinh tế số, xã hội số; xác định rõ tiềm năng khác biệt, cơ hội nổi trội, lợi thế cạnh tranh, phát huy tối đa tiềm năng, thế mạnh của tỉnh.

Quy hoạch xác định hướng đột phá là tập trung đầu tư hạ tầng chiến lược đồng bộ, hợp lý, hiện đại; phát triển hạ tầng mềm, hạ tầng phục vụ chuyển đổi số, công nghệ quản lý; đẩy mạnh cải cách hành chính dựa trên nền tảng công nghệ thông tin.

Quy hoạch tỉnh xác định 4 ngành kinh tế trọng điểm: công nghiệp luyện thép, chế tạo sau thép và sản xuất điện; nông, lâm nghiệp và thủy sản; dịch vụ logistics; du lịch. Quy hoạch cũng xác định rõ mục tiêu xây dựng Hà Tĩnh trở thành một trong những cực phát triển của vùng Bắc Trung Bộ và duyên hải miền Trung, phấn đấu đến năm

2030 trở thành tỉnh khá, nằm trong nhóm 20 tỉnh, thành phố có GRDP cao nhất cả nước.

QUYẾT TÂM CAO VÀ ĐẶT NIỀM TIN, KỶ VỌNG LỚN

Chia sẻ về những mục tiêu, kế hoạch thời gian tới, Chủ tịch UBND tỉnh Hà Tĩnh Võ Trọng Hải cho biết, 2023 là năm giữa nhiệm kỳ, năm đầu thực hiện Quy hoạch, vì vậy, có ý nghĩa quan trọng trong việc đẩy mạnh thực hiện và phấn đấu đạt kết quả cao nhất mục tiêu của kế hoạch 5 năm 2021-2025. Dự báo tình hình có cả thời cơ, thuận lợi và khó khăn, thách thức nhưng khó khăn sẽ nhiều hơn, dẫn đến khó dự báo và xây dựng một kịch bản tăng trưởng khả thi nhất, kể cả ở cấp quốc gia và các địa phương.

Tuy vậy, với mục tiêu dồn sức tăng tốc và bứt phá, tinh thần xây dựng kế hoạch năm 2023, Hà Tĩnh phấn đấu tốc độ tăng trưởng kinh tế GRDP đạt trên 8%, thu nhập bình quân đầu người đạt trên 47 triệu đồng/năm; tổng vốn đầu tư thực hiện toàn xã hội đạt khoảng 45-50 nghìn tỷ đồng; thu ngân sách trên địa bàn đạt khoảng 19.000 tỷ đồng.

Để đạt mục tiêu trên, Hà Tĩnh đã, đang có nhiều giải pháp để thúc đẩy tăng trưởng, phát triển kinh tế - xã hội trong từng ngành, lĩnh vực, địa phương đang được xây dựng, triển khai. Trong đó, ưu tiên phục hồi, phát triển công nghiệp. Đầu năm 2023, UBND tỉnh ban hành và tổ chức thực hiện đề án phát triển công nghiệp hỗ trợ; triển khai các chính sách về phát triển công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp tỉnh Hà Tĩnh giai đoạn 2021-2025.

Tăng cường thu hút đầu tư vào các cụm công nghiệp theo quy hoạch tỉnh; chú trọng phát triển các nguồn năng lượng mới, năng lượng tái tạo. Đặc biệt, tập trung cao để tháo gỡ khó khăn, vướng mắc, đẩy nhanh tiến độ các dự án công nghiệp lớn, trọng điểm nhằm tạo động lực tăng trưởng mới.



Một góc thành phố Hà Tĩnh.

Lĩnh vực mũi nhọn của nền kinh tế tỉnh nhà sẽ phát triển mạnh mẽ trong năm 2023 khi Nhà máy Nhiệt điện Vũng Áng 1 hoàn thành khắc phục sự cố, Nhà máy Pin VinES đi vào vận hành và sản xuất theo kế hoạch; Nhà máy Nhiệt điện Vũng Áng 2 triển khai xây dựng đúng tiến độ, Nhà máy Sản xuất Pin Lithium hoàn thành xây dựng vào cuối năm; dự án đầu tư xây dựng và kinh doanh kết cấu hạ tầng KCN Vinhomes Vũng Áng hoàn thành thủ tục chấp thuận đầu tư; KCN Bắc Thạch Hà, KCN Bắc Hồng Lĩnh và các KCN khác trên địa bàn từng bước được lấp đầy, đẩy mạnh SXKD...

Đồng thời, tiếp tục khai thác những dư địa tăng trưởng với việc đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu, phát triển dịch vụ logistics theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, bảo đảm chất lượng và hiệu quả; khai thác hiệu quả và phát huy tiềm năng khu vực du lịch, dịch vụ.

Trên chặng đường mới, Hà Tĩnh hết sức quan tâm đến việc phát huy giá trị văn hóa, con người Hà Tĩnh, phát triển toàn diện, hài hòa các lĩnh vực văn hóa - xã hội, nâng cao đời sống nhân dân, bảo đảm an sinh xã hội.

Tiếp tục ưu tiên đầu tư cho giáo dục - đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; thúc đẩy phát triển mạnh mẽ khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo.

Thực hiện đồng bộ, hiệu quả các chính sách đào tạo nghề, giải quyết việc làm. Tăng cường công tác thông tin, tuyên truyền, tạo đồng thuận xã hội. Đẩy mạnh phòng chống tham nhũng, tiêu cực, lãng phí; bảo đảm quốc phòng - an ninh, trật tự an toàn xã hội; nâng cao hiệu quả công tác đối ngoại.

Hà Tĩnh quyết tâm cao và đặt niềm tin, kỳ vọng lớn trong năm giữa nhiệm kỳ. Niềm tin và khát vọng sẽ được hiện thực hóa khi phát huy khả năng, trí tuệ, ý chí, tinh thần đoàn kết, tận dụng tốt thuận lợi, thời cơ và vượt qua khó khăn, thử thách. Đó là sức mạnh để Hà Tĩnh thực hiện thắng lợi các mục tiêu, nhiệm vụ năm 2023, đưa Hà Tĩnh phát triển nhanh, bền vững, trở thành một trong những cực phát triển của vùng Bắc Trung Bộ và duyên hải miền Trung, phấn đấu đến năm 2030 trở thành tỉnh khá của cả nước.



Xây dựng nông thôn mới mang lại diện mạo khởi sắc cho các vùng quê ở Lai Châu.

Lai Châu: NÔNG THÔN MỚI MANG LẠI NHIỀU ĐỔI THAY CHO NGƯỜI DÂN

● HIỆP ĐÀO

Bắt đầu thực hiện Chương trình mục tiêu Quốc gia xây dựng nông thôn mới từ năm 2011. Đến nay, diện mạo nông thôn tại tỉnh Lai Châu ngày càng khởi sắc, cơ sở vật chất đường – trường – trạm khang trang. Sản xuất nông nghiệp phát triển theo hướng hàng hóa, gắn sản xuất với chế biến và thị trường tiêu thụ. Đặc biệt, tính đến thời điểm hiện tại, tỉnh Lai Châu không có nợ đọng trong xây dựng nông thôn mới.

Phong trào xây dựng nông thôn mới là chủ trương lớn của Đảng, Nhà nước. Những năm qua, chính quyền và nhân dân tỉnh Lai Châu đã tích cực đẩy mạnh và triển khai có hiệu quả phong trào thi đua “Lai Châu chung sức xây dựng nông thôn mới và giảm nghèo bền vững” giai đoạn 2021 – 2025. Nhiều địa phương, phong trào thi đua đã mang lại kết quả tích cực, góp phần phát triển kinh tế, cải thiện chất lượng cuộc sống của người dân.

Nhằm triển khai xây dựng nông thôn mới gắn với thực hiện có hiệu quả cơ cấu lại ngành nông nghiệp,

phát triển kinh tế nông thôn, quá trình đô thị hoá, đi vào chiều sâu, phát triển bền vững; thực hiện xây dựng xã nông thôn mới nâng cao và nông thôn mới cấp thôn, bản;

Nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người dân nông thôn, thúc đẩy bình đẳng giới; Xây dựng hạ tầng kinh tế, xã hội nông thôn đồng bộ và từng bước hiện đại, bảo đảm môi trường, cảnh quan nông thôn sáng, xanh, sạch, đẹp, an toàn, giàu bản sắc văn hóa truyền thống, thích ứng với biến đổi khí hậu và phát triển bền vững;

Ngày 15/7/2022, UBND tỉnh Lai Châu ban hành Kế hoạch số 2496/

KH-UBND về việc thực hiện Chương trình Mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025 trên địa bàn tỉnh.

Thực hiện bộ tiêu chí quốc gia về xây dựng nông thôn mới, Lai Châu đã đạt những kết quả đáng ghi nhận. Bình quân tiêu chí toàn tỉnh là 12,5 tiêu chí/xã; số xã đạt chuẩn nông thôn mới là 39/94 xã; số xã đạt 10-14 tiêu chí là 15 xã; số xã đạt 5-9 tiêu chí là 40 xã.

Với bộ tiêu chí xã nông thôn mới nâng cao giai đoạn 2021- 2025, tỉnh Lai Châu đã triển khai thực hiện 4 xã nông thôn mới nâng cao gồm: xã San Thàng (thành phố Lai Châu), xã Phúc Khoa (huyện Tân Uyên), xã Pha Mu (huyện Than Uyên) và xã Bản Bo (huyện Tam Đường).

Giai đoạn 2021-2025 tỉnh Lai Châu dự kiến công nhận 3 huyện đạt chuẩn nông thôn mới, gồm huyện Tam Đường, Than Uyên, Tân Uyên. Phấn đấu đến hết năm 2025, toàn tỉnh có 4 huyện, thành phố hoàn thành nhiệm vụ xây dựng nông thôn mới.

Bên cạnh đó, UBND tỉnh đã ban hành kế hoạch số 4741/KH-UBND ngày 20/12/2022 về triển khai thực hiện chương trình nâng cao chất lượng, hiệu quả thực hiện tiêu chí an ninh, trật tự trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025;

Qua đó, UBND tỉnh cũng đã giao Sở VH&TT&DL, Sở KH&CN, Sở TT&TT, Sở NN&PTNT tham mưu tỉnh kế hoạch thực hiện chương trình phát triển du lịch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới; chương trình khoa học và công nghệ phục vụ xây dựng nông thôn mới; chương trình chuyển đổi số trong xây dựng nông thôn mới, hướng tới nông thôn mới thông minh; chương trình tăng cường bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm và cấp nước sạch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới.

Trong đó, chú trọng nâng cao hiệu quả quản lý và thực hiện xây dựng nông thôn mới theo quy hoạch nhằm nâng cao đời sống kinh tế xã hội gắn với quá trình đô thị hoá; phát triển kinh tế xã hội cơ bản đồng bộ, hiện đại, đảm bảo kết nối nông thôn đô thị và kết nối các miền;

Tiếp tục thực hiện có hiệu quả cơ cấu ngành nông nghiệp, phát triển kinh tế nông thôn, triển khai chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP), phát triển mạnh ngành nghề nông thôn, phát triển du lịch nông thôn, nâng cao hiệu quả của hợp tác xã, nâng cao chất lượng đào tạo nghề nông thôn... góp phần nâng cao thu nhập cho người dân theo hướng bền vững.

Đồng thời, phát huy tối đa hiệu quả, lợi thế đa dạng các vùng sinh thái của tỉnh, hình thành các vùng sản xuất tập trung như: các huyện vùng cao (Phong Thổ, Sìn Hồ, Nậm Nhùn, Mường Tè) tập trung trồng mới, bảo vệ rừng, phát triển du lịch sinh thái rừng, trồng cây dược liệu, phát triển cây cao su, chăn nuôi đại gia súc.

Các huyện vùng thấp (Tam Đường, Tân Uyên, Than Uyên) tập trung phát triển lúa hàng hóa, chè, quế, mở rộng chăn nuôi tập trung với một số trang trại, hợp tác xã nuôi lợn quy mô ngày càng được mở rộng. Tận dụng tiềm năng lợi thế về nguồn nước, khí hậu để phát triển nuôi trồng thủy sản.

Đến nay, toàn tỉnh có 19 hợp tác xã nuôi trồng thủy sản, 1 doanh nghiệp nuôi cá nước lạnh, trong đó có 1 hợp tác xã được cấp giấy chứng nhận VietGAP đối với sản phẩm cá tầm, cá hồi nuôi thương phẩm trên thể tích 7000 m³.

Vùng chè tập trung chất lượng cao tiếp tục được mở rộng phát triển, trồng mới 607 ha, nâng tổng diện tích chè lên 9.447 ha, trong đó có 6.927 ha chè kinh doanh; sản lượng ước đạt 60.000 tấn. Diện tích trồng mới cây ăn quả 533 ha, nâng tổng diện tích cây ăn quả lên 8.220 ha; sản lượng ước đạt 60.000 tấn.

Tổng diện tích cây cao su là 12.980 ha, diện tích đưa vào khai thác mủ 8.488 ha, năng suất ước đạt 10,4 tạ mủ khô/ha/năm; sản lượng ước đạt 8.830 tấn mủ khô. Cây quế được tập trung phát triển, trồng mới 2.023 ha, nâng tổng diện tích quế



Người dân xã Sà Dề Phìn (huyện Sìn Hồ) phát triển vùng chuyên canh cây ăn quả ôn đới nhờ thụ hưởng từ Chương trình Mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới.

lên 10.317 ha. Cây mắc ca trồng mới 942 ha, nâng tổng diện tích mắc ca lên 6.376 ha.

Về chương trình OCOP, tỉnh Lai Châu đặt mục tiêu giai đoạn 2021 - 2025, phấn đấu toàn tỉnh có thêm ít nhất 150 sản phẩm OCOP được công nhận đạt từ 3 sao trở lên, trong đó phấn đấu 2 sản phẩm có tiềm năng đạt 5 sao (từ 90 đến 100 điểm) để nghị Trung ương đánh giá, công nhận sản phẩm OCOP cấp quốc gia.

Năm 2021-2022, tỉnh Lai Châu đã tổ chức đánh giá phân hạng và công nhận thêm được 111 sản, nâng tổng sản phẩm OCOP hiện nay của tỉnh lên 158 sản phẩm, trong đó có 147 sản phẩm 3 sao, 11 sản phẩm 4 sao (trong các sản phẩm 4 sao có 2 sản phẩm tiềm năng 5 sao đã trình Hội đồng Đánh giá phân hạng sản phẩm OCOP Trung ương đánh giá là sản phẩm Trà Ô Long và Trà Đông Phương Mỹ Nhân của Công ty Cổ phần đầu tư phát triển chè Tam Đường).

Trong 6 tháng cuối năm 2023 và đến hết năm 2025, tỉnh Lai Châu tiếp tục phát huy vai trò của Ban Chỉ đạo chương trình mục tiêu quốc gia trong lãnh đạo, chỉ đạo tổ chức triển khai thực hiện có hiệu quả các nội dung, nhiệm vụ của Chương trình Mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới; củng cố, phát huy hiệu quả hoạt động của các tổ chuyên môn giúp việc Ban chỉ đạo.

Bên cạnh đó, tỉnh còn đẩy mạnh công tác tuyên truyền, giáo dục, nâng cao nhận thức và trách nhiệm của các cấp, các ngành và toàn xã hội, nhất là người dân nhằm tạo sự chuyển biến mạnh mẽ về nhận thức và hành động trong xây dựng nông thôn mới; phát huy mạnh mẽ truyền thống đoàn kết, tinh thần “tương thân, tương ái”. Khơi dậy ý chí tự lực tự cường của nhân dân, chủ động vươn lên thoát nghèo.

Đổi mới, đa dạng hóa nội dung, hình thức tuyên truyền, phổ biến chính sách dân tộc. Nhân rộng cách làm

hay, mô hình điểm trong quản lý, chỉ đạo thực hiện, các điển hình tiên tiến và phát huy vai trò của người có uy tín trong đồng bào dân tộc thiểu số tham gia phát triển kinh tế xã hội, củng cố khối đại đoàn kết toàn dân tộc, thực hiện tốt quy chế dân chủ ở cơ sở, tôn vinh tập thể, cá nhân xuất sắc điển hình tiên tiến.

Xác định xây dựng nông thôn mới là quá trình liên tục, lâu dài nên trong thời gian tới, Lai Châu tiếp tục đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng kinh tế xã hội nông thôn, nhất là hệ thống giao thông nông thôn, đường nội đồng, thủy lợi, điện, nước sinh hoạt và vệ sinh môi trường nông thôn;

Đẩy mạnh phát triển y tế, giáo dục, văn hóa, xã hội, môi trường; thực hiện chính sách thu hút, kêu gọi doanh nghiệp đầu tư, ưu tiên đối với lĩnh vực nông nghiệp và lĩnh vực phi nông nghiệp có sử dụng nhiều lao động; đẩy mạnh công tác đào tạo nghề để giải quyết việc làm cho lao động nông thôn.



Đường liên bản, liên xã của thành phố Lai Châu được nhựa hoá.

Bắc Giang:

LỤC NGẠN PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM OCOP THEO CHUỖI GIÁ TRỊ PHÙ HỢP VỚI LỢI THỀ

● ĐÀO HIỆP

Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) triển khai và thực hiện tại huyện Lục Ngạn, tỉnh Bắc Giang đã mang lại những hiệu quả thiết thực, thúc đẩy sản xuất phát triển, nâng cao thu nhập cho người dân. Bên cạnh đó, chương trình còn góp phần hoàn thành Chương trình Mục tiêu quốc gia về xây dựng nông thôn mới trên địa bàn huyện.



KẾT NỐI



Vải thiều Lục Ngạn - đặc sản nổi tiếng thơm ngon của tỉnh Bắc Giang có đóng góp quan trọng cho sự phát triển kinh tế - xã hội tại huyện vùng cao Lục Ngạn.



31 SẢN PHẨM OCOP “3 SAO”

Đến nay toàn huyện Lục Ngạn có 31 sản phẩm OCOP được Chủ tịch UBND tỉnh cấp giấy chứng nhận đạt 3 sao trở lên (trong đó 20 sản phẩm đạt 3 sao; 11 sản phẩm đạt 4 sao, 1 sản phẩm vải thiều Lục Ngạn của hợp tác xã (HTX) sản xuất và kinh doanh dịch vụ tổng hợp Hồng Xuân đang thực hiện đánh giá sản phẩm OCOP 5 sao cấp quốc gia) của 15 chủ thể (gồm 2 doanh nghiệp, 13 HTX), vượt kế hoạch các năm đề ra từ 4 - 5 sản phẩm.

Các sản phẩm đã được đánh giá, phân hạng đã có chất lượng, bao bì, nhãn mác, tem truy xuất nguồn gốc và được kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu về an toàn vệ sinh thực phẩm, nhằm tăng sức cạnh tranh của sản phẩm khi tung ra thị trường.

Điều rất phấn khởi là sau khi sản phẩm được công nhận đạt OCOP, việc sản xuất, tiêu thụ sản phẩm của các chủ thể ngày càng thuận lợi hơn do hàng hóa đã đạt tiêu chuẩn vào các cơ sở kinh doanh, kể cả các kênh bán hàng hiện đại như siêu thị, hệ thống thực phẩm sạch, cửa hàng tiện lợi, sàn thương mại điện tử như Voso, Postmart, Sendo... đưa doanh thu và lợi nhuận tăng lên.

Chương trình OCOP được nhận định là hướng đi đúng trong phát triển sản xuất sản phẩm nông sản hàng hóa theo chuỗi giá trị, trên cơ sở phát huy nội lực của các chủ thể và lợi thế địa phương, đưa nông dân chủ động hội nhập và tiếp cận thị trường. Qua đó góp phần cải thiện đời sống vật chất, tinh thần khu vực nông thôn và nâng cao chất lượng Chương trình mục tiêu Quốc gia xây dựng nông thôn mới.

Để đạt được những kết quả tích cực trong thực hiện Chương trình OCOP, UBND huyện đã tích cực tuyên truyền, triển khai chương trình đến các cơ quan, đơn vị, các xã, thị trấn, các doanh nghiệp, hợp tác xã và các cơ sở sản xuất; đồng thời phối hợp với Chi cục Phát triển



nông thôn tỉnh, Liên minh HTX tỉnh, Hội Nông dân tỉnh tổ chức các lớp tập huấn cho các hộ sản xuất, HTX... trên địa bàn về Chương trình OCOP, hướng dẫn xây dựng phương án sản xuất, kinh doanh, đăng ký tham gia chương trình.

Bên cạnh đó, UBND huyện đã chỉ đạo các cơ quan chuyên môn phối hợp với Sở Công Thương, Sở NN&PTNT của tỉnh, Trung tâm Văn hóa Thông tin và Thể thao huyện... tổ chức trưng bày các sản phẩm OCOP, giới thiệu sản phẩm tại các chương trình, sự kiện lớn của tỉnh, huyện như: SEA Games 31 - Nhà thi đấu thể thao tỉnh Bắc Giang; Hội thảo “Nâng cao chất lượng các sản phẩm OCOP tỉnh Bắc Giang năm 2022”;

Gian hàng dành cho công nhân lao động gắn với cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; Đăng ký gian hàng tại Tuần lễ du lịch tỉnh Bắc Giang năm 2023; trưng bày tại Hội chợ cam bưởi và các sản phẩm đặc trưng của huyện Lục Ngạn và các hội nghị xúc tiến thương mại vải thiều, cam bưởi của huyện, tỉnh tổ chức...

ĐẨY MẠNH PHÁT TRIỂN NÔNG NGHIỆP CÔNG NGHỆ CAO

Huyện Lục Ngạn luôn xác định mục tiêu phát triển sản phẩm OCOP nhằm khơi dậy tiềm năng, lợi thế khu vực nông thôn, nâng cao thu nhập cho

người dân; cơ cấu phát triển ngành nông nghiệp gắn với phát triển tiểu thủ công nghiệp, ngành nghề, dịch vụ và du lịch nông thôn.

Đồng thời thúc đẩy kinh tế nông thôn phát triển bền vững, trên cơ sở tăng cường ứng dụng khoa học và công nghệ, chuyển đổi số, bảo tồn các giá trị văn hóa, quản lý tài nguyên, bảo tồn đa dạng sinh học, cảnh quan và môi trường... góp phần xây dựng nông thôn mới của huyện vào chiều sâu, hiệu quả và bền vững.

Phấn đấu đến năm 2025, toàn huyện có ít nhất 50 sản phẩm OCOP trong đó, phát triển mới 20 sản phẩm, đánh giá lại 22 sản phẩm, nâng hạng sao 8 sản phẩm; đạt OCOP 3 sao từ 15-20 sản phẩm, đạt OCOP 4 sao từ 33- 34 sản phẩm, 5 sao là 1-2 sản phẩm.

Mỗi năm, trung bình tăng thêm từ 6-7 sản phẩm; số lượng chủ thể sản xuất có sản phẩm OCOP được công nhận (doanh nghiệp, HTX, cơ sở sản xuất) từ 15-20 chủ thể. Có ít nhất 40% sản phẩm OCOP qua sơ chế, chế biến, chế biến sâu; khoảng 80% sản phẩm OCOP sản xuất ứng dụng công nghệ cao, sản phẩm đạt các chứng nhận chất lượng (ISO; HACCP; VietGap; GlobalGap, GMP...); 90% sản phẩm OCOP tham gia vào các kênh bán hàng hiện đại (siêu thị, cửa hàng tiện lợi, sàn thương mại điện tử...); ít nhất 50% sản phẩm OCOP của làng nghề, làng nghề truyền thống.

Ngoài ra, có từ 30 - 33 sản phẩm OCOP được hỗ trợ nâng cấp, hoàn thiện sản phẩm (tem nhãn, giải pháp truy xuất nguồn gốc, bao bì, quản lý nhãn hiệu, website, kiểm nghiệm, quy trình quản lý chất lượng, xúc tiến thương mại...).

Trong giai đoạn 2023 - 2025, huyện Lục Ngạn tổ chức sản xuất gắn với phát triển vùng nguyên liệu đặc trưng của địa phương. Ưu tiên đầu tư hợp lý cơ sở hạ tầng vùng nguyên liệu, dựa trên lợi thế về điều kiện tự nhiên, văn hóa, tập quán sản xuất



Quang cảnh khang trang, sạch đẹp ở huyện Lục Ngạn.

của người dân khu vực nông thôn thích ứng với biến đổi khí hậu, góp phần phát triển bền vững; tăng cường liên kết bền vững, khả năng truy xuất nguồn gốc giữa chủ thể sản xuất sản phẩm OCOP với vùng nguyên liệu...

Chuẩn hóa quy trình, tiêu chuẩn và phát triển sản phẩm OCOP theo chuỗi giá trị, phù hợp với lợi thế về điều kiện sản xuất và yêu cầu thị trường. Trong đó, đẩy mạnh chuẩn hóa sản phẩm gắn với lợi thế và điều kiện của từng địa phương, bao gồm: các đặc sản, sản phẩm truyền thống gắn với lợi thế về điều kiện sản xuất, giá trị văn hóa địa phương, đặc biệt là sản phẩm các làng nghề, làng nghề truyền thống, dịch vụ du lịch nông thôn.

Bên cạnh đó, huyện cũng tập trung phát triển sản phẩm OCOP theo 6 nhóm, ưu tiên các sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ đặc sắc, truyền thống và có lợi thế ở mỗi địa phương, theo hướng phát huy nội lực (trí tuệ sáng tạo, lao động, nguyên liệu, văn hóa địa phương...);

Gia tăng giá trị, gắn với phát triển cộng đồng; tăng cường nâng cao năng lực cho chủ thể OCOP về năng lực cộng đồng và tinh thần hợp tác; đổi mới hình thức tổ chức sản xuất, kỹ năng quản trị; đổi mới, sáng tạo sản phẩm; quản lý chất lượng, an toàn thực phẩm;

Kỹ năng về thiết kế bao bì, ghi nhãn và mẫu mã sản phẩm; xác lập quyền sở hữu trí tuệ, truy xuất nguồn gốc theo chuỗi giá trị. Nâng cao hiệu quả hoạt động của hợp tác xã, doanh nghiệp nhỏ và vừa, gắn với chuỗi liên kết giá trị sản phẩm OCOP.

Đồng thời, đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối cung - cầu cho sản phẩm OCOP thông qua các hội chợ, triển lãm, quảng bá, giới thiệu sản phẩm OCOP thường niên gắn với văn hóa cấp tỉnh... Thúc đẩy tiêu dùng sản phẩm OCOP gắn với thị trường du lịch trọng điểm; tăng cường bảo hộ xác lập quyền sở hữu trí tuệ, xây dựng thương hiệu, nâng cao hình ảnh, khả năng nhận diện và giá trị sản phẩm OCOP trên thị trường;

Thí điểm và nhân rộng mô hình điểm bán hàng sản phẩm OCOP, ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số nhằm thúc đẩy hiệu quả chương trình xúc tiến thương mại sản phẩm OCOP; kết nối, hình thành và vận hành không gian thương hiệu sản phẩm đặc sản địa phương. Xây dựng hệ thống phân phối phù hợp, từng bước thiết lập hệ thống giới thiệu và bán sản phẩm OCOP gắn với các sản phẩm quà tặng, sản phẩm đặc sản địa phương...

Về Chương trình Mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới trên địa bàn huyện Lục Ngạn năm 2023, một trong những nhiệm vụ trọng tâm

mà huyện quan tâm thực hiện đó là phát triển sản xuất gắn với cơ cấu lại ngành nông nghiệp, nâng cao thu nhập, giảm nghèo bền vững cho người dân.

Trong đó, tiếp tục ưu tiên thúc đẩy hỗ trợ phát triển các vùng sản xuất tập trung quy mô lớn, cơ giới hóa đồng bộ gắn với mô hình liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị, chú trọng phát triển nông nghiệp sạch, nông nghiệp hữu cơ, an toàn, nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, nông nghiệp sinh thái theo hướng kinh tế tuần hoàn, ứng dụng chuyển đổi số trong nông nghiệp gắn với áp dụng quy trình kỹ thuật chuẩn, cấp mã vùng sản xuất và truy xuất nguồn gốc...

Tập trung hỗ trợ xây dựng thương hiệu sản phẩm, tem nhãn, bao bì, truy xuất nguồn gốc sản phẩm hàng hóa tạo sự khác biệt để nâng cao giá trị cho các sản phẩm chủ lực, đặc trưng, tiềm năng và sản phẩm tham gia chương trình OCOP.

Trong năm 2023, huyện Lục Ngạn phấn đấu có thêm 2 xã đạt chuẩn nông thôn mới, lũy kế toàn huyện là 18/28 xã; thêm 1 xã đạt chuẩn nông thôn mới nâng cao, lũy kế toàn huyện là 4 xã, đạt 13,79%. Nhân rộng kết quả thực hiện mô hình điểm thôn nông thôn mới kiểu mẫu để các địa phương học tập; đẩy nhanh tiến độ đối với xã phấn đấu đạt chuẩn nông thôn mới; nâng cao chất lượng tiêu chí đối với các xã đã đạt chuẩn để phấn đấu xã đạt nông thôn mới nâng cao, nông thôn mới kiểu mẫu...

Trong giai đoạn tới, huyện Lục Ngạn sẽ tiếp tục phát huy những kết quả đã đạt được, phấn đấu hoàn thành các tiêu chí, đặc biệt là xây dựng nông thôn mới tại các xã còn lại trên địa bàn. Mục tiêu chung của huyện sẽ là xây dựng nông thôn mới có kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội từng bước theo hướng hiện đại.



TAM ĐƯỜNG KHỞI SẮC

● MẠNH HIỆP

Từ huyện vùng cao đầy khó khăn của tỉnh Lai Châu, đến nay Tam Đường đã trở thành một trong những huyện dẫn đầu, có nhiều tiềm năng phát triển của tỉnh. Bức tranh nông thôn của huyện Tam Đường có nhiều đổi mới, khởi sắc. Đảng bộ, chính quyền và nhân dân Tam Đường đang phấn đấu để huyện đạt chuẩn nông thôn mới theo lộ trình đã đề ra, quyết tâm phát triển kinh tế nhanh và bền vững.



KẾT NỐI

Tính hết đến năm 2022, toàn huyện có 8/12 xã đạt chuẩn nông thôn mới, bình quân đạt 17 tiêu chí/xã. Nhiều xã đã hình thành các mô hình chuyển đổi cơ cấu cây trồng vật nuôi theo hướng sản xuất hàng hóa tập trung có giá trị kinh tế cao, bền vững; an ninh nông thôn, trật tự an toàn trên địa bàn được bảo đảm...

Để đạt được mục tiêu huyện đề ra, chính quyền các cấp tập trung lãnh đạo, chỉ đạo làm tốt công tác tuyên truyền, quán triệt, triển khai các văn bản của Trung ương, của tỉnh và huyện về xây dựng nông thôn mới đến toàn thể cán bộ, đảng viên và nhân dân;

Huy động sức mạnh của cả hệ thống chính trị từ huyện đến xã, bản hướng ứng, tham gia xây dựng nông thôn mới; chú trọng đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực quản lý, chỉ đạo điều hành, tổ chức triển khai thực hiện nhiệm vụ; phát huy vai trò, trách nhiệm của cán bộ, công chức, viên chức từ huyện đến xã, bản, phát huy tính chủ động, năng động, linh hoạt, sáng tạo trong tổ chức triển khai thực hiện nhiệm vụ.

Cơ sở hạ tầng tiếp tục được quan tâm đầu tư đặc biệt là hạ tầng phục vụ sản xuất như đường giao thông, thủy lợi, nước sinh hoạt... Công tác phát triển sản xuất, tạo việc làm mới, nâng cao thu nhập gắn với xóa đói giảm nghèo được quan tâm;



Một góc của Thị trấn Tam Đường hôm nay.

công tác giáo dục đào tạo, y tế, chăm sóc sức khỏe cho người dân, xây dựng đời sống văn hóa ở khu dân cư được đẩy mạnh.

Xây dựng nông thôn mới có kết cấu hạ tầng kinh tế xã hội từng bước hiện đại; cơ cấu kinh tế và các hình thức tổ chức sản xuất hợp lý, gắn nông nghiệp với phát triển nhanh công nghiệp, dịch vụ; gắn phát triển nông thôn với đô thị theo quy hoạch; xã hội nông thôn dân chủ, ổn định, giàu bản sắc văn hóa dân tộc, môi trường sinh thái được bảo vệ; an ninh trật tự được giữ vững, đời sống vật chất và tinh thần của người dân càng được nâng lên.

Triển khai đồng bộ 19 tiêu chí nông thôn mới trên địa bàn các xã theo bộ tiêu chí giai đoạn 2021 - 2025, tiếp tục duy trì và nâng cao chất lượng các tiêu chí, tập trung đầu tư cơ sở hạ tầng nông thôn và đẩy mạnh phát triển sản xuất theo hướng liên kết.

Cụ thể, phấn đấu bình quân tiêu chí đạt 17,9 tiêu chí/xã; riêng xã Sơn Bình cơ bản hoàn thành 19 tiêu chí. Đối với các xã còn lại phấn đấu bình quân mỗi xã tăng ít nhất 4 tiêu chí/năm; thu nhập bình quân đầu người đạt trên 42 triệu đồng/năm; mức giảm tỷ lệ hộ nghèo 5,6%; đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội,

hoàn thiện hệ thống giao thông, thủy lợi, điện phục vụ cho sinh hoạt và sản xuất;

Các công trình phục vụ việc chuẩn hóa về y tế, giáo dục, văn hoá, thể thao trên địa bàn xã theo quy hoạch; tổ chức, hướng dẫn, hỗ trợ nhân dân thực hiện tốt các nội dung về phát triển văn hóa xã hội, môi trường, bảo đảm an ninh trật tự ở nông thôn;

Hỗ trợ các xã đạt chuẩn về giáo dục, y tế, văn hóa, thể dục thể thao; xây dựng nếp sống văn minh, phát huy các truyền thống văn hóa tốt đẹp; bảo vệ môi trường, xây dựng xóm làng xanh, sạch, đẹp; tập trung nguồn lực để tổ chức hiện các tiêu chí nông thôn mới.

Cùng với việc đẩy mạnh xây dựng nông thôn mới, huyện Tam Đường sẽ phát triển nông nghiệp theo hướng sản xuất hàng hóa, gắn với định hướng sản phẩm chủ lực, sản phẩm lợi thế của địa phương; thực hiện chuỗi liên kết sản xuất, bao tiêu sản phẩm trong sản xuất nông nghiệp trên địa bàn, tăng sức cạnh tranh trên thị trường...

Phát huy tiềm năng, thế mạnh của địa phương, những năm qua, huyện Tam Đường tích cực triển khai, thực hiện Chương trình “Một xã một sản phẩm” (OCOP). Qua đó, góp phần quảng bá sản phẩm, mở rộng thị trường tiêu thụ, nâng cao giá trị hàng nông sản, thúc đẩy kinh



Miến dong Bình Lư đã đạt sản phẩm OCOP 3 sao. Tuy vậy, người dân vẫn tiếp tục nghiên cứu để sản xuất ra sản phẩm ngày càng đạt chất lượng cao hơn.

tế của địa phương ngày một phát triển.

Hiện trên địa bàn huyện Tam Đường có 9 sản phẩm được công nhận OCOP. Trong đó có 4 sản phẩm tăng giá trị, doanh thu hàng năm từ 10-30% sau khi được công nhận sản phẩm OCOP, gồm miến dong, chanh leo, chắt chéo và chuối tươi; 5 sản phẩm không tăng doanh thu, giá trị gia tăng hàng năm sau công nhận do còn một số nguyên nhân khách quan và chủ quan khác nhau, gồm cá tầm, cá hồi, bộ bàn ghế mây, mật ong và trà cổ thụ.

Các sản phẩm OCOP chủ yếu là các sản phẩm đặc sản, đặc trưng, truyền thống của địa phương, các chủ thể

đã chủ động quan tâm đến chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm, có truy xuất nguồn gốc, bao bì nhãn mác theo xu hướng thị trường tiêu dùng và theo quy định.

Các sản phẩm bước đầu đã khơi dậy tiềm năng, thế mạnh về sản vật, vùng nguyên liệu và tạo việc làm cho nhiều lao động địa phương. Các chủ thể đã thấy được lợi thế, cơ hội để phát triển và khai thác giá trị sản phẩm gắn với nét văn hóa truyền thống và điều kiện tự nhiên, góp phần chuyển đổi sản xuất theo hướng tăng quy mô gắn với chuỗi giá trị, nâng cao thu nhập cho người dân nông thôn, đặc biệt là vùng đồng bào dân tộc thiểu số.

Trong năm 2023, huyện Tam Đường dự kiến nâng hạng cho một sản phẩm miến dong từ 3 sao lên 4 sao. Và trong thời gian tới, huyện tiếp tục đẩy mạnh tuyên truyền đến các chủ thể kinh tế và người dân về tầm quan trọng và ý nghĩa của Chương trình OCOP.

Bên cạnh đó, tăng cường công tác tham mưu tổ chức tập huấn cho cán bộ quản lý, chủ thể thực hiện chương trình; xây dựng hệ thống chỉ đạo, thực hiện Chương trình OCOP; đẩy mạnh ứng dụng khoa học - công nghệ trong sản xuất, chế biến nguyên liệu và quản lý chất lượng sản phẩm.



Diện mạo nông thôn của xã Bản Hòn đã và đang có nhiều sự đổi thay.



KẾT NỐI

Thơm ngon thực phẩm chay Diệu Linh

● NGUYỄN NHUNG



KẾT NỐI

Tây Ninh là vùng đất thuộc miền Đông Nam Bộ, có nhiều di tích lịch sử, văn hóa và danh thắng, có khí hậu ôn hòa, nắng nhiều quanh năm... cùng với các món ăn đặc sản được nhiều người biết đến như: bánh canh, bánh trắng phơi sương, măng cầu (quả na), thức ăn chay.

Là một doanh nghiệp có tiếng tại địa phương, Công ty TNHH Thực phẩm chay Diệu Linh đặt tại số 114, tổ 4, ấp Ninh Hòa, xã Bàu Năng, huyện Dương Minh Châu, Tây Ninh chuyên sản xuất và kinh doanh các loại bánh trắng - thực phẩm chay cao cấp theo công thức gia truyền kết hợp với máy móc hiện đại, với nguồn nguyên liệu tự nhiên cao cấp, tinh khiết, tiết trùng ở nhiệt độ cao, bảo đảm chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm. Đặc biệt, doanh nghiệp sản xuất sản phẩm theo đặt hàng phù hợp với khẩu vị từng vùng, miền trong cả nước.

Để làm ra được một chiếc bánh trắng phơi sương ngon thì quan trọng nhất là việc chọn nguyên liệu. Gạo làm bánh phải là gạo mới, gạo ngon và không được pha trộn. Sau khi xay gạo xong bỏ thêm một lượng muối vừa phải tạo vị mặn cho bánh chứ không thêm đường như các bánh trắng thường khác. Bánh trắng chay của thực phẩm chay Diệu Linh thường được tráng đến hai lớp. Bánh vừa chín còn ướt sẽ được đem ra ngoài nắng phơi cho khô để chuẩn bị cho công đoạn tiếp theo.

Nướng bánh là công đoạn quan trọng tạo nên màu sắc đặc trưng của bánh trắng phơi sương. Bánh trắng sau khi phơi khô đem vào nướng ở

Công ty TNHH Thực phẩm chay Diệu Linh (Tây Ninh) chuyên sản xuất và kinh doanh các loại bánh trắng, thực phẩm chay cao cấp theo công thức gia truyền kết hợp với máy móc hiện đại, nguồn nguyên liệu tự nhiên, bảo đảm chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm.

một chiếc lò nướng đặc biệt được sử dụng nhiên liệu đốt bằng vỏ đậu phộng. Điểm đặc biệt lưu ý là bánh không được nướng quá chín và quá phồng nên chỉ nướng sơ trên mặt lửa cho đến khi thấy bánh nổi những “hạt bong bóng” nhỏ trên mặt và ngả sang màu trắng đục thì dừng lại. Lò nướng bánh trắng làm khá đơn giản từ cái trã nhôm (nồi đáy tròn dùng để nấu rượu) đặt nghiêng, người thợ nhanh tay xoay cho cái bánh trắng chín phồng đều cả hai mặt mà vẫn trắng không bị cháy.

Bánh nướng xong đem phơi sương vào khoảng tờ mờ sáng hoặc từ đêm. Bánh trắng sau khi nướng xong được xếp lên giàn và chờ đến sáng hôm sau, lúc sương xuống thì đem ra phơi. Chỉ phơi bánh trong

khoảng thời gian ngắn, nếu phơi lâu sẽ bị mềm, ẩm ướt và không ngon.

Đây là công đoạn quyết định thành công của bánh trắng, vì thế đòi hỏi người làm bánh phải có chút công phu và chịu khó. Người phơi bánh phải “thức” cùng bánh, đợi bánh vừa thấm sương đủ mềm là xếp lại, bỏ vào trong bao, lót lá chuối để giữ độ mềm, xốp. Bánh trắng phơi sương không giữ được lâu và phải dùng ngay trong khoảng 1 tuần.

Khi ăn, người ta bóc ra một tấm bánh trắng, đặt lên chiếc đĩa, lần lượt xếp vào từng loại rau, dưa... mình ưa thích tùy theo khẩu vị. Thực phẩm chay Diệu Linh với sứ mệnh đem đến cho người tiêu dùng một nguồn thực phẩm chay đa dạng, phong phú và bảo đảm chất lượng an toàn tuyệt đối, giá cả tốt nhất.

Đối với thực phẩm chay Diệu Linh, việc cung cấp, đem lại những thực phẩm chay đa chủng loại, chất lượng tốt nhất là mục tiêu hàng đầu để phục vụ đáp ứng đầy đủ mọi nhu cầu của khách hàng về nguồn thực phẩm chay dinh dưỡng, an toàn: thực phẩm chay khô, thực phẩm chay tiết trùng...

Tất cả những thực phẩm được đưa đến tay người tiêu dùng đều là những sản phẩm chất lượng, an toàn và sản xuất theo quy trình tiêu chuẩn chất lượng sạch tại Việt Nam.



Chùa Giồng Kè

Di tích cần tôn tạo bảo tồn

● ANH VÕ

Những yếu tố thiên nhiên, văn hoá, lịch sử đã tạo cho Kiên Giang nét đặc thù riêng, được Chính phủ quy hoạch là một trong số những khu vực trọng điểm ưu tiên phát triển du lịch của cả nước.

Chùa Giồng Kè (xã Bình Giang, huyện Hòn Đất, tỉnh Kiên Giang) là một di tích được xây dựng cách đây hàng trăm năm. Trải qua thời gian, ngôi chùa đã xuống cấp cần được tu bổ tôn tạo. Việc trùng tu lại Chánh điện chùa Giồng Kè bị xuống cấp theo thời gian là việc làm cấp thiết, góp phần bảo tồn và giữ gìn bản sắc văn hóa truyền thống tốt đẹp của dân tộc mình. Sự phát tâm thiện lành từ chư tăng, Phật tử và mạnh thường quân gần xa sẽ giúp cho việc tôn tạo chánh điện này sớm hoàn thiện.

Với tâm nguyện bảo tồn di tích để nơi đây là nơi sinh hoạt tín ngưỡng cho các sư tăng, Phật tử, là sản phẩm văn hóa tiêu biểu được kết tinh từ

Trên bản đồ du lịch Kiên Giang, có khá nhiều địa danh du lịch hấp dẫn, bao gồm các di chỉ văn hóa, những dòng sông, bãi biển, rừng tràm, hang động, đồi núi thật thơ mộng, hữu tình. Các đình chùa, lăng tẩm, có niên đại hàng trăm năm. Nhiều danh thắng đã trở nên quen thuộc với du khách trong và ngoài nước, là niềm tự hào của mỗi người Kiên Giang.

bàn tay khéo léo, đầy sức sáng tạo của người Khmer. Chùa không chỉ là biểu hiện của tinh thần mộ đạo, phản ánh tiến trình phát triển của lịch sử Phật giáo Khmer Nam Bộ, mà còn là hiện thân của tâm hồn những người nông dân Khmer chất phác, thật thà thân thiện.

Vừa qua, trụ trì chùa Giồng Kè đã cùng Chủ tịch Hội Đoàn kết sư sãi yêu nước tỉnh; Hòa thượng Trần Phương - Chủ tịch Hội Phật giáo tỉnh; Chủ tịch Hội Phật giáo huyện Kiên Lương - Hà Tiên - Giang Thành, cùng chư tăng trụ trì các chùa, Ban Quản trị chùa, đại diện chính quyền địa phương và bà con Phật tử, chính thức khởi công xây dựng trùng tu tôn tạo lại Chánh điện ngôi chùa. Tại buổi lễ Ban đạo từ, Hòa thượng Danh Đồng nhấn mạnh chánh điện là nơi trang nghiêm và linh thiêng đối với tất cả các chùa, để chư tăng làm lễ, hành tăng sự và Phật tử về tu tập trong những ngày lễ lớn.

Chùa Giồng Kè được tôn tạo, trùng tu khá nhiều các hạng mục công trình để ngày càng hoàn thiện, nhưng trên tổng thể vẫn được kế thừa từ quá khứ, vì thế chùa không



làm mất đi giá trị truyền thống vốn có đã từng tồn tại, mặc dù có thay đổi nhiều về chất liệu.

Từ đó, khẳng định chùa Giồng Kè vẫn thể hiện được nét đẹp xưa, làm nổi bật được sắc thái văn hóa riêng của đồng bào người Khmer, gây được sự chú ý, quan tâm sâu sắc của cấp ủy, chính quyền và ngành chức năng của địa phương. Chính điều này đã làm cho Giồng Kè dần trở thành một điểm tham quan hấp dẫn, không thể thiếu trong các tour du lịch của tỉnh Kiên Giang.

“Một cây làm chẳng nên non” nhà chùa xin trân trọng ghi nhận sự công đức của mỗi cộng đồng, các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân trên địa bàn tỉnh để ngôi chùa sớm hoàn thiện

Việc xây dựng, tu bổ, tôn tạo chùa Giồng Kè nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa, lịch sử, giáo dục truyền thống, góp phần phát triển du lịch văn hóa tâm linh gắn với du lịch sinh thái trên địa bàn tỉnh Kiên Giang.



Ngôi chùa hơn 100 năm tuổi ở miền Tây

● VÕ HOÀNG



KẾT NỐI

Được xây dựng từ năm 1573, chùa Buppharam (còn gọi là chùa Hoa) tọa lạc tại xã Hưng Hội, huyện Vĩnh Lợi, tỉnh Bạc Liêu, cách trung tâm TP Bạc Liêu khoảng 7 km là một trong những ngôi chùa Khmer lâu đời nhất của tỉnh hiện nay.

Chùa Buppharam được người dân địa phương gọi là chùa Chót. Bởi theo tuyến đường giao thông từ trung tâm Bạc Liêu đi vào xã Hưng Hội, có 3 ngôi chùa Khmer thì chùa này nằm ở vị trí cuối. Chùa được đặt theo tên của vị Thượng tọa sáng lập chùa.

Trong khuôn viên chùa có một công trình bằng gỗ hầu như còn nguyên vẹn, được xem là hiếm có hiện nay, đó là ngôi Sala (giảng đường). Công trình này xây dựng từ năm 1915, tức đã hơn 100 năm tuổi.



Thượng tọa Tăng Sa Vong.

Thượng tọa Tăng Sa Vong, Trụ trì chùa cho biết, cây gỗ làm Sala có nhiều loại như cẩm lai, cẩm xe, thao lao... được chuyển từ Campuchia về. Các thợ đục đẽo, ráp lại thành ngôi Sala.

Được xây dựng theo kiến trúc nhà sàn của người Khmer cổ, giảng đường Sala có kích thước dài 21m, rộng 10m, cao hơn 10m. Được nâng đỡ trên hàng trăm cột gỗ cây cẩm xe to gần bằng thân người lớn. Những người thợ xưa đã khéo léo đục, gắn kết hàng trăm cây cà chắc lớn, tạo nên sự vững chắc về kết cấu. Vách, sàn đều được lót bằng gỗ thao lao.

Xung quanh, mỗi góc cột, mái được trang trí bằng gỗ điêu khắc hoạ tiết hình tượng chim thần Krut đang



nâng mái ngói. Đây là loài vật hung dữ nhưng có tình cảm với Phật pháp, kiểu phổ biến cho kiến trúc của chùa Khmer cổ xưa đặc trưng. Tất cả đều được đặt mua từ Cao Miên (Campuchia ngày nay), chở về Bạc Liêu bằng đường biển, riêng mái ngói được đặt mua ở Đồng Nai.

Những viên ngói âm dương mang dấu ấn riêng biệt của kiến trúc Nam Bộ xưa. Đến nay, mái ngói vẫn được bảo tồn nguyên vẹn, chưa phải thay viên ngói nào. Trên mặt, một lớp rêu xanh dày phủ kín vì thời gian.

Tầng trên hàng ngày vẫn là nơi dạy học cho các tăng sinh. Sức chứa của giảng đường lên đến hàng trăm người cùng lúc. Ở tầng này, có một dấu tích đặc biệt ít người được biết, đó là vết xém to bằng hai bàn tay, dấu ấn của một lần suýt nữa giảng đường bị giặc đốt.

Được biết, năm 1945, quân Pháp xông vào chùa đốt giảng đường vì nghi ngờ nơi đây chứa Việt Minh. Một cán bộ Việt Minh là người Khmer đã vận động bà con đấu lý với chúng, ngăn cản, dập tắt nhóm lửa. Giặc rút lui, ngôi Sala được giữ. Dấu lửa cháy xém đến nay vẫn còn như một minh chứng thời gian, lưu giữ những thời khắc bi hùng của lịch sử.

Tháng 8/2017, chùa đã được UBND tỉnh Bạc Liêu phê duyệt và công bố đưa vào danh mục di tích lịch sử, di tích kiến trúc nghệ thuật và danh lam thắng cảnh trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2017 – 2020.

Tết Chôl Chnăm Thmây là dịp lễ hội lớn nhất trong năm của đồng bào dân tộc Khmer. Phần lớn Tết được diễn ra tại chùa với nhiều nghi thức tín ngưỡng Phật giáo Nam tông gắn với các hoạt động văn hóa, thể thao, trò chơi dân gian.

Để chuẩn bị cho Tết cổ truyền Chôl Chnăm Thmây, Ban quản trị và các vị sư sãi đều tất bật, từ việc dọn dẹp, trang trí khuôn viên chùa cho đến làm các loại bánh dân gian, luyện tập các tiết mục văn nghệ để đồng bào Phật tử thường thức khi đến làm lễ tại đây.



Để góp phần tạo nên mùa Tết cổ truyền đầm ấm cho bà con đồng bào, cán bộ, chiến sĩ công an tỉnh cũng đã hỗ trợ trong việc vận chuyển nguyên vật liệu giúp nhà chùa sửa chữa lại khuôn viên, tạo cảnh quan để bà con có nơi để sinh hoạt, cúng bái tổ tiên, ông bà. Qua đó, càng thắt chặt hơn nữa mối quan hệ giữa lực lượng công an và đồng bào dân tộc Khmer, góp phần để Tết cổ truyền Chôl Chnăm Thmây diễn ra trong an ninh, an toàn và gìn giữ được bản sắc văn hóa vốn có.

Thượng tọa Tăng Sa Vong - Trụ trì chùa Buppharam chia sẻ, nhà chùa đã thông báo với đồng bào, Phật

tử về việc sắp xếp, tổ chức Tết Chôl Chnăm Thmây năm nay, thực hiện nghiêm văn bản chỉ đạo của UBND tỉnh. Sau 2 năm hạn chế tổ chức do dịch bệnh, năm nay nhà chùa sẽ tổ chức lại các nghi lễ, các phần trò chơi dân gian, buôn bán, văn nghệ...

“Khi người dân đến thắp nhang, chùa sẽ bố trí hợp lý, không tập trung quá đông người dân trong cùng một thời điểm, bảo đảm vấn đề an ninh, trật tự”, Thượng tọa Tăng Sa Vong nói.

Hòa chung không khí, Đảng ủy, lãnh đạo công an tỉnh thường xuyên thành lập các đoàn đến thăm và chúc Tết Hội đoàn kết sư sãi yêu nước, các vị chức sắc và Ban quản trị các chùa Khmer trên địa bàn tỉnh.

Lực lượng công an các cấp đã phối hợp với các ban, ngành chức năng tuyên truyền, vận động các vị chức sắc, chư tăng phát huy hiệu quả phong trào toàn dân bảo vệ an ninh Tổ quốc vùng đồng bào dân tộc; chung tay cùng lực lượng công an trong công tác bảo đảm ANTT, phòng chống tội phạm tại địa bàn dân cư, giúp cho các nghi lễ tôn giáo, các hoạt động văn hóa, lễ hội tại các chùa được diễn ra trong an ninh, an toàn. Đồng thời, góp phần giữ gìn nét đẹp văn hóa đậm đà bản sắc dân tộc của đồng bào Khmer, xây dựng quê hương ngày càng giàu đẹp.





Lãnh đạo Quỹ BTEVN đón nhận 1,5 triệu hộp sữa mà Vinamilk ủng hộ cho Quỹ sữa Vươn cao Việt Nam năm 2023.

VINAMILK VÀ QUỸ SỮA VƯỜN CAO VIỆT NAM KHỞI ĐỘNG

HÀNH TRÌNH NĂM THỨ 15 TẠI QUẢNG NINH

● TIẾN PHAN

Sự kiện có sự tham dự đặc biệt của Đoàn nữ đại biểu Quốc hội khóa XV, lãnh đạo tỉnh Quảng Ninh, Quỹ Bảo trợ trẻ em Việt Nam và Vinamilk.

Tính đến nay, sau 16 năm bền bỉ thực hiện, Quỹ sữa Vươn cao Việt Nam đã trao tặng hơn 42 triệu hộp sữa dinh dưỡng và gửi gắm yêu thương đến cho hơn 500.000 trẻ em trên khắp Việt Nam với tổng giá trị hỗ trợ đến nay đã lên đến 200 tỷ đồng. Có thể nói, đây là một trong

Ngày 14/4/2023 tại huyện Bình Liêu, Quảng Ninh, Vinamilk và Quỹ Bảo trợ Trẻ em Việt Nam đã chính thức khởi động Quỹ sữa Vươn cao Việt Nam năm 2023, năm thứ 16 của chương trình này. Năm 2023, Vinamilk và Quỹ sữa tiếp tục hỗ trợ gần 17.000 trẻ em có hoàn cảnh khó khăn được uống sữa với hơn 1,5 triệu hộp sữa có giá trị tương đương 10 tỷ đồng.

những chương trình chăm sóc dinh dưỡng cho trẻ em có quy mô hỗ trợ lớn nhất cũng như được thực hiện dài hạn, đều đặn hàng năm để tạo ra những cải thiện đáng kể về sức khỏe, thể chất cho trẻ em thông qua dinh dưỡng.

Đại diện trao tặng 1,5 triệu ly sữa cho Quỹ Bảo trợ trẻ em Việt Nam, ông Nguyễn Hạnh Phúc – Chủ tịch HĐQT Công ty Vinamilk cho biết: “Quỹ sữa Vươn cao Việt Nam là một chương trình cộng đồng mà Vinamilk đã tâm huyết thực hiện 16 năm qua.

Ngay trong những giai đoạn khó khăn hay các năm diễn ra đại dịch COVID-19, chương trình này vẫn được công ty ưu tiên thực hiện và nhận được sự quan tâm, đồng hành của rất nhiều lãnh đạo Đảng, Nhà nước, các địa phương, các nghệ sĩ và cộng đồng. Đó cũng chính là điều ý nghĩa nhất của chương trình này, khi thông điệp về sự yêu thương và quan tâm trẻ em đã luôn được tất cả chúng ta nỗ lực và bền bỉ thực hiện”.

Riêng tại Quảng Ninh, đây là năm thứ 13 trẻ em khó khăn tại tỉnh được thụ hưởng sữa từ chương trình, với tổng số lượng ước tính là 600.000 hộp đã được hỗ trợ qua các năm. Quảng Ninh là tỉnh miền núi nằm ở vùng duyên hải, với hơn 80% đất đai là đồi núi. Nơi đây có 22 dân tộc anh em cùng chung sống, trong đó, nhiều nhất là dân tộc Dao, Tày, Sán Dìu, Sán Chay, Hoa, Mường... tập trung chủ yếu ở các huyện miền núi, đặc biệt như huyện Bình Liêu với 95,8% là người dân tộc thiểu số. Tuy có tốc độ tăng trưởng kinh tế khá cao so với mặt bằng chung cả nước nhưng với đặc thù về địa hình và dân cư, các huyện miền núi của



Nhân dịp này, Quỹ Bảo trợ trẻ em Việt Nam đã trao tặng 100 suất học bổng cho các em học sinh có hoàn cảnh khó khăn đã vượt khó vươn lên trong học tập.

tỉnh còn gặp nhiều khó khăn, nên điều kiện chăm sóc dinh dưỡng, sức khỏe cho trẻ em vẫn rất cần được sự quan tâm hỗ trợ.

Chính vì vậy, Quỹ sữa Vươn cao Việt Nam đã quyết định chọn huyện Bình Liêu, tỉnh Quảng Ninh là nơi tổ chức buổi lễ trao sữa đầu tiên trong năm

2023 của chương trình. Tại buổi lễ, gần 400 em học sinh có mặt tại trường tiểu học Húc Động đã đại diện cho 1.600 trẻ em có hoàn cảnh khó khăn, đặc biệt của Quảng Ninh đón nhận 150.000 hộp sữa Vinamilk ADM bổ dưỡng với tổng giá trị khoảng 1 tỷ đồng. Đây là dòng sữa dinh dưỡng được bổ sung DHA và



Hơn 1.600 trẻ em có hoàn cảnh đặc biệt tại Quảng Ninh sẽ được uống sữa miễn phí từ Quỹ sữa Vươn cao Việt Nam.



17 loại vitamin, khoáng chất hỗ trợ các em nhỏ phát triển trí não, chiều cao và tăng cường sức đề kháng với mong muốn các em sẽ có cơ hội phát triển tốt hơn cả về thể chất và trí tuệ.

Sau Quảng Ninh, Quỹ sữa sẽ tiếp tục triển khai trao tặng sữa cho các địa phương trong năm nay như Lạng Sơn, Thanh Hóa, Vĩnh Phúc, Đà Nẵng, Quảng Ngãi, Bình Dương... và 2 thành phố lớn là Hà Nội, TP Hồ Chí Minh.



Các em học sinh tại trường tiểu học Húc Động được các bác sĩ của Vinamilk thăm khám sức khỏe và dinh dưỡng.



Đại diện Vinamilk trao sữa cho các em học sinh trường tiểu học Húc Động và mầm non Vô Ngại trên địa bàn huyện miền núi Bình Liêu, Quảng Ninh.



Tại sự kiện, các em nhỏ được giao lưu cùng NSƯT Xuân Bắc và tham gia nhiều các trò chơi do nhãn hàng sữa Vinamilk ADM đem đến.

Ông Đinh Tiến Hải - Giám đốc Quỹ Bảo trợ trẻ em Việt Nam chia sẻ thêm: “Quỹ sữa Vươn cao Việt Nam là một chương trình nhân văn dành cho đối tượng trẻ em khó khăn, trẻ có hoàn cảnh đặc biệt mà Quỹ Bảo trợ Trẻ em Việt Nam đã thực hiện cùng Vinamilk từ năm 2008 đến nay.

Trong suốt 16 năm thực hiện, Quỹ sữa luôn có sự ủng hộ, đồng hành, hỗ trợ từ tất cả các cấp lãnh đạo để ngày càng có nhiều trẻ em được uống sữa mỗi ngày. Để đạt được những kết quả như ngày hôm nay, Hội đồng bảo trợ Quỹ Bảo trợ trẻ em Việt Nam, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội cũng đánh giá cao sự đóng góp thiết thực, sự đồng hành của Vinamilk trong việc chăm sóc trẻ em đặc biệt, trẻ em có hoàn cảnh khó khăn trên cả nước”.



Nhân dịp này, Vinamilk và Tetra Pak cùng phối hợp tổ chức hoạt động “Đổi vỏ sữa lấy cây xanh và các món quà thân thiện môi trường”, thu hút được đông đảo học sinh, thầy cô tham gia.



KẾT NỐI



và Quỹ Bảo trợ Trẻ em Việt Nam cũng đã đến thăm và trao tặng sữa cho các em học sinh tại trường mầm non Vô Ngại tại huyện Bình Liêu.

Quỹ sữa Vươn cao Việt Nam là chương trình được vì trẻ em có quy mô triển khai lớn nhất, bền vững nhất cho đến nay. Tiền thân là “Quỹ 1 triệu ly sữa” từ năm 2008 với mục tiêu giúp cho khoảng 50.000 trẻ em nghèo trên toàn quốc có sữa uống miễn phí, đến năm 2010, chương trình chính thức đổi tên thành “Quỹ sữa Vươn cao Việt Nam”, với sứ mệnh để mọi trẻ em Việt Nam được uống sữa mỗi ngày.

Liên tục trong 16 năm, Quỹ sữa đã đến với trẻ em trên cả 63 tỉnh thành của cả nước, từ các tỉnh biên giới như Hà Giang, Điện Biên... cho đến tận đất mũi Cà Mau hay các vùng biển đảo của Tổ quốc. Với ý nghĩa nhân văn của mình, chương trình Quỹ sữa đã trở thành một phần kỷ ức tươi đẹp của bao thế hệ trẻ thơ, giúp các em có thêm nghị lực vươn cao để theo đuổi những ước mơ của mình.

Cũng nhân dịp này, Quỹ Bảo trợ trẻ em Việt Nam (Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội) và các đại biểu cũng dành tặng 100 phần học bổng cho 100 em học sinh có hoàn cảnh khó khăn đã vượt khó học giỏi của huyện Bình Liêu để khích lệ các em kiên trì tiếp tục đến trường.

Trong sự kiện trao sữa, Quỹ sữa và

Vinamilk còn đặc biệt dành tặng cho các em một ngày hội trẻ thơ đúng nghĩa với nhiều hoạt động như khu trò chơi với bò ADM, đổi vỏ hộp sữa lấy quà tặng bảo vệ môi trường, khám phá Khu vườn ước mơ và được thăm khám dinh dưỡng bởi các bác sĩ của Vinamilk.

Cũng trong chương trình, Vinamilk

Phát triển tốt thương hiệu "Gạo Tâm Lang"

● NHUNG NGUYỄN

Những năm qua, doanh nghiệp tư nhân Tâm Lang đã chú trọng phát triển sản xuất lúa hàng hóa. Nhằm phát triển bền vững sản xuất lúa, ngoài các yếu tố ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật, đầu tư cơ sở vật chất phục vụ sản xuất thì việc xây dựng thương hiệu có vai trò rất quan trọng trong việc nâng cao giá trị và mở rộng thị trường sản phẩm gạo Tâm Lang.

Gạo Tâm Lang đã được nhiều người tin dùng. Gạo có chất lượng thơm ngon, đồng thời được giới thiệu đầy đủ từ gieo trồng, theo dõi chất lượng, thu hoạch, đóng gói và bảo quản, các quy trình đều được kiểm soát chặt chẽ để có thể bảo đảm được chất lượng hạt gạo thơm, chắc, hạt cơm có vị ngọt tự nhiên.

Từ những ý nghĩa đó, doanh nghiệp tư nhân Tâm Lang đã đón đoàn khách Thái Lan thăm quan dây chuyền sản xuất gạo doanh nghiệp. Buổi gặp gỡ là lời chào của doanh nghiệp với các vị khách quý đến từ "xứ sở Chùa Vàng".

Gạo Tâm Lang bắt đầu được người tiêu dùng trong nước biết đến một phần cũng nhờ xây dựng được thương hiệu. Hiện nay, sản phẩm gạo sạch, gạo chất lượng cao được tiêu thụ tốt nhưng với năng lực tiếp thị của doanh nghiệp.



KẾT NỐI



KẾT NỐI



Xu hướng tiêu dùng nội địa ngày càng quan tâm hơn đến việc lựa chọn các sản phẩm an toàn, có thương hiệu, đặc biệt là với các mặt hàng lương thực - thực phẩm như gạo. Gạo Tâm Lang ra đời từ tâm huyết mong muốn phục vụ những sản phẩm gạo đặc sản được kiểm soát về chất lượng với các tiêu chí ngon - sạch - an toàn; không ngừng cải tiến, sáng tạo để nâng cao chất lượng sản phẩm cũng như dịch vụ khách hàng.

Đến nay, các dòng sản phẩm gạo thơm trở thành thương hiệu tin dùng trong hàng triệu bữa cơm

khắp mọi miền đất nước.

Sản phẩm được kiểm soát và duy trì chất lượng lúa gạo ổn định thông qua việc liên kết sản xuất - tiêu thụ lúa gạo với nông dân và các hợp tác xã tại các vùng nguyên liệu của bà con nông dân. Gạo Tâm Lang ngày càng mở rộng mô hình liên kết sản xuất - tiêu thụ lúa gạo với các hợp tác xã và đầu tư lớn mạnh vào hệ thống các nhà máy lúa gạo.

Đến nay, Tâm Lang đã vận hành sản xuất với công nghệ kỹ thuật tiên tiến và đạt được đầy đủ các chứng

nhận quan trọng về an toàn thực phẩm và không chứa các chất cấm theo tiêu chuẩn quốc tế.

Vì lẽ đó, sứ mệnh của Gạo Tâm Lang được xây dựng trên ba nền tảng: nông dân, người tiêu dùng



và xã hội. Đối với bà con nông dân, công ty luôn đồng hành trong suốt quá trình canh tác, quyết tâm biến những ước mơ và niềm tự hào của bà con nông dân trở thành hiện thực. Am hiểu bản sắc văn hóa Việt Nam mà đặc biệt là giá trị kết nối yêu thương qua từng bữa cơm gia đình, Gạo Tâm Lang mang đến người tiêu dùng sản phẩm gạo sạch Global G.A.P. Sức khỏe cộng đồng là tiên quyết, hệ sinh thái bền vững là nghĩa vụ, sản phẩm sạch - an toàn là trách nhiệm. Đây cũng là ba tiêu chí mà công ty luôn đặt ra để bảo đảm sứ mệnh với xã hội.

Sự kiện đoàn Thái Lan sang thăm dây chuyền nhà máy sản xuất gạo Tâm Lang là niềm tự hào vô cùng lớn không chỉ của thương hiệu gạo Tâm Lang mà còn là của lĩnh vực lúa gạo, khi đã nâng tầm gạo đặc sản Việt Nam, góp phần hội nhập sâu rộng vào chuỗi nông sản toàn cầu, nâng cao giá trị và đáp ứng xu thế phát triển nông nghiệp theo hướng bền vững.



Để bảo đảm chất lượng gạo đáp ứng được các thị trường xuất khẩu khó tính, doanh nghiệp tư nhân Tâm Lang sẽ tiếp tục tập trung vào phát triển vùng nguyên liệu, nâng cao hạ tầng hiện đại và xây dựng các điểm bán trên toàn quốc. Việc phát triển vùng nguyên liệu nhằm đảm bảo nguồn cung lúa gạo đạt chất lượng và sản lượng ổn định, liên kết với

nông dân và các hợp tác xã thực hiện tốt công tác truy xuất nguồn gốc.

Chủ động trong các vấn đề xử lý để hạn chế thất thoát sau thu hoạch, giữ chất lượng lúa tốt nhất thông qua việc đầu tư vào các lò sấy, các nhà máy chế biến gạo hiện đại.





PVcomBank hướng tới mục tiêu trở thành ngân hàng thương mại hiện đại.

PVcomBank

đặt mục tiêu tăng trưởng
đi đôi với an toàn, hiệu quả

● ĐỨC VƯỢNG

Theo báo cáo, tính tới thời điểm 31/12/2022, số dư huy động vốn từ tổ chức kinh tế và cá nhân của PVcomBank đạt trên 182.000 tỷ đồng, tăng hơn 15% so với cùng kỳ năm trước. Doanh thu hợp nhất sau trích lập dự phòng đạt 16.886 tỷ đồng, bằng 117% kế hoạch năm. Năm 2022 cũng là năm PVcomBank đạt được những kết quả tích cực về nền tảng khách hàng và doanh thu từ dịch vụ so với năm 2021. Trong đó, số lượng khách

Đại hội cổ đông thường niên năm 2023 vào ngày 21/4 vừa qua, PVcomBank đặt mục tiêu doanh thu và lợi nhuận hợp nhất sau trích lập dự phòng trong năm nay lần lượt vào khoảng 15.500 tỷ đồng và 110 tỷ đồng. Cùng với đó là tăng trưởng đi đôi với chất lượng, hiệu quả, ưu tiên quản trị rủi ro, bảo đảm mục tiêu lợi nhuận theo định hướng.

hàng tăng 37%; Doanh số thanh toán quốc tế và tài trợ thương mại tăng 77%; Doanh thu từ dịch vụ tăng 50%.

Nhờ theo dõi chặt chẽ diễn biến của thị trường, PVcomBank đã đưa ra chính sách điều hành linh hoạt, phù hợp, phát triển đa dạng nguồn vốn huy động, bảo đảm thanh khoản, đáp ứng các nhu cầu kinh doanh của ngân hàng. Tổng huy động vốn từ tổ chức kinh tế và cá nhân tăng hơn 15% so với năm 2021; dư nợ tín dụng tại ngày 31/12/2022, đạt gần

130.400 tỷ đồng. Nhờ việc thực hiện đồng bộ các giải pháp quản trị hiệu quả, chất lượng tín dụng, tỷ lệ nợ xấu được kiểm soát ở mức 2,05%, bảo đảm quy định của Ngân hàng Nhà nước.

Ban lãnh đạo PVcomBank cũng nhận định, nền kinh tế thị trường nói chung vẫn chưa thực sự bình ổn. Năm 2023, sẽ là năm mà PVcomBank cần thực hiện nhiều nhiệm vụ trọng tâm để bảo đảm hệ thống vận hành và phát triển bền vững với chuỗi các mục tiêu trọng điểm như:

Nâng cao hiệu quả kinh doanh, tăng trưởng phù hợp, bảo đảm hiệu quả, chủ động kiểm soát rủi ro; Tập trung công tác chuyển đổi số, xây dựng chiến lược tổng thể với việc xác định tầm nhìn số, đồng bộ thông tin/dữ liệu hóa sản xuất kinh doanh với nhóm khách hàng chiến lược; Tập trung phát triển khách hàng theo các ngành trọng tâm, xây dựng các gói giải pháp chuyên biệt cho từng phân khúc; Kiện toàn hệ thống quản trị rủi ro; Tập trung thực hiện công tác thu hồi, xử lý nợ; Phát triển nguồn nhân lực; Bảo đảm hiệu quả kinh doanh trong việc phát triển mạng lưới chi nhánh, phòng giao dịch của PVcomBank và phù hợp với chỉ đạo của Ngân hàng Nhà nước.



Theo đó, các cổ đông tham dự đại hội đã nhất trí thông qua kế hoạch kinh doanh năm 2023, với mục tiêu doanh thu hợp nhất và lợi nhuận hợp nhất sau trích lập dự phòng là khoảng 15.500 tỷ đồng và 110 tỷ đồng.

Phát biểu tại đại hội, ông Trần Quốc Hùng - Phó Giám đốc Ngân hàng Nhà nước - chi nhánh thành phố Hà Nội ghi nhận những nỗ lực của PVcomBank trong hoạt động phát triển kinh doanh, đồng thời bày tỏ mong muốn Tập đoàn Dầu khí có thêm những hỗ trợ để ngân hàng

có nhiều cơ hội hơn trong việc tiếp cận các công ty, khách hàng thuộc hệ sinh thái của tập đoàn, để giảm được chi phí giá vốn và nâng cao hiệu quả kinh tế cho PVcomBank.

Với vai trò là cơ quan quản lý, ông Hùng cho biết, Ngân hàng Nhà nước cam kết sẽ hỗ trợ và đồng hành với các tổ chức tín dụng nói chung, PVcomBank nói riêng nhằm phát triển bài bản, bình đẳng, sẵn sàng hỗ trợ, tháo gỡ những khó khăn mà ngân hàng và các tổ chức tín dụng đề xuất, kiến nghị.



Đại hội cổ đông thông qua nhiều nội dung quan trọng.

VCB DigiBiz

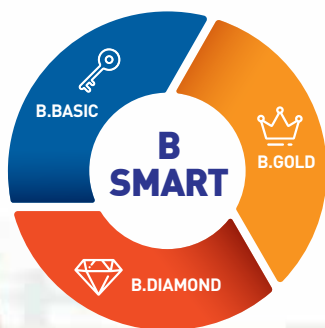
NGÂN HÀNG SỐ
DÀNH CHO DOANH NGHIỆP SME

- Miễn toàn bộ phí giao dịch và phí duy trì^(*)
 - Giao dịch thuận tiện trên App & Website
 - Lập và duyệt lệnh dễ dàng 1 cấp & 2 cấp

^(*) Áp dụng đến 31/05/2022

sme.vietcombank.com.vn

Tải ứng dụng VCB DigiBiz tại



B-SMART GÓI GIẢI PHÁP GIAO DỊCH TOÀN DIỆN DÀNH CHO DOANH NGHIỆP

- Tặng tài khoản số đẹp đẳng cấp
- Miễn phí chuyển tiền qua Internet Banking
 - Ưu đãi tới 70% phí chuyển tiền tại quầy
- Miễn phí phát hành & phí thường niên thẻ tín dụng DN

NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN HÀ NỘI (SHB) - CHI NHÁNH CẦN THƠ

Địa chỉ: 138 đường 3/2, P. Hưng Lợi, Quận Ninh Kiều, TP. Cần Thơ

Điện thoại: (84-292) 38 38 389 - Fax : (84-292) 3781 083



TẬP ĐOÀN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN
BẤT ĐỘNG SẢN



www.kita-group.com.vn

*Vun đắp
Tổ ấm hạnh phúc*



HỢP TÁC ĐỒNG HÀNH PHÁT TRIỂN