

THƯƠNG HIỆU VIỆT

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

Nữ tướng
Thắp lửa
niềm tin

DOANH NGHIỆP
THAM GIA KIẾN TẠO
CHIẾN LƯỢC

VIỆT NAM THĂNG HẠNG CHỈ SỐ
QUYỀN LỰC MỀM TOÀN CẦU NĂM 2020:

“SỨC MẠNH
THÔNG MINH”



CỘNG ĐỒNG THỊNH VƯỢNG AN CƯ ĐẲNG CẤP

Nằm ngay trung tâm đô thị sầm uất nhất Đồng Nai, nơi hội tụ của tầng lớp cư dân trí thức và thành đạt, **Bien Hoa Universe Complex** tự hào trở thành chốn an cư đẳng cấp, tiên phong mang đến trải nghiệm phong cách sống hiện đại cùng những tiện nghi hoàn hảo trong môi trường văn minh và cộng đồng thịnh vượng.

Bien Hoa Universe Complex - Khu căn hộ tổng hòa của sự bài bản trong đầu tư, chín chu trong thiết kế và sự thấu hiểu nhu cầu của mỗi khách hàng.

PHÁT TRIỂN DỰ ÁN



TIẾP THỊ & PHÂN PHỐI
ĐỘC QUYỀN



TỔNG THẦU XÂY DỰNG



 **1900 6958**

www.bienhoauniversecomplex.com.vn

Tạp chí Doanh nghiệp Việt Nam

Cơ quan truyền thông của Hiệp hội
Doanh nghiệp Khoa học và Công
nghệ Việt Nam

Ấn phẩm:

THƯƠNG HIỆU VIỆT số 02/2021

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 HIỀN

Phó Tổng biên tập:

NGUYỄN THỊ BÍCH HUƠNG

Ủy viên Ban biên tập:

ĐỖ LÊ THẮNG

NGUYỄN HUY HOÀNG

Tổng Thư ký toà soạn:

ĐỖ LÊ TẢO

Thư ký toà soạn:

IDEA NGUYỄN

Trình bày:

COLORISTA PICTURE

Địa chỉ: A125, 37 Hùng Vương,
P. Điện Biên, Q. Ba Đình, TP. Hà Nội.

Email:

bbt.doanhnghiepviet@gmail.com,
banbientap@doanhnghiepviet.vn

Hotline: 0912.480.246 - 024.22169595

In tại Công ty In Báo Hà Nội mới

Giá: 68.000 đồng

Thắp lửa niềm tin vượt đại dịch

Trong những tháng đầu năm 2021, tình hình đại dịch Covid-19 trên thế giới đã bắt đầu có xu hướng tích cực hơn khi tốc độ tiêm chủng vaccine được đẩy mạnh tại nhiều nước và các ca nhiễm mới đang liên tục giảm một cách ổn định. Thế giới cuối cùng đã có thể nhìn thấy ánh sáng cuối đường hầm và việc giải quyết đại dịch lịch sử này chỉ còn là vấn đề thời gian.

Nhưng trong niềm lạc quan đó, những khó khăn đối với các doanh nghiệp cả trên trường quốc tế cũng như tại Việt Nam dường như chỉ đang ở giai đoạn bắt đầu. Hệ quả nặng nề từ những làn sóng dịch liên tiếp suốt hơn một năm qua giờ đây mới đủ “độ chín” để đẩy những doanh nghiệp còn có thể trụ vững trước đại dịch vào thế khó khăn hơn. Mỗi ngành, mỗi lĩnh vực có điều kiện và cơ hội phục hồi sau đại dịch khác nhau nhưng tựu chung đều có thể lấy ứng dụng khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo là thứ “vũ khí” hữu hiệu cho mình.

Vào thời điểm đầy thử thách như hiện nay, hơn lúc nào hết bản lĩnh của những người lãnh đạo doanh nghiệp càng được chứng minh giá trị. Trong khi đó, với thiên chức đặc biệt của mình, những người phụ nữ làm lãnh đạo doanh nghiệp hay nghiên cứu khoa học đang sở hữu những thế mạnh riêng về sự mềm dẻo và kiên cường để ứng phó hiệu quả với đại dịch, dẫn dắt và sát cánh cùng tổ chức của mình vượt qua khó khăn.

Trong những ngày tháng 3 khi cả thế giới hướng về phụ nữ này, Tạp chí Thương hiệu Việt số hai dành phần lớn dung lượng để viết về những tấm gương nữ giới trong các lĩnh vực khác nhau. Họ thực sự là những người đang truyền cảm hứng, thắp lửa niềm tin để cùng nhau bước vào giai đoạn hậu đại dịch bằng bản lĩnh vững vàng, luôn thích ứng tốt với những nghịch cảnh chưa từng có.

Ban Biên tập xin trân trọng giới thiệu với quý bạn đọc và quý doanh nghiệp mới của Tạp chí Thương hiệu Việt, một ấn phẩm của Hiệp hội Doanh nghiệp Khoa học Công nghệ Việt Nam. Chúng tôi mong muốn được đồng hành cùng quý vị, để truyền tải những giá trị của thương hiệu Việt cũng như trở thành chất xúc tác giúp các thành tựu khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo Việt Nam lan tỏa trong đời sống và hoạt động sản xuất kinh doanh.

TẠP CHÍ THƯƠNG HIỆU VIỆT

Mục lục



0 | 4

ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Doanh nghiệp tham gia
kiến tạo chiến lược 05

Tầm nhìn phát triển đến năm 2045:
Doanh nghiệp đóng vai trò cốt lõi..... 12

“Xuất khẩu trực tuyến và lợi nhuận
thực tế sinh động” 18

Covid-19 đang định hình tương lai
của đổi mới sáng tạo..... 30

3 | 4

THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA

Phát huy quyền lực mềm, hướng tới
mục tiêu “Sức mạnh thông minh” 35

Thực thi miễn giảm thuế thu nhập
Doanh nghiệp KH&CN 40

Trung tâm Thương hiệu Việt 48

Người Việt đã sẵn sàng cho một xã hội
không dùng tiền mặt? 56



6 | 4

DOANH NHÂN KHOA HỌC

Đẩy mạnh kết nối giữa nhà khoa học nữ và doanh nghiệp 65

Những nhà khoa học nữ Việt Nam được quốc tế vinh danh..... 70

Dấu ấn các nhà khoa học nữ trong cuộc chiến chống Covid-19 76

Bản quyền âm nhạc: Trả lại công bằng cho nhạc sỹ 80

8 | 6

VƯỢT SÓNG COVID-19: NỮ TƯỚNG THẮP LỬA

“Không thể xoay chuyển cơn gió, phải xoay chuyển cánh bướm” 88

Doanh nghiệp do nữ làm chủ là động lực mới của nền kinh tế 94

Ứng biến với Covid-19 để cống hiến cho giáo dục 98

Nữ doanh nhân anh hùng dệt may 108





ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Đổi mới sáng tạo là động lực phát triển cho đất nước và cũng là nền tảng quan trọng để các doanh nghiệp có thể vận dụng để ứng phó với những khó khăn do Covid-19 gây ra, giúp đơn vị của mình phục hồi một cách hiệu quả sau đại dịch. Chiến lược đổi mới sáng tạo lấy doanh nghiệp làm trung tâm và thị trường làm động lực cũng đang được Đảng và Nhà nước tích cực xây dựng và vận dụng, tạo đà cho đất nước có được sự chuyển mình vượt bậc vào năm 2045.

KHOA HỌC CÔNG NGHỆ VÀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TRONG THỜI KỲ MỚI

DOANH NGHIỆP THAM GIA KIẾN TẠO CHIẾN LƯỢC



PGS. TS LÊ BỘ LĨNH

Việt Nam từng có hai bản chiến lược khoa học công nghệ trong hai thập kỷ đầu vừa qua. Nhưng vì nhiều lý do khách quan và chủ quan chúng ta chưa thu được thành công từ những chiến lược này. Mặc dù vậy chúng ta cũng thu được nhiều bài học, cho thấy cần phải có cách tiếp cận xây dựng và thực thi chiến lược khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo trong giai đoạn mới là lấy doanh nghiệp làm trung tâm. Tinh thần này đã được phản ánh trong các văn kiện chính trị gần đây và trong cuộc “Đối thoại 2045” vừa được Chính phủ tổ chức đầu tháng 3/2021.

BÀI HỌC TỪ CÁC CHIẾN LƯỢC TRONG HAI THẬP KỶ

Hai thập kỷ đầu của thế kỷ 21 là thời kỳ thế giới chuyển động mạnh mẽ dưới sự tác động của cuộc cách mạng khoa học công nghệ hiện đại và Việt Nam chúng ta cũng đã có hai bản chiến lược khoa học công nghệ giai đoạn 2003-2010 và 2011-2020. Chiến lược và các chính sách khoa học công nghệ đã góp phần tạo ra những thành tựu trong tăng trưởng kinh tế, nâng cao năng lực khoa học công nghệ nội sinh đặc biệt trong một số lĩnh vực như điện tử tin học, y tế,

một số ngành công nghệ cao...

Song có thể nói, chúng ta chưa thành công trong việc thực hiện hai chiến lược này, đất nước vẫn đứng trước những thách thức phát triển, nguy cơ tụt hậu về công nghệ vẫn hiện hữu. Nguyên nhân có nhiều, song có thể thấy những nguyên nhân từ cách tiếp cận xây dựng và thực thi chiến lược như chưa xuất phát từ đòi hỏi của thực tế, từ sự phát triển của nền kinh tế thị trường, còn mang nặng tính chất hành chính, chưa gắn kết với chiến lược kinh tế xã hội, vẫn còn nhiều mục tiêu “vị khoa học”, thiếu

mối liên kết giữa nghiên cứu và ứng dụng, giữa các tổ chức khoa học công nghệ và khu vực doanh nghiệp...

Cũng chính từ cách xây dựng Chiến lược như vậy nên việc quản trị chiến lược còn lúng túng, chiến lược chưa trở thành động lực và động cơ thúc đẩy các lực lượng tham gia hoạt động khoa học công nghệ như các nhà khoa học, công nghệ, doanh nhân... Mục tiêu, chỉ tiêu nêu trong Chiến lược không được bảo đảm bởi các nguồn lực thực hiện, các doanh nghiệp còn khá thờ ơ với việc đầu tư cho nghiên cứu phát triển và hoạt động đổi mới sáng tạo.

Từ những bài học trên đây, chúng ta cần có cách tiếp cận xây dựng và thực thi Chiến lược khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo trong giai đoạn mới là lấy doanh nghiệp làm trung tâm của hoạt động khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo. Tinh thần này đã được phản ánh trong các văn kiện chính trị gần đây và trong cuộc “Đối thoại 2045” vừa được Chính phủ tổ chức đầu tháng 3/2021.



Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc phát biểu tại "Đối thoại 2045" ngày 6/3. Ảnh: VGP

CHIẾN LƯỢC LẤY THỊ TRƯỜNG LÀM ĐỘNG LỰC

Nói đến lấy doanh nghiệp làm trung tâm, trước hết là nói đến việc lấy thị trường làm định hướng cho các hoạt động khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo. Nói cách khác là tiếp cận xây dựng và thực thi chiến lược từ phía cầu. Trong một hai thập kỷ tới, trọng tâm của chiến lược phát triển kinh tế xã hội là chuyển đổi mô hình tăng trưởng dựa trên năng suất, chất lượng, hiệu quả, là thực hiện chuyển đổi số đáp ứng yêu cầu của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4.

Các ngành và lĩnh vực ưu tiên về cơ bản đã được xác định trong Văn kiện Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII. Tuy nhiên, Chiến lược kinh tế xã hội sẽ khó được thực thi nếu không có

một chiến lược khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo tương thích, không tạo ra nguồn cầu kích thích các hoạt động khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo. Nhà nước, các ngành kinh tế mũi nhọn phải trở thành người đặt hàng lớn nhất cho các hoạt động khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo trong nước.

Thực tế hoạt động của các tổ chức khoa học công nghệ, các doanh nghiệp khoa học công nghệ thời gian qua cho thấy tiềm năng và khả năng sáng tạo công nghệ, nghiên cứu, ứng dụng công nghệ mới ở trong nước là rất lớn. Tuy nhiên, do không được bảo đảm bằng thị trường đầu ra, nhiều kết quả nghiên cứu, sáng chế không được thương mại hóa, hoạt động khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo thiếu động lực. Trong khi đó,

Đến năm 2045, tức 25 năm, một phần tư thế kỷ nữa, thời gian đủ dài để xuất hiện những Doanh nghiệp, Tập đoàn khổng lồ mang tên Việt Nam

*Thủ tướng Chính phủ
Nguyễn Xuân Phúc*



Toàn cảnh cuộc gặp mặt giữa Thủ tướng Chính phủ với khoảng 50 đại biểu đại diện doanh nghiệp, trí thức tiêu biểu với chủ đề “Đối thoại 2045”, diễn ra ngày 6/3 tại TP HCM. Ảnh: VGP



nguy cơ phụ thuộc công nghệ và sử dụng công nghệ lạc hậu nhập khẩu từ nước ngoài có chiều hướng gia tăng.

Có thể thấy, các ngành và lĩnh vực cần thiết và có thể tạo ra nguồn cầu lớn cho hoạt động khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo trong chu kỳ chiến lược mới của Việt Nam là: Kinh tế nền tảng số; kinh tế biển; nông nghiệp chất lượng cao; công nghệ môi trường và ứng phó với biến đổi khí hậu; công nghiệp y dược và bảo vệ sức khỏe. Trên cơ sở các định hướng chiến lược này, các chính sách

cần hướng đến khuyến khích phát triển thị trường các sản phẩm công nghệ được tạo ra từ các tổ chức khoa học công nghệ và doanh nghiệp trong nước.

ĐƯA CUỘC SỐNG VÀO CHÍNH SÁCH

Một khía cạnh khác của Chiến lược khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo lấy doanh nghiệp làm trung tâm hàm ý rằng doanh nghiệp không chỉ là đối tượng chịu sự tác động của chiến lược và chính sách khoa học

công nghệ và đổi mới sáng tạo mà còn phải là lực lượng chủ công trong kiến tạo chiến lược và chính sách. Điều này có vẻ như mâu thuẫn với cách tiếp cận lâu nay khi chiến lược và chính sách là do các cơ quan công quyền ban hành. Tuy nhiên, cần hiểu việc các doanh nghiệp tham gia kiến tạo chiến lược và chính sách theo nghĩa chiến lược và chính sách phải phản ánh được những đòi hỏi từ thực tiễn, phải khái quát hóa những sáng tạo từ thực tiễn, phải đưa cuộc sống và chính sách chứ không chỉ đưa chính sách vào cuộc sống.

Cuộc sống, thực tiễn thì phong phú, năng động hơn chiến lược, vì vậy không có một bản chiến lược nào có thể bao quát hết thực tiễn, chiến lược càng toàn diện, càng nhiều mục tiêu thì càng khó thực hiện. Như vậy, doanh nghiệp hay nói rộng ra là cộng đồng hoạt động khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo tham gia kiến tạo chiến lược chính là nhiều nội dung và định hướng cụ thể của chiến lược quốc gia được chuyển cho các chủ thể thực hiện. Chính điều này sẽ tạo ra sự năng động, sáng tạo, chủ động trong hoạt động khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo.

Với cách tiếp cận này, Nhà nước sẽ tạo ra một hành lang pháp lý đủ rộng để khu vực doanh nghiệp định hình chiến lược của mình hướng tới các mục tiêu quốc gia. Nếu chúng ta mong muốn có các tập đoàn công nghệ mạnh, tầm cỡ thế giới trong 10-15 năm tới thì chính môi trường thể chế cho phép các doanh nghiệp xây dựng chiến lược của mình sẽ là sự bảo đảm cho sự thành công của chiến lược quốc gia.

ĐẦU TƯ CHO KHOA HỌC CÔNG NGHỆ VÀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO LẤY DOANH NGHIỆP LÀ CHỦ ĐẠO

Chiến lược và chính sách trở thành hiện thực hay không, tùy thuộc rất nhiều vào nguồn lực tài chính. Hiện

Không biến các cơ chế, chính sách
hỗ trợ phát triển kinh tế tư nhân
thành bao cấp, phục vụ "lợi ích
nhóm" dưới mọi hình thức

Thủ tướng Chính phủ
Nguyễn Xuân Phúc





Ảnh minh họa.

nay, tổng đầu tư toàn xã hội cho khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo của Việt Nam chưa đến 1% GDP, một mức rất thấp cả tương đối và tuyệt đối, trong khi đó tỷ trọng vượt trội vẫn là nguồn từ ngân sách Nhà nước.

Nói đến chiến lược khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo lấy doanh nghiệp là trung tâm cũng có nghĩa là chiến lược này phải dựa trên và bảo đảm bằng nguồn đầu tư từ khu vực doanh nghiệp. Theo thông lệ quốc tế và thực trạng nền kinh tế nước ta, để có thể tạo chuyển biến trong hoạt động khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo thì chúng ta cần nguồn đầu tư cho hoạt động này của khu vực doanh nghiệp không dưới mức 7 tỷ USD mỗi năm, nghĩa là lớn hơn 8 lần mức thực tế hiện nay.

Đây quả thực là một bài toán nan giải và nếu không có đột phá chính sách, chắc chắn chúng ta không thể có được nguồn vốn đầu tư như vậy. Bên cạnh chính sách tạo nguồn cầu như nêu trên, cần đổi mới căn bản chính sách tài chính tiền tệ để thúc đẩy doanh nghiệp đầu tư cho hoạt động nghiên cứu triển khai và đổi mới sáng tạo như chính sách thuế, tín dụng.

Bên cạnh đó, cần cải tổ chính sách đầu tư từ ngân sách nhà nước theo hướng tập trung cho những dự án lớn. Cần có các dự án thuộc diện dự án quan trọng quốc gia do Quốc hội quyết định chủ trương đầu tư, ngoài mức đầu tư thông thường, theo quy định tối thiểu 2% tổng chi ngân

sách hàng năm. Trên thực tế, trong nhiều năm vừa qua, chúng ta đã thực hiện nhiều dự án quan trọng quốc gia trong lĩnh vực giao thông, năng lượng, nhưng chưa có dự án nào trong lĩnh vực khoa học công nghệ vốn vẫn được coi là quốc sách hàng đầu. Nếu không có các dự án dài hạn, ngân sách cho khoa học công nghệ vẫn sẽ bị phân tán cho hàng ngàn dự án không đáp ứng đòi hỏi của sự phát triển, rất khó tập trung nguồn lực đầu tư và giải bài toán công nghệ đến tận cùng.

Các dự án này có thể do cộng đồng các nhà khoa học, các doanh nghiệp công nghệ đề xuất hoặc xuất phát từ các định hướng phát triển các ngành và lĩnh vực mũi nhọn tạo ra sự đột phá trong phát triển kinh tế, bảo vệ môi trường, những lĩnh vực liên quan trực tiếp đến cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4.

Đồng thời thực hiện nguyên tắc phân bổ ngân sách theo kết quả đầu ra, mở rộng cửa cho khu vực doanh nghiệp tiếp cận ngân sách cho khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo và thực hiện cơ chế đối tác công tư trong lĩnh vực này, thúc đẩy mối liên kết giữa cộng đồng khoa học và doanh nghiệp.

Nhà nước cũng cần khẩn trương đầu tư và khuyến khích hình thành các quỹ đầu tư mạo hiểm với cơ chế vận hành theo thông lệ quốc tế để thúc đẩy các hoạt động đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp.

PGS.TS.LÊ BỘ LĨNH



Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc và các doanh nhân, trí thức tiêu biểu tham dự “Đối thoại 2045”. Ảnh: VGP

TÂM NHÌN PHÁT TRIỂN ĐẾN NĂM 2045: DOANH NGHIỆP ĐÓNG VAI TRÒ CỐT LÕI

Năm 2020, Việt Nam có thu nhập bình quân đầu người 2.750 USD và theo các tiêu chí quốc tế thì vẫn là nước đang phát triển có thu nhập trung bình thấp. Trên cơ sở kế thừa mục tiêu từ trước, Đại hội XIII của Đảng đã đề ra các mục tiêu cụ thể phát triển đất nước đến năm 2045. Việt Nam trở thành quốc gia phát triển, thu nhập cao đúng dịp kỷ niệm 100 năm thành lập nước. Để đạt được mục tiêu vượt bậc này sẽ là cả một lộ trình đòi hỏi sự nỗ lực không ngừng nghỉ của nhiều thành tố, trong đó có các doanh nghiệp.

Trong tầm nhìn phát triển 25 năm tới, đội ngũ doanh nhân ngày càng có vị trí đặc biệt, đóng góp quan trọng cho phát triển kinh tế đất nước. Hiện cả nước có trên 800.000 doanh nghiệp đang hoạt động, phần lớn có quy mô nhỏ và vừa. Khu vực kinh tế ngoài nhà nước đóng vai trò rất quan trọng, đóng góp khoảng 42% GDP và tạo ra hơn 50% việc làm cho xã hội.

Để cụ thể hóa tầm nhìn phát triển như Đại hội Đảng XIII đã đề ra, ngày 6/3 vừa qua, Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc đã lần đầu tiên tổ chức cuộc gặp mặt với hơn 50 doanh nhân, trí thức tiêu biểu với chủ đề “Đối thoại 2045”. Sự kiện được xác định sẽ tổ chức thường niên này là cơ hội cho các doanh nghiệp nêu kiến nghị về chiến lược phát triển đất nước, qua đó xác

định thế mạnh của Việt Nam trong 25 năm tới dựa trên nền tảng hiện tại.

Trong cuộc gặp, nhiều lãnh đạo doanh nghiệp đã thẳng thắn bày tỏ những e ngại và đặt vấn đề mong muốn Chính phủ kiến tạo môi trường kinh doanh bình đẳng giữa các khu vực kinh tế trong nhận thức và đối xử cũng như bình đẳng trong việc tiếp cận nguồn lực. Trên thực tế, một trong những điểm sáng được ghi nhận thời gian qua chính là cải cách thể chế và cải thiện môi trường kinh doanh. Nhưng tốc độ cải cách cần song hành, thậm chí là phải đi trước sự phát triển của doanh nghiệp.

CHÚ TRỌNG PHÁT TRIỂN CÔNG NGHỆ

Đại diện cho ngành công nghiệp ô tô Việt Nam phát biểu tại “Đối thoại

2045”, ông Võ Quang Huệ, Phó Tổng giám đốc VinGroup, cho rằng dự án sản xuất ô tô VinFast có thể coi là dấu mốc quan trọng để thúc đẩy công nghiệp phụ trợ của Việt Nam phát triển đột phá, mang lại giá trị lớn cho nền kinh tế.

Chỉ với thời gian ngắn Vinfast nhanh chóng đưa vào vận hành nhà máy sản xuất hiện đại bậc nhất khu vực, ra 3 mẫu xe đầu tiên đạt tiêu chuẩn quốc tế và có doanh số bán hàng “kỳ tích” hơn 40.000 chiếc chỉ sau hơn 20 tháng. “Kỳ tích chỉ có thể lập nên khi chúng ta có ý chí quyết tâm mãnh liệt để đi đến cùng con đường của mình. Chúng tôi sẽ phải nỗ lực gấp nhiều lần trước đây”, ông Huệ nói thêm.

Một doanh nghiệp ô tô lớn khác là tập đoàn THACO cũng đã xuất khẩu được 1200 xe ô tô và 20 triệu USD



“
Quốc gia đổi mới,
cải cách sẽ thu hút
được các nguồn lực
để phát triển tốt

Bà Nguyễn Thị Phương Thảo
CEO Vietjet Air

Bà Nguyễn Thị Phương Thảo, Chủ tịch Tập đoàn Sovico kiêm Tổng giám đốc Vietjet Air, kiến nghị với Chính phủ trong “Đối thoại 2045”.



Bà Thái Hương, Chủ tịch TH True Milk, chia sẻ về nông nghiệp xanh trong “Đối thoại 2045”.

“ Nền tảng con người phải có trí tuệ và sức khỏe

Bà Thái Hương
Nhà sáng lập TH True Milk

linh kiện phụ tùng. Công ty này cũng đang tăng cường tỷ lệ nội địa hoá và đặt mục tiêu tăng trưởng hàng năm từ 10% - 20%; phát triển ngành nông nghiệp theo hướng công nghiệp hóa; tập trung phát triển logistics để phục vụ chuỗi cung ứng cho hai ngành ô tô và nông nghiệp; xây dựng nền tảng quản trị và sử dụng công nghệ số. Dự kiến năm 2021, tập đoàn xuất khẩu 2500 xe ô tô và 30 triệu USD linh kiện phụ tùng.

Lãnh đạo tập đoàn THACO, ông Trần Bá Dương chia sẻ trong cuộc đối thoại rằng doanh nghiệp gánh trên vai cả một cơ ngơi được xây lên từ mồ hôi nước mắt, nên họ không thể chỉ nghĩ đến tương lai ngắn hạn một vài năm. Do đó, điều mà ông cho là rất quan trọng chính là cần phải có nguồn nhân lực chất lượng cao và đây cũng là một trong những động lực cho phát triển cần phải được đầu tư đào tạo theo đúng với nhu cầu của doanh nghiệp.

Trong khi đó, các doanh nghiệp sản

xuất nông sản và hàng hóa tiêu dùng thì cho rằng cần phải áp dụng công nghệ sản xuất được số hóa tiên tiến và phải gắn với phát triển xanh, tái tạo năng lượng. Làm được điều này các doanh nghiệp trong nước mới có thể đủ năng lực cạnh tranh trên cuộc chơi thương mại toàn cầu. Chủ tịch Công ty Masan Nguyễn Đăng Quang nhấn mạnh rằng, rất cần sự định hướng của Chính phủ để tạo động lực phát triển đúng với xu hướng nói trên.

Đồng quan điểm về một nền kinh tế phát triển xanh, bà Thái Hương, Chủ tịch TH True Milk, nói thêm rằng nền tảng con người phải có trí tuệ và sức khỏe, do đó, phải có ngành nông nghiệp xanh, sạch, hữu cơ, với một thể hệ doanh nhân hướng tới phát triển bền vững. Các sản phẩm thực phẩm đưa ra thị trường không gây hại cho sức khỏe con người, do đó bà kiến nghị đẩy mạnh phát triển công nghiệp phụ trợ và doanh nghiệp phát triển theo hướng chia sẻ với người nông dân.

Còn theo Chủ tịch Tập đoàn FPT Trương Gia Bình, cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam phải làm những gì cụ thể để chia sẻ khát vọng phát triển với Đảng và Nhà nước đã đặt ra. “Khát vọng không phải trên giấy mà phải có những phát minh, sáng chế cả thế giới cần và sử dụng. Chính phủ tin tưởng vào cộng đồng doanh nghiệp, là bà đỡ, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp phát triển, để Việt Nam tận dụng tốt cơ hội trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0”, ông Bình nói thêm.

ĐẶT NIỀM TIN VÀO KINH TẾ TƯ NHÂN

Cuộc “Đối thoại 2045” diễn ra vào thời điểm lần đầu tiên Việt Nam được xếp vào nhóm có chỉ số tự do kinh tế trung bình trong bảng xếp hạng của Heritage Foundation (Mỹ). Trước đó, Việt Nam chỉ được xếp vào nhóm hầu như không có tự do kinh tế. Theo đó, Việt Nam được đánh giá có tốc độ thăng tiến “thần kỳ” và nhanh hơn nhiều so với mặt bằng chung của thế

Việt Nam cần
tận dụng tốt
cơ hội từ
Cuộc cách mạng
công nghiệp
lần thứ 4.

Ông **Trương Gia Bình**
Chủ tịch Tập đoàn FPT

ĐỐI MỜI SÁNG TẠO



“ Đất nước cần và đủ con người công nghiệp

Ông Trần Bá Dương
Chủ tịch Thaco



Lãnh đạo tập đoàn THACO Trần Bá Dương chia sẻ về tầm quan trọng của nguồn nhân lực chất lượng cao.

giới. Nếu như năm 2018, Việt Nam chỉ đứng thứ 141, năm 2019 vị trí 128, năm 2020 là 105 và đến năm nay là thứ hạng 90.

Tự do kinh tế cũng được cho là nền tảng phát triển, đặc biệt đối với kinh tế tư nhân. Để hướng đến tầm nhìn 2045 Việt Nam trở thành nước phát triển, thu nhập cao như đã nêu trong Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng thì càng phải đẩy nhanh tốc độ tự do kinh tế, hướng đến Top 30-50 nền kinh tế có tự do nhất toàn cầu. Đảng và Nhà nước đã đặt kinh tế tư nhân vào đúng vị thế và vai trò theo hướng ngày càng tích cực, coi đây là một trong 3 trụ cột của cả nền kinh tế gồm kinh tế tư nhân, kinh tế tập thể, đầu tư nước ngoài.

Bày tỏ về vai trò của doanh nghiệp tư nhân, bà Nguyễn Thị Phương Thảo, Chủ tịch Tập đoàn Sovico kiêm Tổng giám đốc Vietjet Air bày tỏ: "Chúng tôi mong rằng Chính phủ tin tưởng ở kinh tế tư nhân, ở doanh nghiệp, hãy

tập trung phát triển vào khu vực kinh tế tư nhân. Hỗ trợ hình thành các tập đoàn kinh tế tư nhân có sức mạnh và thương hiệu quốc gia, quốc tế, đồng thời thúc đẩy các doanh nghiệp vừa và nhỏ, khu vực nông nghiệp nông thôn, các công ty khởi nghiệp".

Trước cộng đồng doanh nghiệp, Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc khẳng định sẽ tiếp tục đẩy mạnh cải cách "trao cơ hội phát triển cho mọi loại hình doanh nghiệp, đặc biệt giải phóng nguồn lực cho doanh nghiệp, người dân, các thành phần kinh tế như FDI, hợp tác xã, hộ cá thể... trong đó kinh tế tư nhân là một trong những thành phần quan trọng". Chỉ khi được đối xử bình đẳng, được trao cơ hội, doanh nghiệp Việt mới có thể trở thành "khổng lồ" như cách đặt vấn đề của người đứng đầu Chính phủ.

Trong bối cảnh đại dịch COVID-19, chặng đường phía trước sẽ không hề dễ dàng, thậm chí còn khó khăn và

phức tạp hơn chặng đường đã đi qua. Với tốc độ tăng trưởng tương tự như mức tăng trung bình của 3 thập niên qua thì đến năm 2045, quy mô GDP của Việt Nam ước tính sẽ đạt mức khoảng 2.500 tỉ USD, thu nhập bình quân đầu người khoảng gần 18.000 USD/năm. Mục tiêu này thực sự là một thách thức lớn vì khi thu nhập ngày càng cao, việc đạt thêm phần trăm tăng trưởng sẽ càng khó khăn hơn.

Nhưng Việt Nam luôn có khát vọng và không ngừng phấn đấu nhằm hiện thực hóa mục tiêu 2045. Việc Chính phủ quan tâm đẩy mạnh tổ chức đối thoại, lắng nghe những ý kiến của các doanh nhân, đồng thời tăng cường tháo gỡ những vướng mắc để đội ngũ doanh nhân làm tốt sứ mệnh của mình sẽ tạo thêm động lực và điều kiện giúp cộng đồng doanh nghiệp đóng góp cho mục tiêu phát triển của đất nước.

ĐỨC ANH





ÔNG VŨ BÁ PHÚ:

XUẤT KHẨU TRỰC TUYẾN VÀ LỢI NHUẬN THỰC TẾ SINH ĐỘNG

Năm 2020, xuất khẩu (XK) trực tuyến là một trong những kênh hiệu quả để doanh nghiệp tiếp cận mọi thị trường và khách hàng, qua đó đưa sản phẩm ra thế giới trong bối cảnh đại dịch Covid-19 khiến các chuỗi cung ứng toàn cầu bị đứt gãy. Các DN cần nhận thức rõ XK trực tuyến không còn là xu thế mà đã trở thành thực tế. Và thực tế XK trực tuyến đã và đang mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp, qua đó có những đóng góp nhất định vào hoạt động xuất khẩu nói chung...

Cuộc trao đổi giữa phóng viên Tạp chí Thương hiệu Việt/Doanh nghiệp Việt Nam với ông Vũ Bá Phú - Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) sẽ làm rõ hơn những nội dung trên.

Năm 2020, XK trực tuyến là một trong những kênh hiệu quả để doanh nghiệp tiếp cận tới mọi thị trường trong bối cảnh Covid-19. Ông đánh giá như thế nào về loại hình XK này?

Trước tiên, có thể nói rằng, XK trực tuyến không còn là xu thế mà ta cần hiểu đây là thực tế. Do đó, các doanh nghiệp cần nhận thức rõ để triển khai hoạt động hiệu quả. Với XK trực tuyến, hiệu quả có thể được nhìn nhận từ nhiều góc độ.

Đối với DN, hoạt động XK trực tuyến mang lại hiệu quả về chi phí, thời gian và nhân lực trong khi vẫn duy trì và phát triển tốt quan hệ với đối tác ở các vị trí địa lý khác nhau một cách hiệu quả chỉ cần với công cụ đơn giản là máy tính có kết nối internet và nhấp chuột. Đơn cử, việc mở các cửa

hàng bán hàng trực tuyến trên các sàn thương mại điện tử sẽ hiệu quả về chi phí hơn rất nhiều việc mở văn phòng đại diện hay cửa hàng trực tiếp. Tất nhiên, mỗi loại hình kinh doanh có những đặc thù riêng và việc so sánh chỉ là tương đối vì còn tùy thuộc vào mục tiêu kinh doanh và loại sản phẩm. Việc giao dịch và tiếp xúc với khách hàng nhanh chóng và thuận tiện giúp tiết kiệm thời gian, giảm bớt các thủ tục.

Nhìn nhận đúng và hiểu rõ cách thức XK trực tuyến là một bước tiến trong nhận thức. Từ việc hiểu đúng đắn, doanh nghiệp sẽ xác định được hướng đi, có những quyết sách hợp lý về nguồn lực, lựa chọn sản phẩm phù hợp và đánh giá được những khó khăn và thách thức trong quá trình triển khai.

XK trực tuyến thành công giúp DN nâng cao năng lực về ứng dụng công nghệ thông tin trong xúc tiến thương

mại để bán hàng và xuất khẩu hiệu quả. Các kết nối thành công là kết quả của cả một chuỗi những nỗ lực về xây dựng thông tin sản phẩm, marketing bán hàng, giao tiếp, nghiên cứu thị trường. Tất cả các hoạt động này đều được làm trên môi trường trực tuyến có nghĩa là người trực tiếp triển khai đã từng bước nắm vững kỹ năng và làm chủ công nghệ và thông tin.

Như ông nói ở trên, XK không còn là xu thế mà đã là thực tế. Vậy sự đóng góp của XK trực tuyến đối với XK nói chung trong năm 2020 như thế nào, thưa ông?

Trong năm 2020, xúc tiến XK trực tuyến là một trong những kênh hiệu quả cho DN tiếp cận khách hàng và thị trường, là kênh hiệu quả để đưa sản phẩm ra thị trường thế giới. Trong thời kỳ dịch bệnh bùng phát ở nhiều quốc gia, hành vi tiêu dùng và mua sắm của khách hàng đang thay đổi theo hình thức trực tuyến. Tư duy của các DN cũng thay đổi để đáp ứng yêu cầu thực tế để xúc tiến bán hàng và xuất khẩu hiệu quả. Khả năng giao dịch và bán hàng toàn cầu ngày một tăng cao.

Có thể thấy, XK trực tuyến thúc đẩy hoạt động xuất khẩu và mở rộng thị



Ông Vũ Bá Phú

trường hiệu quả. Trong điều kiện thị trường biến động, nhưng với sự hưởng ứng tích cực của các địa phương và cộng đồng doanh nghiệp, trong năm 2020, Cục XTTM tổ chức và phối hợp thực hiện thành công trên 500 hội nghị quốc tế trực tuyến với trên 1 triệu phiên giao thương trực tuyến cho các doanh nghiệp xuất-nhập khẩu Việt Nam. Các phiên giao thương này được tổ chức với các đối tác nước ngoài trên khắp 5 châu lục, trong đó có cả

các thị trường lớn, truyền thống như Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc, Hoa Kỳ, EU... đến các thị trường tiềm năng ở xa như Chile, Mexico, Trung Đông, Nam Á, châu Phi...

Hoạt động giao thương trực tuyến cũng đã kịp thời hỗ trợ các địa phương có nông sản, rau quả phụ thuộc mùa vụ cao như Bắc Giang, Hưng Yên, Yên Bái, Phú Thọ, Sơn La, Cà Mau, Đắk Lắk... vừa tiêu thụ hết vừa được giá. Đáng mừng là, cho đến nay, hình thức giao thương trực tuyến đã được Bộ Công thương phối hợp với các địa phương, hiệp hội và doanh nghiệp nhân rộng, phổ biến trên phạm vi cả nước và trở thành 1 hình thức kết nối, xúc tiến xuất khẩu hiệu quả.

Không chỉ có nông sản, rau, quả, theo thống kê sơ bộ, hàng triệu lượt doanh nghiệp Việt Nam và nước ngoài đã được hỗ trợ kết nối giao thương trực tuyến qua các hội nghị chuyên đề trong các lĩnh vực dệt may, da giày, rau quả, sản phẩm gỗ và thủ công mỹ nghệ. Các mặt hàng tham gia giao thương đa dạng phục vụ xuất khẩu (như sản phẩm phòng dịch, nông sản, thực phẩm, sản phẩm tiêu dùng,



trang trí nội ngoại thất và vật liệu xây dựng, giày dép, sản phẩm thể thao...) cũng như nhu cầu nhập khẩu đầu vào phục vụ sản xuất trong nước.

XK trực tuyến đã trở thành kênh xuất khẩu quan trọng cho các nhà xuất khẩu Việt Nam. Cục XTTM có các trình hỗ trợ doanh nghiệp như thế nào trong năm 2020 và năm 2021, thưa ông?

Cục XTTM đã tiên phong thí điểm hoạt động XTTM trên nền tảng số như tổ chức Hội nghị giao thương trực tuyến; Tổ chức và tham gia các Hội chợ ảo, triển lãm, gian hàng trực tuyến, đẩy mạnh hỗ trợ DN xuất khẩu qua các sàn TMĐT lớn trên thế giới (Amazon, Alibaba, Global source...); Tuyên truyền, quảng bá sản phẩm thương hiệu Việt Nam; Đào tạo, tập huấn online...

Để thích ứng với các kịch bản và giải pháp phục hồi nền kinh tế đang được

Chính phủ chỉ đạo thực hiện nhằm giúp nền kinh tế vượt qua khó khăn và có thể đón các cơ hội mới sau đại dịch, tận dụng cơ hội từ các FTA đặt ra sự cần thiết phải điều chỉnh nói chung cho cả nền kinh tế cũng như riêng cho hoạt động thương mại, xuất nhập khẩu. Đối với công tác xúc tiến thương mại, trên cơ sở đánh giá kết quả bước đầu triển khai XTTM trực tuyến thời gian vừa qua, chúng tôi nhận định cần các giải pháp đồng bộ nhằm nâng cao hiệu quả ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động XTTM:

Về mặt cơ chế, chính sách, Cục XTTM - Bộ Công Thương đã kịp thời đề xuất Bộ Công Thương ban hành sửa đổi, bổ sung một số quy định mới, ứng phó hiệu quả trong bối cảnh thiên tai, dịch bệnh nhằm tạo hành lang pháp lý phù hợp và thuận lợi để các tổ chức, doanh nghiệp trong nước đẩy mạnh việc ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động xúc

tiến thương mại, xúc tiến xuất khẩu, quảng bá thương hiệu thông qua môi trường kỹ thuật số.

Về phương thức triển khai cụ thể, trong thời gian tới, Cục XTTM sẽ trực tiếp triển khai và hướng dẫn, phối hợp các địa phương, tổ chức XTTM trong cả nước đẩy mạnh ứng dụng CNTT vào XTTM như: Hội nghị, kết nối giao thương, đào tạo, tập huấn trực tuyến; Tham gia gian hàng trực tuyến của các hội chợ - triển lãm lớn, uy tín trên thế giới hoặc Tổ chức hội chợ, triển lãm trực tuyến cho các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam; Triển khai hệ thống truy xuất nguồn gốc; Xúc tiến thương mại và hệ thống dữ liệu dùng chung về XNK như mặt hàng, thị trường...

Đặc biệt, Cục XTTM đang xây dựng và thiết lập hoàn chỉnh ứng dụng Hệ sinh thái xúc tiến thương mại (App trên web và điện thoại thông minh - VECOBIZ): là một nền tảng tích hợp



các dịch vụ XTMM như quản lý hội chợ, triển lãm, sự kiện XTMM, kết nối B2B, tư vấn, đào tạo, truy xuất xúc tiến thương mại..., đặt mục tiêu giới thiệu cho các doanh nghiệp Việt Nam và quốc tế khai thác từ giữa Quý 2/2021.

Để huy động và chuẩn bị tốt các nguồn lực triển khai cho hệ thống XTMM của Việt Nam, Cục XTMM sẽ tăng cường các hoạt động tuyên truyền, phổ biến, đào tạo cho các doanh nghiệp, tổ chức hỗ trợ kinh doanh, cán bộ phụ trách XTMM của các địa phương, hiệp hội nhằm nâng cao năng lực tiếp cận các hình thức XTMM trực tuyến mới; đồng thời thông qua các lớp đào tạo, cung cấp thông tin về thị trường, ngành hàng, nhu cầu xuất – nhập khẩu đến các doanh nghiệp.

Nếu DN chuẩn hóa, số hóa tất cả các kênh thì khả năng tiếp cận của người nhập khẩu rất lớn. Tuy nhiên, nhiều ý kiến cho rằng, doanh nghiệp Việt Nam chưa chuyên nghiệp nên gặp khó khăn trong XK trực tuyến. Vậy ông có lời khuyên nào cho các DN Việt Nam, đặc biệt là các DNNVV để hoạt động hiệu quả hơn trong thời gian tới?

Thực tế, trong thời kỳ dịch bệnh, có thể thấy DN Việt Nam có nhiều những thay đổi tích cực trong tư duy và nhận thức để kịp thời điều chỉnh và vươn lên trong khó khăn. Việc chưa chuyên nghiệp có thể nhìn nhận ở góc độ như năng lực còn hạn chế, nhận thức chưa thực sự toàn diện hay hạn chế về nguồn lực của chính doanh nghiệp. Thời gian qua, hoạt động ứng dụng nền tảng công nghệ trong XK của VN đã có những bước phát triển vượt trội. Trước đây, hoạt động xuất nhập khẩu nói chung chỉ dành cho các DN có quy mô lớn, tiềm lực kinh tế, tài chính cao. Nhưng hoạt động XK trực tuyến đã thay đổi chiều hướng này, trên môi trường mạng, các DN siêu nhỏ, nhỏ và vừa cũng có cơ hội bình đẳng trong tiếp cận khách hàng, đàm phán và thỏa thuận các điều khoản trong kinh doanh.

Như đã nêu ở trên, hoạt động thương mại điện tử, xuất khẩu trực tuyến

không còn là xu thế mà đã trở thành thực tế. Do đó, tất cả các doanh nghiệp cần nhận thức rõ thực tế này để điều chỉnh hoạt động hiệu quả. Thông qua thực tế hoạt động, chúng tôi nhận thấy rằng DN muốn XK trực tuyến hiệu quả, cần cần nhắc một số điều kiện cần và đủ để phát triển xuất khẩu trực tuyến, cụ thể:

Điều kiện đầu tiên đó là ngoại ngữ. Muốn xuất khẩu cả trực tiếp và trực tuyến thành công, DN cần có nhân sự biết ngoại ngữ và giỏi về ngoại ngữ chuyên ngành để có thể chuyển tải thông tin và xử lý thông tin hiệu quả. Đây có thể coi là một điều kiện cần bản đầu tiên trong hoạt động XK.

Thứ hai, chủ doanh nghiệp phải là người nhận thức rõ về hoạt động chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ thông tin hiệu quả trong hoạt động sản xuất, kinh doanh và xuất khẩu. Nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa còn khá lúng túng khi chưa biết bắt đầu từ đâu, hay còn “ngại thay đổi” vì còn chưa thực sự hiểu rõ về bản chất của hoạt động chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ thông tin để xúc tiến xuất khẩu thành công. Trên thực tế, mỗi DN có xuất phát điểm khác nhau, tiềm lực về nguồn lực và định hướng khác nhau, do đó, việc ứng dụng CNTT sẽ không thể có một bài toán chung cho tất cả, DN hoàn toàn có thể tiến hành chuyển đổi số từ những gì thực tế doanh nghiệp đang có, và điều tiên quyết là cần có những đơn vị tư vấn chuyên môn thật sự chuyên nghiệp đồng hành để hoạt động hiệu quả, tiết kiệm chi phí.

Thứ ba, hoạt động xuất khẩu trực tiếp hay trực tuyến cần phải dựa trên chiến lược phát triển của doanh nghiệp. Có thể nói, đây là một điểm hạn chế của các DN nhỏ và vừa của chúng ta trong sản xuất kinh doanh cũng như xuất khẩu. Theo khảo sát nhanh của chúng tôi thông qua các sự kiện trực tiếp của Cục XTMM, hầu như các DN nhỏ và vừa vẫn thiếu chiến lược hoạt động bài bản, xác định thị trường mục tiêu còn cảm tính và chưa hiểu rõ về xu hướng sản phẩm. Từ thực tế này, việc quyết định

sản xuất và bán hàng còn dựa nhiều vào việc “chạy theo” thị trường chứ chưa thực sự hiểu rõ, nắm bắt được xu hướng để từ đó có thể chủ động và hướng đến dẫn dắt thị trường.

Thứ tư, DN cần nâng cao kỹ năng tìm kiếm thông tin, phân tích thông tin và nghiên cứu thị trường trên môi trường mạng, từ đó, nâng cao năng lực nhận biết và quản trị rủi ro trong thương mại quốc tế. XK trực tuyến ngoài việc mang lại nhiều lợi thế về thời gian, chi phí và tương tác thì cũng tiềm ẩn khá nhiều những rủi ro về xác thực thông tin mà những DN ít kinh nghiệm có thể chưa nhận biết được.

DN của chúng ta cũng nên rèn luyện thói quen nghiên cứu và nắm bắt môi trường kinh doanh, tìm hiểu kỹ lưỡng nội dung về các hiệp định thương mại tự do và các xu hướng, chính sách của các quốc gia về quy định ưu đãi thuế quan hay hàng rào phi thuế quan. Đây là một nội dung rất quan trọng nhưng đa phần DN còn chưa thực sự hiểu hoặc chưa biết cách tìm hiểu và nắm bắt thông tin, phục vụ hoạt động kinh doanh của mình. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cần tích cực phối hợp với tổ chức XTMM xây dựng kế hoạch và tham gia triển khai hoạt động XTMM đảm bảo hoạt động XTMM sát thực, khả thi, hiệu quả; quyết tâm, mạnh dạn đầu tư kinh phí cho XTMM trong và ngoài nước, nâng cao năng lực cho đội ngũ nhân sự làm công tác XTMM nhằm chuyên nghiệp hóa năng lực thực thi và tối đa hóa hiệu quả các hoạt động xúc tiến thương mại.

Đặc biệt, dù XK trực tuyến đã và đang mang lại nhiều lợi ích cho DN nhưng đây không phải là “một phép màu” duy nhất. Ngoài việc làm chủ các kỹ năng kinh doanh trực tuyến, DN cũng cần linh hoạt vận dụng và phối kết hợp các hình thức trực tiếp và trực tuyến để luôn có được góc nhìn đa chiều về khách hàng, thị trường và tăng năng lực chủ động ứng phó với các tình huống trong kinh doanh.

Xin cảm ơn ông!

NGUYỆT MINH (thực hiện)

TÌM CỜ HỘI TRONG THỜI KHỦNG HOẢNG

Giáo sư George Day và Gregory Shea của Đại học Wharton (Mỹ) cho rằng, đại dịch Covid-19 đang giúp nhiều doanh nghiệp, tổ chức nhận ra những sai lầm của mình. Hai nhà khoa học cũng nhận định đầu tư vào những nhân tài đổi mới sáng tạo có thể giúp doanh nghiệp chuẩn bị và ứng phó tốt với những bất trắc trong tương lai.



Hoạt động đổi mới sáng tạo được đẩy mạnh và tăng cường mãnh liệt sau đại dịch Covid-19 đến mức người ta ví như việc voi cũng cần nhảy nếu chúng buộc phải làm như vậy để tồn tại. Các công ty đang chuyển động nhanh hơn và chấp nhận rủi ro lớn hơn những gì chúng ta có thể tưởng tượng trước đây.

Đại dịch xảy ra làm gia tăng nhiều xu hướng đổi mới sáng tạo. Đây chính là động lực khiến nhiều doanh nghiệp, tổ chức xem xét lại các phương pháp đổi mới sáng tạo cũ không thích hợp được thiết lập trước đây. Chẳng hạn như cách ly xã hội đã mang đến sự thay đổi đối với các phương thức

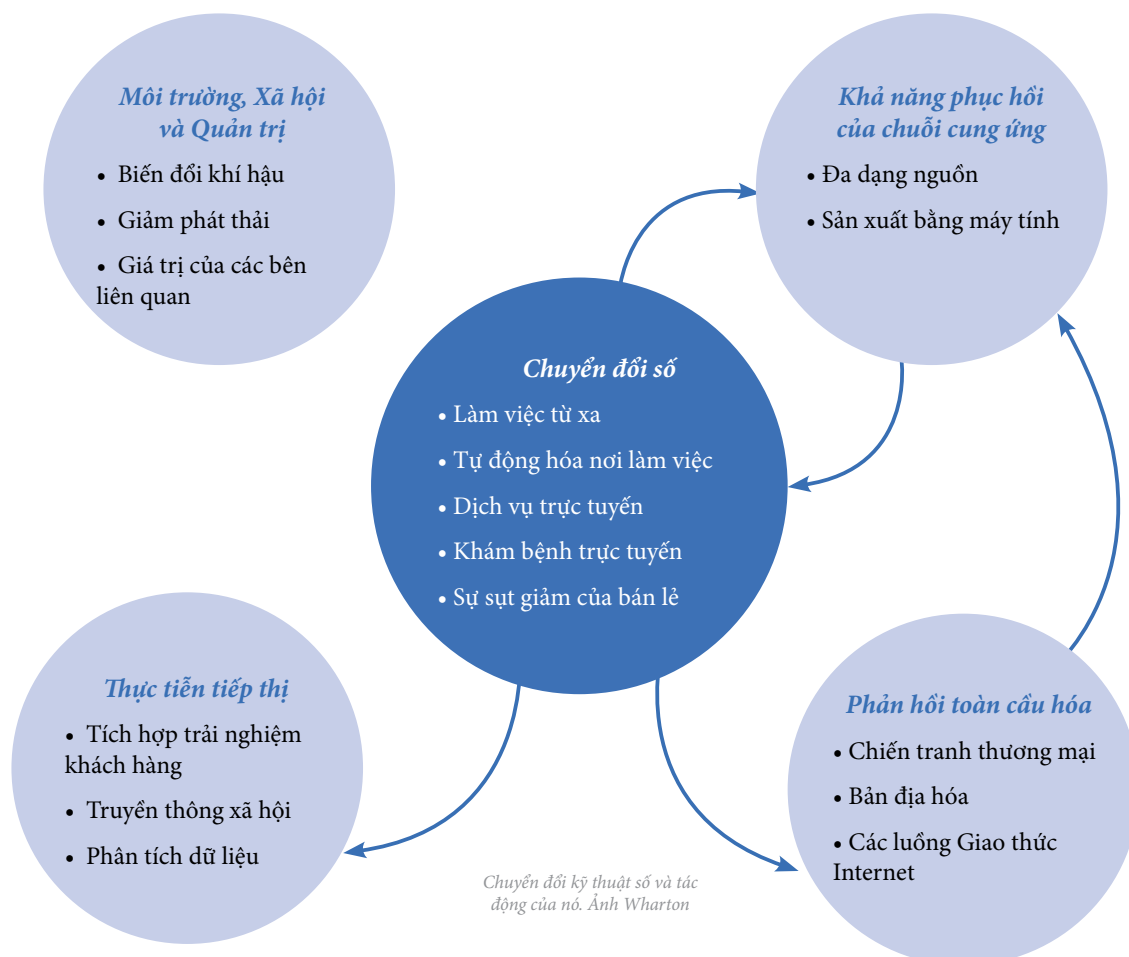
làm việc trực tuyến và nền tảng chia sẻ nhóm đồng thời tạo ra các cơ hội mới. Sự chuyển đổi kỹ thuật số của các ngành công nghiệp không dừng lại vì đại dịch Covid-19.

Một câu hỏi được đặt ra là làm thế nào để tránh quay lại các bước rườm rà và thận trọng quá mức cũng như việc ra quyết định không thích hợp, rủi ro gây trở ngại cho hiệu quả của đổi mới sáng tạo ở nhiều tổ chức. Hiện nhiều tổ chức có nhu cầu cấp bách về kiến thức nhằm thay đổi các phương pháp tiếp cận đổi mới sáng tạo để ra quyết định và ưu tiên cho những cơ hội cần nắm bắt.

Trong hoàn cảnh đó, hai giáo sư George Day và Gregory Shea đã công bố giải pháp cho vấn đề này. Nghiên cứu của họ xác định các động lực đổi mới cơ bản giúp phân biệt các nhà lãnh đạo tăng trưởng hữu cơ (tăng

trưởng thông qua mở rộng doanh thu, có lợi nhuận được tạo ra từ nội bộ) với những người tụt hậu, cung cấp những hướng dẫn đã được thử nghiệm cho các nhóm lãnh đạo này để họ có thể kiểm tra về vị trí và cách thức đặt trọng tâm của họ.

Có ba phương thức khá quen thuộc với những người áp dụng đổi mới sáng tạo nhưng tác động của chúng sẽ tăng lên khi được các lãnh đạo đặc biệt chú ý đến. Chúng được coi là những quy tắc đơn giản, tránh sự nhầm lẫn và pha loãng nỗ lực do phân tán quá nhiều đòn bẩy tổ chức cùng một lúc, đồng thời chúng tập trung và ưu tiên những nỗ lực của đội ngũ lãnh đạo để cải thiện công việc đổi mới sáng tạo trong tương lai.





Để xác định ba yếu tố thúc đẩy đòn bẩy tốt nhất, hai giáo sư trên đã tiến hành khảo sát và đánh giá 18 động lực đổi mới được đánh giá cao nhất về hiệu quả tăng trưởng trong 192 tập đoàn toàn cầu. Kết quả, họ đã tìm ra ba động lực có tác động mạnh mẽ nhất giúp các công ty dẫn đầu về tăng trưởng vượt trội những công ty khác. Ba động lực được nói đến này bao gồm:

1. Đầu tư vào tài năng đổi mới, sáng tạo. Đội ngũ lãnh đạo bật đèn xanh cho đổi mới sáng tạo bằng những khoản đầu tư lớn về nguồn lực và thời gian.
2. Áp dụng phương pháp đổi mới sáng tạo từ bên ngoài. Khởi đầu bằng cách tìm hiểu trên diện rộng các xu hướng và nghiên cứu một cách sâu sắc về nhu cầu mới của khách hàng.
3. Khuyến khích chấp nhận rủi ro một cách thận trọng. Các tổ chức đổi mới sáng tạo nuôi dưỡng khả năng chấp nhận rủi ro bằng cách chấp nhận các thử nghiệm nhanh chóng, có thể thất bại nhưng sớm rút ra bài học từ những thất bại về đổi mới sáng tạo đó.

Các công ty áp dụng những động lực đổi mới này nhanh và tốt hơn sẽ có lợi thế mà các đối thủ sẽ không dễ dàng vượt qua.



TĂNG ĐẦU TƯ VÀO TÀI NĂNG ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Đổi mới sáng tạo đòi hỏi những nỗ lực sáng tạo và bền bỉ khi đối mặt với những thất bại thường xuyên. Vì vậy, không có gì ngạc nhiên khi cam kết tiếp tục đầu tư vào tài năng đổi mới sáng tạo là giải thích tốt nhất cho lãnh đạo tăng trưởng. Các giám đốc điều hành cấp cao của các công ty phát triển nhanh nhất đặc biệt chú ý đến việc nuôi dưỡng các trưởng nhóm, giám đốc dự án và quản lý chương trình, những người ủng hộ và dẫn dắt các sáng kiến đổi mới sáng tạo.

Các nhà lãnh đạo tăng trưởng đang củng cố vị thế dẫn đầu bằng cách duy trì đà đổi mới trước đây của họ, cũng như khiến các đối thủ đang

phát triển chậm hơn họ buộc phải lùi bước. Họ có khả năng đầu tư lâu dài hơn. Khoản đầu tư tốt nhất của họ là tài năng đổi mới sáng tạo, bắt đầu bằng việc giữ chân những nhân lực “tiềm năng cao” và tài năng hàng đầu của họ để sẵn sàng mở rộng quy mô nhanh khi dấu hiệu của sự phục hồi sớm bắt đầu.

Họ cũng đang nhìn thấy cơ hội để phát hiện tài năng trong đội ngũ nhân sự kế cận của mình, lấp đầy lỗ hổng trong tổ chức và củng cố năng lực đổi mới sáng tạo cốt lõi bằng cách thu hút nhân tài từ các công ty nhỏ yếu hơn. Họ đang tuyển dụng những người giỏi nhất đang làm việc cho các đối thủ yếu hơn vốn đã phải dùng tuyển dụng nhân sự, thậm chí là cắt giảm lương.

Để đánh giá xem đầu tư vào tài năng đổi mới sáng tạo có phải là ưu tiên của một lãnh đạo của tổ chức chúng ta hay không, hãy đặt những câu hỏi sau: Chúng ta có coi tài năng đổi mới là nguồn lực khan hiếm nhất của chúng ta không? Chúng ta đã đầu tư để hiểu sâu sắc và phát triển năng lực của các lãnh đạo đổi mới sáng tạo chưa? Chúng ta có xem xét một ứng viên tuyển dụng được lựa chọn bởi tài năng đổi mới sáng tạo mà chúng ta muốn thuê không? Nếu không thì tại sao? Chúng ta đang thực hiện những bước đi nào để giữ chân những người đổi mới sáng tạo tiềm năng nhất?

TIẾP CẬN SỰ ĐỔI MỚI TỪ BÊN NGOÀI

Các nhà lãnh đạo tăng trưởng thường nói rằng tất cả các quản lý cấp cao của họ rất chú ý tới ý kiến của khách hàng và nhu cầu mới của họ. Đây là một đặc điểm nổi bật trong cách tiếp cận của nhà lãnh đạo tăng trưởng trong việc cảm nhận cơ hội bắt đầu từ những gì đang diễn ra trên thị trường. Nó được thúc đẩy bởi sự hiểu kỳ lớn về những hành vi bên ngoài thị trường, là tiền đề của những sự thay đổi sắp tới.

Để xem xét liệu cách tiếp cận phổ biến nên là từ ngoài vào trong hay từ trong ra ngoài, những câu hỏi sau đây rất hữu ích: Chúng ta có bắt đầu quá trình phát triển đổi mới sáng tạo với bản đồ công nghệ hoặc bản đồ sản phẩm so với bản đồ trải nghiệm khách hàng không? Chúng ta có đang trao đủ quyền tự chủ cho những người làm việc ở bên ngoài của tổ chức không? Chúng ta đầu tư bao nhiêu vào việc tìm kiếm cơ hội thay vì phản ứng với các ý tưởng từ nghiên cứu phát triển (R&D), hoạt động và lực lượng bán hàng?

Adobe đã chuyển Photoshop - phần mềm chỉnh sửa hình ảnh của mình - từ phần mềm đóng hộp (tức là bản quyền riêng cho từng khách hàng cá nhân-PV) sang dịch vụ trên đám mây bằng cách xem cách hình dung

lại quá trình sáng tạo của khách hàng hiện tại và khách hàng tiếp theo của công ty. Họ cũng dự đoán rằng các đối thủ trong không gian kỹ thuật số - như các tập đoàn Microsoft và Oracle - có thể nhìn thấy cơ hội tương tự và muốn đánh bại họ bằng cách tham gia thị trường trước.

Một đặc điểm khác của tư duy bên ngoài là tìm kiếm các cơ hội mới được tạo ra bởi sự tương tác giữa các xu hướng đã và đang diễn ra. Một công ty đã tạo bản đồ vấn đề để hình dung một số khả năng cần xem xét. Họ đang tìm kiếm sự kết hợp của một số xu hướng có thể dẫn đến cơ hội mới nổi (những đường giao giữa các bong bóng có thể là nguồn gốc của các đổi mới sản phẩm hoặc mô hình kinh doanh).

KHUYẾN KHÍCH CHẤP NHẬN RỦI RO MỘT CÁCH THẬN TRỌNG

Tất cả các đội ngũ lãnh đạo đều lo lắng về triển vọng của các sáng kiến cải tiến của họ. Nhưng cách các công ty đối phó với sự không chắc chắn không thể giải quyết này giúp ta thấy được đâu là các nhà lãnh đạo tăng trưởng và đâu là những người tụt hậu. Các nhà lãnh đạo được phân biệt bằng cách (1) học hỏi từ những thất bại của họ, (2) chia sẻ rủi ro với các đối tác phát triển của họ, và (3) khoanh vùng và quản lý những rủi ro này bằng các thử nghiệm nhỏ,

có tổ chức. Họ đưa ra những gợi ý từ các bộ phận nghiên cứu để điều chỉnh các khái niệm như tạo mẫu nhanh, thử nghiệm tiết kiệm và phương pháp luận tinh gọn.

Văn hóa khuyến khích chấp nhận rủi ro thận trọng hay áp dụng lập trường an toàn trước thất bại có thể được hé lộ bằng những câu trả lời thẳng thắn cho những câu hỏi sau: Các thử nghiệm được coi là cơ hội học hỏi hay là nguồn gốc của sự chậm trễ và sai lầm tốn kém? Chúng ta có khuyến khích các thử nghiệm nhỏ, nhanh chóng để thỏa mãn sự tò mò đổi mới sáng tạo hoặc kiểm tra các giả thuyết không? Chúng ta có coi các thử nghiệm là bước đầu tiên trong quá trình ra mắt sản phẩm không? Chúng ta tích cực xây dựng và tham gia vào các mạng lưới đổi mới sáng tạo bên ngoài ở mức độ nào?

Đại dịch toàn cầu đã thúc đẩy các lãnh đạo bắt tay vào hành động trong khi các xu hướng tăng tốc đang diễn ra. Điều này đang tạo ra những cơ hội mới cho các nhà lãnh đạo tăng trưởng hữu cơ có khả năng nắm bắt tốt nhất. Bằng cách làm khác biệt, trao cho những người giỏi nhất của họ không gian để đổi mới nhanh chóng và nắm bắt cơ hội trước các đối thủ, những nhà lãnh đạo tăng trưởng này sẽ tiếp tục duy trì vai trò dẫn đầu của họ lâu hơn nữa.

KHÁNH CHI (theo Weforum)

ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ SAU THU HOẠCH NÔNG SẢN:

“CÁI KHÓ BỎ CÁI KHÔN”

Với việc nông sản thất thoát nhiều trước khi đến được tay người tiêu dùng đã làm giá trị gia tăng của nền nông nghiệp Việt Nam ở mức thấp hơn tiềm năng và kỳ vọng, cũng là rào cản lớn trong cải thiện thu nhập cho nông dân, các trang trại. Chính vì vậy, phát triển công nghệ bảo quản cho nông sản là vô cùng quan trọng, nhưng “cái khó bó cái khôn”...

ĐIỂM NGHÈN LỚN

Theo các chuyên gia, tổn thất sau thu hoạch đối với các loại nông sản ở Việt Nam như lương thực, rau, quả, thủy sản... là khá cao do nhiều nguyên nhân, trong đó có sự ảnh hưởng của khí hậu nhiệt đới gió mùa, nóng ẩm và cơ sở hạ tầng cũng

như việc áp dụng công nghệ sau thu hoạch còn hạn chế.

Các thông tin đều ước tính tổn thất sau thu hoạch đối với rau, củ, quả vào khoảng 10-20%, đặc biệt với các loại rau ăn lá lên đến khoảng trên 30%, còn các

loại quả vào khoảng trên 25%. Trong đó tổn thất do mất nước ở quá trình sơ chế, bảo quản, tiêu thụ,...chiếm đến 75-85% và còn lại là tổn thất chất khô do quá trình hô hấp của rau, quả.

Hiện nay tại Việt Nam, việc cung ứng thực phẩm tươi chủ yếu vẫn từ đồng ruộng đi thẳng đến các chợ truyền thống, siêu thị mà không có bất cứ hình thức bảo quản nào trước khi đến tay người tiêu dùng.

Các sản phẩm này sau khi được người nông dân thu hoạch sẽ được thương lái thu mua vận chuyển lên xe và phân phối đến chợ đầu mối, nhà hàng, siêu thị. Trong khi đó, người



Nông sản thất thoát nhiều trước khi đến được tay người tiêu dùng là rào cản lớn trong việc cải thiện thu nhập cho nông dân, các trang trại.

CẢI: TÚI BẢO QUẢN GALAXY BIOTECH GIÚP TƯƠI LÂU, GIỮ VITAMIN VÀ DINH DƯỠNG TRONG RAU QUẢ

Mustard Green: GALAXY BIOTECH's Bag helps fruits & Vegetables fresher



Từ nguyên liệu là tinh bột sắn khi kết hợp với việc sử dụng Nano trong cấu thành vật liệu sẽ giúp tăng khả năng bảo quản nông sản.

tiêu dùng Việt Nam chủ yếu vẫn chọn kênh thương mại truyền thống như chợ, cửa hàng tạp hoá để mua - bán. Những kênh này thường không có hệ thống bảo quản khiến nhiều thực phẩm tươi như rau củ, hoa quả... nhanh hỏng, gây thất thoát, lãng phí lớn.

Theo PGS. TS Nguyễn Thị Bích Thủy - Trưởng Bộ môn Công nghệ sau thu hoạch, Học viện Nông nghiệp Việt Nam, không khó để có thể nhận thấy công nghệ sau thu hoạch của chúng ta vẫn còn khá hạn chế nếu như không nói là còn tương đối yếu.

“Những câu chuyện về giải cứu các mặt hàng nông sản liên tục trong những năm gần đây là minh chứng cho thấy công nghệ sau thu hoạch của chúng ta vẫn còn nhiều vấn đề cần được giải quyết”, bà Thủy nói.

Các chuyên gia kinh tế cũng cho rằng, ở nước ta, việc ứng dụng cơ giới hóa trong thu hoạch chưa được chú trọng đầu tư dẫn đến thiếu hệ thống bảo quản, thiếu máy móc công nghệ phục vụ chế biến sâu. Thực tế, những công nghệ bảo quản nông sản như: chiếu xạ, bảo quản thực phẩm đông lạnh CAS, bao gói khí điều biến (MAP), bảo quản bằng chế tạo màng phủ,... đã được một số doanh nghiệp chế biến

nông sản áp dụng nhưng chủ yếu được thực hiện lẻ tẻ, chưa đồng bộ và rộng khắp.

Điều này cũng xuất phát từ phương thức canh tác và tiêu thụ nông sản lâu nay của người dân, chủ yếu là bán tươi sản phẩm ngay tại ruộng cho thương lái hoặc bảo quản sơ sài tại nhà. Trong khi đó, các doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu nông sản của nước ta chủ yếu là xuất khẩu thô, tỷ lệ chế biến tinh rất thấp cho nên hầu hết chưa chú trọng đầu tư trang bị các máy móc công nghệ cao để bảo quản sản phẩm sau thu hoạch.

Đây chính là rào cản lớn trong việc cải thiện thu nhập cho nông dân, tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp, kéo theo giá trị gia tăng của nền nông nghiệp Việt Nam luôn ở mức thấp hơn tiềm năng.

KHUYẾN KHÍCH DOANH NGHIỆP ĐẦU TƯ

Trao đổi với Tạp chí Doanh nghiệp Việt Nam Thương Hiệu Việt, Đại diện Công ty Cổ phần Galaxy Biotech chia sẻ: Việt Nam hàng năm xuất khẩu hàng tỷ đô rau quả trái cây, với tỷ lệ hư hao lớn khiến giá trị nông sản của Việt Nam ở mức thấp, nguyên nhân một phần do chưa có biện pháp hiệu

quả giúp giải bài toán bảo quản trước và sau thu hoạch.

Mặt khác, việc sử dụng túi nhựa trong khâu bảo quản nông sản phổ biến hiện nay cũng làm phát sinh thêm một bài toán “đau đầu” nữa đó là ô nhiễm rác thải nhựa. Với trăn trở đó Công ty đã kết hợp giữa nguyên liệu tự nhiên dồi dào ở nước ta là tinh bột sắn mỳ để cho ra đời sản phẩm bao bì bảo quản sinh học.

Theo đó, từ nguyên liệu chính là tinh bột sắn mỳ công nghiệp Việt Nam sau khi kết hợp với việc sử dụng Nano trong cấu thành vật liệu giúp tăng khả năng bảo quản nông sản, nhờ vậy sẽ góp phần nâng cao giá trị xuất khẩu các sản phẩm Việt Nam.

Tìm hiểu được biết, sản phẩm túi sinh học này do Công ty Biostarch là đơn vị sản xuất nguyên liệu và công ty Galaxy biotech là đơn vị phát triển sản phẩm. Sản phẩm bao gồm nhựa sinh học-một loại vật liệu được làm từ các thành phần sinh khối tái tạo như chất xơ, chất gỗ, tinh bột khoai tây, tinh bột sắn mỳ, táo biển, bơ,...

Đặc điểm thân thiện với môi trường của sản phẩm này là khả năng phân hủy sinh học. Những chiếc túi sẽ bị phân hủy thành các thành phần tự

nhiên, dưới tác động của vi khuẩn hoặc enzyme, giúp bảo vệ môi trường. Theo kết quả thử nghiệm ngày 11/10/2019 đối với mẫu “túi phân hủy sinh học” được đăng ký thử nghiệm tại Trung tâm kỹ thuật 3 đã cho thấy khả năng phân hủy của túi nhựa sinh học Galaxy Biostarch đến 93,27% chỉ sau 168 ngày. Trong khi đó, với túi nylon thì phải mất cả mấy trăm năm, tạo ra vấn đề nan giải với môi trường cho nhiều quốc gia trên thế giới.

Đơn vị này cho biết thêm, khi rau quả đựng bên trong túi sinh học sẽ được cân bằng độ ẩm, đẩy khí Ethylene và làm chậm quá trình chín, qua đó giữ được vitamin và sự tươi ngon của rau quả sau thu hoạch. Bên cạnh đó, túi được sản xuất với đủ kích cỡ (từ 30x40cm; 22x32cm; 45x60cm) đa dạng và phù hợp với nhiều hình dạng rau củ, quả khác nhau như chuối,

măng tây, cà rốt...

“Công ty đặt mục tiêu trở thành đơn vị cung cấp giải pháp bảo quản cho thực phẩm, dựa trên nguồn nguyên liệu bản địa phong phú tại Việt Nam. Đồng thời, chúng tôi luôn sáng tạo không ngừng, áp dụng các công nghệ mới và tạo ra các vật liệu mới thân thiện với môi trường, giúp thế hệ tương lai có một môi trường sống lành mạnh hơn,” đại diện công ty Galaxy Biotech cho hay.

Như đã nói ở trên, việc nông sản thất thoát nhiều trước khi đến được tay người tiêu dùng đã làm giá trị gia tăng của nền nông nghiệp ở mức thấp hơn tiềm năng, cũng là rào cản lớn trong việc cải thiện thu nhập cho nông dân, các trang trại. Phát triển công nghệ bảo quản cho nông sản là “chìa khóa” để giúp giảm được tổn

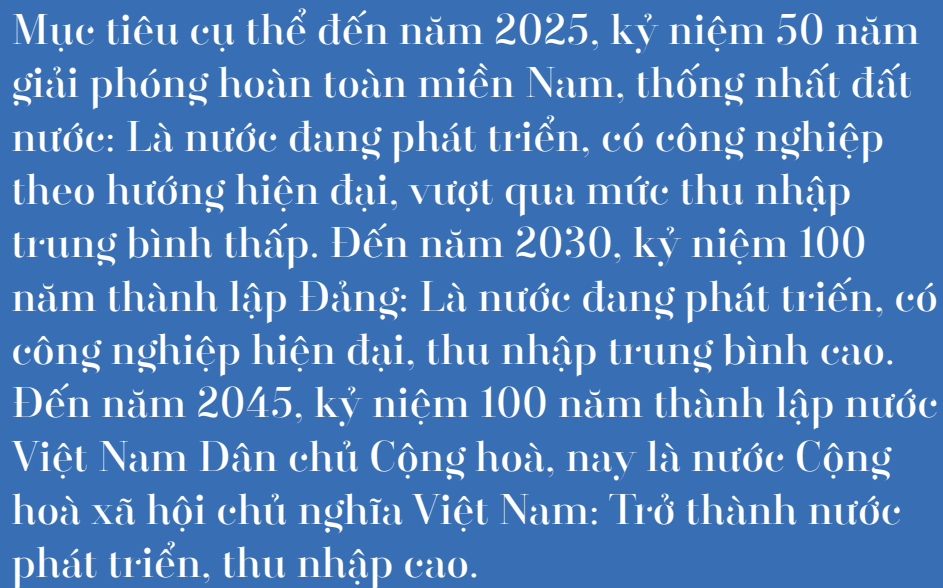
thất về số lượng và chất lượng, đồng thời đóng góp tích cực trong việc duy trì chất lượng nông sản.

Có ý kiến chia sẻ rằng, hiện nay việc ứng dụng công nghệ cao sau thu hoạch nông sản không chỉ người nông dân mà ngay cả doanh nghiệp vẫn còn gặp những khó khăn, nhất là về vốn đầu tư máy móc, trang thiết bị. Điều này cần có sự quan tâm và đầu tư nguồn ngân sách để hỗ trợ tín dụng cho người nông dân bởi điều kiện của họ còn eo hẹp. Nhà nước cũng cần có những chương trình đầu tư mà doanh nghiệp là đối tượng ưu tiên, là đối tượng trung tâm kết nối với nhà khoa học để đưa ra những công nghệ mới vào các lĩnh vực nông nghiệp nói chung cũng như công nghệ sau thu hoạch nói riêng.

ĐỨC LINH



Sản phẩm túi sinh học do Công ty Biostarch là đơn vị sản xuất nguyên liệu và công ty Galaxy biotech là đơn vị phát triển sản phẩm.





COVID-19

ĐỊNH HÌNH TƯƠNG LAI CỦA ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Sự đổi mới luôn cần có động lực. Nhu cầu vận chuyển hàng hóa và con người đã dẫn đến việc phát minh ra bánh xe. Làm việc theo ca trong cuộc Cách mạng Công nghiệp đã khuyến khích việc khai thác điện. Ngày nay, những điều đó có thể được nhìn thấy trong thời kỳ đại dịch Covid-19 hoành hành.

Song song với những khó khăn gây ra, Covid-19 cũng đang khơi dậy những sáng kiến mới. Các mục tiêu và quy trình đằng sau những đổi mới, sáng tạo này sẽ khác với các mục tiêu trước đại dịch. Vậy tương lai của sự đổi mới sáng tạo sẽ ra sao sau giai đoạn hậu Covid-19?

PHỤC HỒI SẼ TRỞ THÀNH MỤC TIÊU

Trước đại dịch Covid-19, hầu hết các sáng kiến đổi mới đều nhằm mục đích tăng lợi nhuận, chống lại các đối thủ cạnh tranh hoặc cả hai. Cuộc khủng hoảng đã khiến nhiều tổ chức đặt ra một mục tiêu đổi mới mới: khả năng phục hồi.

Covid-19 đã giúp các nhà lãnh đạo nhận ra những rủi ro về sức ì của doanh nghiệp. Jeff Wong - Giám đốc Đổi mới Toàn cầu của tập đoàn Earn&Young - giải thích: “Trong kỷ nguyên mới này hoặc trong tương lai, đổi mới sáng tạo sẽ là nền tảng cho khả năng phục hồi của các công ty, tổ chức. Điều đó sẽ thúc đẩy khả năng của một công ty thay đổi nhanh chóng để ứng phó với các nguy cơ bất ngờ và phát triển nhu cầu khách hàng”.



Sau đại dịch Covid-19, hình thức bán hàng curbside pickup đã trở nên rất phổ biến. Ảnh: Retailtouchpoints

Những phòng tập thể dục không thể cung cấp buổi học ngoài trời sẽ không thể tiếp tục tồn tại. Các rạp chiếu phim bắt đầu cho các hộ gia đình thuê toàn bộ rạp thay vì cố lấp đầy bằng cách bán vé riêng lẻ.

Đổi mới sáng tạo theo định hướng khả năng phục hồi không đơn giản như cải thiện giao diện hoặc nâng cấp bộ xử lý nhanh hơn. Các nhà lãnh

đạo cần phát triển các dây chuyền và quy trình dịch vụ đủ linh hoạt để xử lý các gián đoạn trên toàn xã hội.

NHẬN SỰ SẼ TRỞ THÀNH ĐIỂM NÓNG

Khi bạn nghĩ về đổi mới sáng tạo, bạn nghĩ đến bộ phận kinh doanh nào? Trước đây câu trả lời có lẽ là phát triển sản phẩm. Nhưng sau đại dịch,



Khi nghĩ về “đổi mới sáng tạo”, bạn nghĩ đến chức năng kinh doanh nào?

Ảnh: Getty

nó có thể sẽ là bộ phận nhân sự.

Khi Covid-19 tấn công, nhiều công ty đã cho phép nhân viên làm việc tại nhà nhưng kèm theo rất ít khuyến cáo, thậm chí ít quy trình được thực hiện hơn. Các vấn đề nhân sự đang âm ỉ kéo dài từ tình trạng kiệt sức đến đào tạo không đầy đủ, cho đến việc xử lý không an toàn các dữ liệu nhạy cảm, những điều này đã được các nhà lãnh đạo doanh nghiệp lưu tâm đặc biệt.

Tin tốt là những vấn đề này cho thấy sự thiếu chú ý đổi mới đối với các nhóm nhân sự. “Một khi các tổ chức đã giải quyết được câu hỏi cơ bản là làm thế nào để giữ an toàn cho nhân viên của họ khi họ quay lại môi trường văn phòng, họ sẽ cần xác định các cách để tiếp tục động lực đã

thiết lập trong việc thích ứng nhanh chóng với môi trường đang thay đổi”
- Wong lưu ý.

Công nghệ chắc chắn sẽ là một phần của giải pháp. Hầu hết mọi tổ chức hiện đã áp dụng các công cụ họp trực tuyến và phần mềm quản lý dự án. Các công nghệ tiên tiến hơn như blockchain và trí tuệ nhân tạo sẽ được sử dụng để bảo đảm các hợp đồng được ký kết từ xa và xác định các lỗ hổng ảnh hưởng đến hiệu suất làm việc của người lao động.

“TỐT NHẤT” SẼ ĐÁNH BẠI “ĐẦU TIÊN”

Lợi thế của người đi trước là rất lớn. Có thể cho rằng, vị trí của Amazon đứng đầu thế giới thương mại điện tử bắt nguồn từ thực tế rằng đây là cửa

hàng sách trực tuyến đầu tiên. eBay xây dựng trang đấu giá trực tuyến đầu tiên vào năm 1995 và tiếp tục là tên tuổi lớn trong lĩnh vực này.

Tuy nhiên, các sáng kiến đổi mới sáng tạo sau cuộc khủng hoảng Covid-19 có khả năng ưu tiên chất lượng hơn tốc độ. Những người đi trước ít được hưởng lợi thế hơn trong thời điểm thay đổi nhanh chóng. Fernando Saurz và Gianvito Lanzolla, hai giáo sư tại Đại học Northeastern và Trường Kinh doanh London chỉ ra rằng: “Sự phát triển trong cả công nghệ và thị trường dần dần cung cấp cho những người dẫn đầu những điều kiện tốt nhất để tạo ra một vị trí thống trị lâu dài”.

Một ví dụ điển hình là hình thức bán hàng curbside pickup (dịch vụ khách



Làm việc ở nhà thời Covid-19.

Ảnh: The Guardian



Những chiếc mũ dây sáng tạo, đảm bảo đúng cự ly 2m tại một quán cafe ở Đức.

Ảnh: Twitter/ Cafe & Konditorei Rothe

xuất ô tô đã trang bị lại dây chuyển lắp ráp của họ để sản xuất máy thở. Các công ty quần áo bắt đầu sản xuất khẩu trang.

Cuộc khủng hoảng đã nhắc nhở các công ty rằng điểm xoay cũng quan trọng như đối với các chức năng kinh doanh khác. Chuyển từ làm việc tại văn phòng sang làm việc từ xa - một mô hình xoay trục nhân sự - khiến nhiều công ty có thể tiếp tục hoạt động kinh doanh.

Bất chấp tầm quan trọng của điểm xoay, các công ty hiếm khi làm đúng. Nghiên cứu của Accenture cho thấy chỉ có 6% công ty đã thực hiện một “điểm xoay khôn ngoan”. Nó định nghĩa “những điểm quay khôn ngoan” là những mục tiêu giảm chi phí một cách có chiến lược, loại bỏ tài sản kém hiệu quả hoặc chuyển đổi hoạt động kinh doanh cốt lõi của họ một cách có lợi nhuận.

Vấn đề không phải là các công ty không thể thay đổi, chỉ là hầu hết không có kế hoạch cho sự thay đổi đó. Chẳng hạn như các nhà điều hành có thể chọn thuê hơn là mua xe của công ty để giảm thiểu rủi ro bị hạn chế đi lại trong tương lai.

Trong quá khứ, các nhà lãnh đạo doanh nghiệp có quan điểm hạn hẹp về sự đổi mới, sáng tạo. Điểm sáng lớn nhất của đại dịch Covid-19 có thể là nó giúp họ hiểu nó theo những cách mới. Tính liên tục của một công ty ít nhất cũng quan trọng như tỷ suất lợi nhuận của nó. Nhân sự cũng đáng được quan tâm không kém gì nhóm sản phẩm. Nhờ có đại dịch Covid-19, tương lai của sự đổi mới sáng tạo sẽ rộng lớn hơn và mang tính nhân văn hơn.

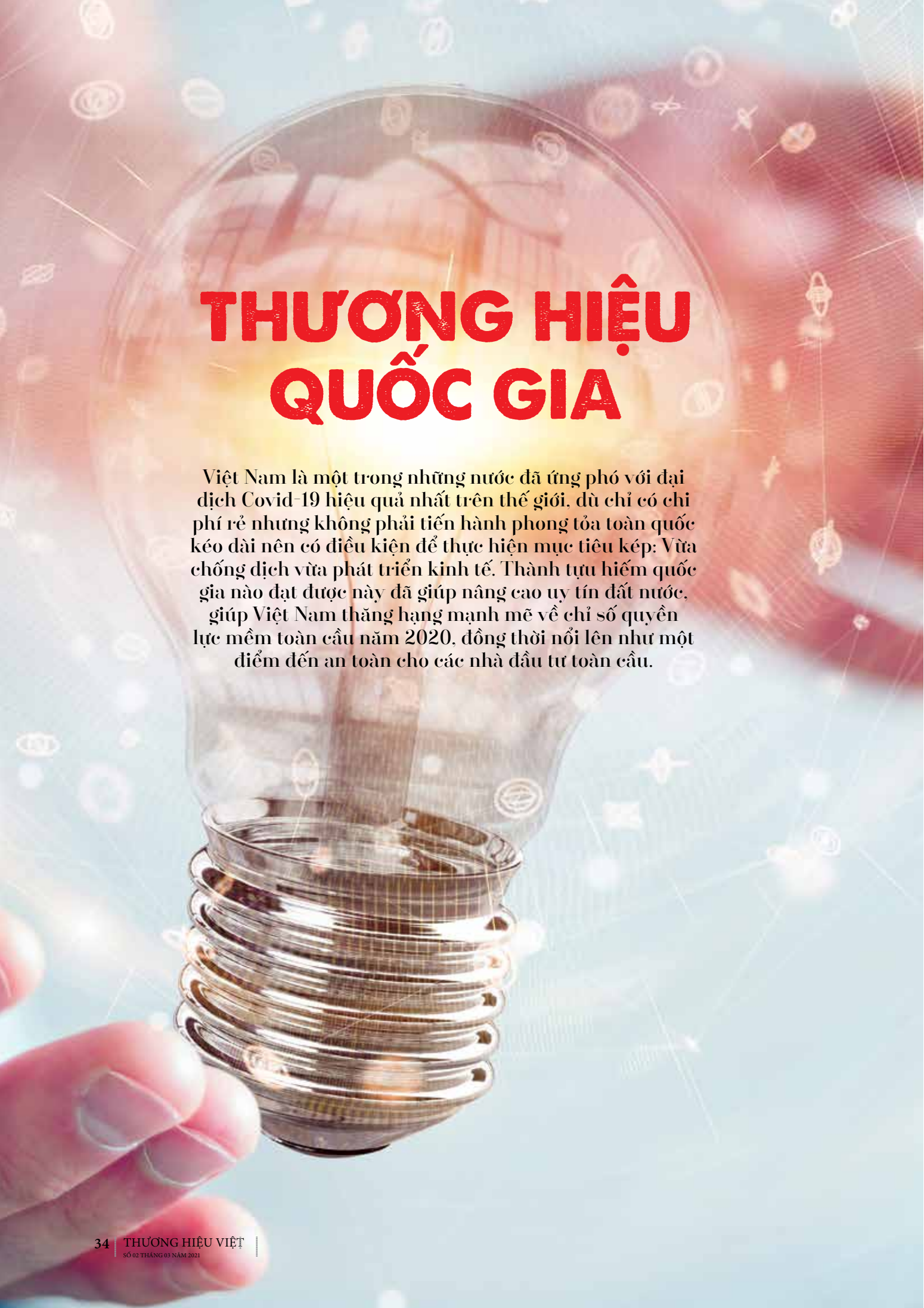
KHÁNH HƯNG (Theo Forbes)



hàng sẽ tìm mua sản phẩm và trả phí ngay trên hệ thống online của cửa hàng, nhân viên soạn hàng xong sẽ cho vào túi. Khách hàng chỉ việc đến đọc số đơn và lấy hàng là xong - PV). Mọi nhà hàng và nhà bán lẻ trong cửa hàng đều chạy đua để thực hiện dịch vụ kiểu này khi Covid-19 xuất hiện. Giờ đây, điều đó đã trở nên phổ biến, khách hàng có thể chọn nơi để đến vì sự đổi mới sáng tạo không còn là độc quyền nữa. Họ chọn công ty cung cấp dịch vụ curbside pickup tốt nhất, không nhất thiết phải là công ty đầu tiên triển khai hình thức này.

ĐIỂM XOAY SẼ LÀ NHÂN TỐ TIỀM NĂNG ĐỐI VỚI MỌI KHOẢN ĐẦU TƯ

Hầu hết các điểm xoay đều dựa trên sản phẩm. Trong đại dịch, các nhà sản



THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA

Việt Nam là một trong những nước đã ứng phó với đại dịch Covid-19 hiệu quả nhất trên thế giới, dù chỉ có chi phí rẻ nhưng không phải tiến hành phong tỏa toàn quốc kéo dài nên có điều kiện để thực hiện mục tiêu kép: Vừa chống dịch vừa phát triển kinh tế. Thành tựu hiếm quốc gia nào đạt được này đã giúp nâng cao uy tín đất nước, giúp Việt Nam thăng hạng mạnh mẽ về chỉ số quyền lực mềm toàn cầu năm 2020, đồng thời nổi lên như một điểm đến an toàn cho các nhà đầu tư toàn cầu.

VIỆT NAM THĂNG HẠNG CHỈ SỐ
QUYỀN LỰC MỀM TOÀN CẦU NĂM 2020:

"SỨC MẠNH THÔNG MINH"

Công ty tư vấn chiến lược và định giá thương hiệu độc lập hàng đầu thế giới Brand Finance vừa công bố Báo cáo chỉ số quyền lực mềm toàn cầu năm 2021. Theo đó, vị trí của Việt Nam được cải thiện, tăng 2,5 điểm, tăng từ 50/60 lên 47/105 quốc gia được xếp hạng. Việt Nam được đánh giá là điểm sáng nhờ sự tăng hạng vượt bậc về thương hiệu quốc gia và những kết quả về kinh tế, xã hội đã đạt được trong năm qua.





Ông Samir Dixit - Giám đốc điều hành, Brand Finance Châu Á Thái Bình Dương. Ảnh: Brand Finance

Nhân sự kiện này, Brand Finance đã có bài viết đáng chú ý về việc xây dựng và phát triển thương hiệu quốc gia, về quyền lực mềm của Việt Nam. Chúng tôi xin trích đăng bài viết này.

Ngày nay, phương thức truyền thống về quản lý quyền lực mềm thông qua cá nhân mạnh mẽ và ngoại giao chính trị không còn phù hợp nữa. Quyền lực mềm hiện là tổng hợp những nhận thức của tất cả các thành phần liên quan, từ người tiêu dùng, doanh nghiệp, phương tiện truyền thông, các nhà hoạch định chính sách toàn cầu, nhà đầu tư, lãnh đạo của các

quốc gia khác...

Tăng trưởng kinh tế trong thế kỷ là sự hợp tác bền vững giữa nhiều bên liên quan và mối tương quan của nhận thức về thương hiệu quốc gia với các thương hiệu từ nước đó, điều thực sự có thể tăng cường sức mạnh mềm của quốc gia này cả từ bên trong lẫn bên ngoài.

Việt Nam dường như đã quản lý khá tốt tất cả các khía cạnh trong nhận thức của mình. Đặc biệt là sự hội nhập và liên kết giữa thương hiệu quốc gia và các thương hiệu trong

nước. Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc đã phê duyệt Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam từ năm 2020 đến năm 2030, nhằm nâng cao giá trị và thứ hạng của thương hiệu quốc gia, đồng thời đặt mục tiêu trên 1.000 sản phẩm trở thành thương hiệu mạnh quốc gia. Các thương hiệu trong nước được quản lý thông qua những nỗ lực và sáng kiến cụ thể do Cục Xúc tiến Thương mại (VIETRADE) thực hiện, trong khuôn khổ chương trình thương hiệu quốc gia “Giá trị Việt Nam”.

Ở cấp độ quốc gia, Việt Nam đã thiết lập quan hệ ngoại giao với 187 trong số 193 quốc gia thành viên của Liên Hợp Quốc và hoàn tất quá trình đàm phán, ký kết các FTA thế hệ mới - bao gồm Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và Hiệp định Thương mại Tự do EU-Việt Nam, đưa Việt Nam trở thành nhân tố quan trọng trong tất cả các liên kết kinh tế khu vực và nội khối, là động lực thúc đẩy xuất nhập khẩu của Việt Nam.

Đồng thời, Bộ Công Thương Việt Nam - Cơ quan quản lý chương trình “Giá trị Việt Nam” - đã tích cực hỗ trợ các doanh nghiệp trong nước nâng cao năng lực, thông qua tư vấn phát triển doanh nghiệp, thiết lập hệ thống thông tin và cập nhật kiến thức về xây dựng thương hiệu. Tất cả những sáng kiến và nỗ lực này đã giúp nâng cao nhận thức của công chúng, người tiêu dùng quốc tế và khách hàng về Chương trình và các sản phẩm Giá trị Việt Nam thông qua các kênh truyền thông trong nước và quốc tế.

Trong khi đó, Bộ Công Thương cũng tập trung xây dựng và quảng bá chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể của Việt Nam tại thị trường nước ngoài; hỗ trợ nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp dựa trên uy tín chất lượng, sản xuất thân thiện với môi trường và tính chuyên nghiệp, từ đó góp phần củng cố vị thế của thương

hiệu Việt Nam trên thị trường thế giới.

Nhờ những nỗ lực của chương trình “Giá trị Việt Nam”, ngành công nghiệp thực phẩm chế biến hiện đóng góp tới 17 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Ngành công nghiệp may mặc chiếm hơn 22 tỷ USD xuất khẩu. Những đóng góp kinh tế này là vô cùng quan trọng đối với tăng trưởng chung, uy tín quốc gia và đóng góp vào sức mạnh mềm của Việt Nam.

Nhân sự kiện công bố Báo cáo chỉ số quyền lực mềm toàn cầu năm 2021, Brand Finance đã có cuộc phỏng vấn ông Vũ Bá Phú - Cục trưởng Cục Xúc tiến Thương mại (Bộ Công thương) - xung quanh vấn đề quyền lực mềm, thương hiệu quốc gia.

Việt Nam là quốc gia duy nhất trong ASEAN thăng hạng quyền lực mềm toàn cầu

Brand Finance

Việt Nam đang trải qua một giai đoạn tăng trưởng bất phá. Quyền lực mềm đóng vai trò gì đối với tăng trưởng GDP và thành công của nó trong khu vực và trên toàn cầu?

Sức mạnh mềm của Việt Nam không chỉ bắt nguồn từ việc kế thừa và phát huy những giá trị của chính mình - bao gồm lịch sử, truyền thống, văn hóa hào hùng và chính sách đối ngoại yêu chuộng hòa bình - mà còn là sự phát triển và tối ưu hóa vị thế và lợi thế mới của mình. Trong bối cảnh khó khăn của năm 2020, việc Việt Nam thực hiện thành công “vai trò kép”, vừa là Chủ tịch ASEAN, vừa là Ủy viên không thường trực Hội đồng Bảo an Liên Hợp Quốc, là minh chứng cho việc vận dụng hài hòa sức mạnh mềm trong quan hệ ngoại giao song phương và đa phương của Việt Nam.



Việt Nam là một trong những nền kinh tế có độ mở của thị trường lớn nhất thế giới, với tỷ lệ thương mại trên GDP tăng từ 136% năm 2010 lên xấp xỉ 200% năm 2019. Trong bối cảnh khó khăn đại dịch COVID-19, khiến xuất khẩu sụt giảm vào đầu năm 2020, Việt Nam nằm trong số một rất ít quốc gia đạt được mức tăng trưởng GDP dương - gần 3%.

Những thương hiệu từ các quốc gia là một công cụ mạnh mẽ để thúc đẩy hoạt động kinh doanh với các đối tác trên toàn cầu. Việt Nam đang toàn cầu hóa các thương hiệu của mình như thế nào?

Trong nền kinh tế hiện đại và liên tục phát triển, các thương hiệu của một quốc gia nhất định càng chiếm lĩnh thị trường quốc tế thì quốc gia đó càng trở nên mạnh mẽ hơn. Đáng chú ý, việc xây dựng thương hiệu sẽ đóng vai trò cốt yếu khi Việt Nam tham gia nhiều hơn các Hiệp định Thương mại tự do thế hệ mới.

Nhận thức được tầm quan trọng của việc xây dựng thương hiệu đối với một quốc gia trong quá trình toàn cầu hóa, năm 2003, Chính phủ Việt Nam đã khởi động chương trình “Giá trị Việt Nam” - một chương trình xúc tiến thương mại dài hạn và độc đáo. Mục đích là xây dựng hình ảnh Việt Nam là quốc gia có sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao, nâng cao niềm tự hào và sức hút của đất nước, con người Việt Nam, thúc đẩy ngoại thương và năng lực cạnh tranh quốc gia.

Nhờ sự hỗ trợ của Chương trình, nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã từng bước tạo dựng, phát triển và quảng bá thương hiệu một cách chuyên nghiệp, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh và khẳng định vị thế của mình trên thị trường trong và ngoài nước. Nhiều thương hiệu nổi bật của doanh nghiệp Việt Nam đã tạo được tiếng vang trên thị trường khu vực và quốc tế.



Ông Vũ Bá Phú - Cục trưởng Cục Xúc tiến Thương mại, Bộ Công Thương Việt Nam.

Ảnh: Brand Finance

Chẳng hạn như Viettel - Tập đoàn Viễn thông lớn nhất Việt Nam - nằm trong Top 15 tập đoàn lớn nhất thế giới về thuê bao di động và Top 40 thế giới về doanh thu. Công ty Cổ phần Ôtô Trường Hải (THACO) đang từng bước vươn lên vị trí dẫn đầu khu vực ASEAN. Công ty TNHH Nhà nước một thành viên Yến sào Khánh Hòa đứng đầu Châu Á về sản lượng khai thác yến. Công ty Cổ phần Sữa TH là doanh nghiệp Việt Nam đầu tiên thâm nhập thành công thị trường Trung Quốc - thị trường tiêu thụ sữa

lớn thứ hai thế giới.

COVID -19 đã tác động như thế nào đến các mối quan hệ của Việt Nam trên toàn cầu? Quyền lực mềm của Việt Nam đã bị tác động tích cực hay tiêu cực do đại dịch chưa và tại sao?

Đại dịch COVID-19 diễn biến ngày càng nghiêm trọng, phức tạp, khó lường với tác động sâu rộng, đẩy nhiều quốc gia vào cuộc khủng hoảng hai lĩnh vực mũi nhọn là kinh tế và y tế.

Việt Nam được biết đến là một quốc gia an toàn. Sự phổ biến này giúp Việt Nam dễ dàng thu hút đầu tư, sự kiện và khách du lịch quốc tế, mang lại cơ hội lớn cho phát triển kinh tế đất nước. Không dừng lại ở đó, Việt Nam đã thành công trong việc biến những thách thức của cuộc khủng hoảng COVID-19 thành cơ hội để quảng bá và nâng cao hình ảnh sản phẩm Việt Nam và thương hiệu quốc gia.

Mục tiêu của Việt Nam về xây dựng năng lực quyền lực mềm trong thập kỷ tới là gì?

Để xây dựng và phát huy quyền lực mềm của mình, trước hết, Việt Nam cần thực hiện định hướng chiến lược về phát huy quyền lực mềm một cách hệ thống và lâu dài trong kỷ nguyên số.

Thứ hai, cần nâng cao chất lượng tăng trưởng và năng suất lao động, thúc đẩy các ngành công nghiệp sáng tạo - từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế.

Thứ ba, tiếp tục bảo tồn và phát huy những giá trị đa dạng, phong phú của văn hóa Việt Nam.

Thứ tư, ngoại giao cần tập trung nâng cao năng lực và khẳng định vai trò “nòng cốt, dẫn dắt, trung gian” trong các vấn đề quốc tế và khu vực.

Thứ năm, cần ưu tiên đầu tư tập trung cho phát triển khoa học và công nghệ.

Bên cạnh việc xây dựng và phát huy sức mạnh mềm, Việt Nam cũng cần củng cố và hoàn thiện sức mạnh cứng của mình để tạo ra sức mạnh tổng hợp - “sức mạnh thông minh” - thể hiện vị thế địa kinh tế và địa chiến lược mới của quốc gia.

LÊ TUẤN (theo Brand Finance)

Brand Finance®


Chỉ số quyền lực mềm toàn cầu 2021

Nghiên cứu có tính bao hàm toàn diện nhất trên thế giới về các thương hiệu quốc gia

















































































































BÀ PHAN THỊ MỸ YẾN,
PHÓ CHỦ TỊCH THƯỜNG TRỰC
KIỂM TỔNG THƯ KÝ HIỆP HỘI DOANH NGHIỆP
KHOA HỌC CÔNG NGHỆ VIỆT NAM

THỰC THI MIỄN GIẢM THUẾ THU NHẬP
DOANH NGHIỆP KHOA HỌC CÔNG NGHỆ:

BƯỚC ĐỘT PHÁ LỚN ĐỂ PHÁT TRIỂN VƯỢT ĐẠI DỊCH COVID-19

Theo bà Phan Thị Mỹ Yến, Phó chủ tịch thường trực kiêm Tổng thư ký Hiệp hội Doanh nghiệp Khoa học Công nghệ Việt Nam, việc Bộ Tài chính vừa ban hành Thông tư 03/2021/TT-BTC hướng dẫn về miễn thuế, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp đối với doanh nghiệp khoa học công nghệ quy định tại Nghị định số 13/2019/NĐ-CP của Chính phủ không chỉ là một đột phá lớn trong việc phát triển doanh nghiệp khoa học công nghệ mà còn là “liều thuốc bổ” để doanh nghiệp có thêm nội lực vượt qua khó khăn bởi dịch Covid-19.

Hiện nay, khoa học và công nghệ luôn đóng vai trò tiên phong cho sự phát triển kinh tế xã hội. Trong đó, các doanh nghiệp khoa học công nghệ là nòng cốt, được xác định là “đòn bẩy cho sản xuất trong nước” vì không chỉ là cầu nối đưa nhanh các nghiên cứu, ứng dụng khoa học công nghệ vào sản xuất mà còn đóng vai trò như một lực lượng sản xuất chủ

lực, tạo ra những sản phẩm có giá trị gia tăng cao, đóng góp cho việc xây dựng và phát triển nền kinh tế. Để khuyến khích thành lập và phát triển doanh nghiệp khoa học công nghệ, nhiều ưu đãi về thuế, đất đai, ưu đãi về tín dụng và các chính sách hỗ trợ khác của nhà nước đã được ban hành.

Mới đây, Bộ Tài chính đã ban hành Thông tư số 03 (có hiệu lực từ ngày 1/3/2021) hướng dẫn về miễn, giảm

thuế thu nhập doanh nghiệp đối với doanh nghiệp khoa học công nghệ. Phóng viên Tạp chí Thương Hiệu Việt đã phỏng vấn bà Phan Thị Mỹ Yến, Phó Chủ tịch thường trực kiêm Tổng thư ký Hiệp hội Doanh nghiệp Khoa học Công nghệ Việt Nam để làm rõ hơn về vấn đề này.

Trước ảnh hưởng nặng nề bởi dịch Covid-19, Bộ Tài chính đã ban hành Thông tư hướng dẫn về miễn, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp đối với doanh nghiệp khoa học công nghệ. Những giải pháp tổng thể này có ý nghĩa và tác động như thế nào đối với doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp khoa học công nghệ hiện nay, thưa bà?

Đại dịch Covid 19 bắt đầu từ đầu năm 2020 đến nay và hoành hành tại hơn 200 quốc gia trên thế giới với hơn 100

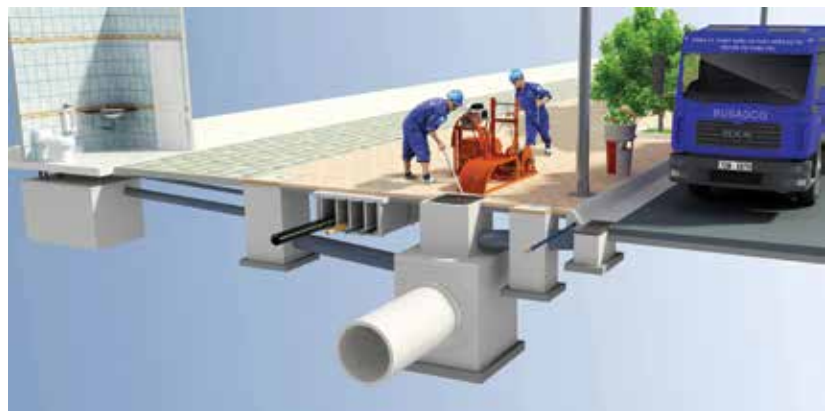




Công nhân của Doanh nghiệp Khoa học Công nghệ Busadco hạ cầu kiện bê tông xuống hồ Hoàn Kiếm, công trình lịch sử chào mừng kỷ niệm 1010 năm Thăng Long - Hà Nội, chào mừng Đại hội đại biểu Đảng bộ thành phố Hà Nội lần thứ XVII.

triệu người mắc và hơn 2 triệu người tử vong. Việt Nam tuy đã có nhiều biện pháp kiểm soát dịch bệnh ở mức thấp nhất, song đã trải qua đợt dịch và hiện đang trong tình trạng vẫn còn lây nhiễm trong cộng đồng. Trong đó, các tỉnh phía bắc chịu ảnh hưởng nặng nề nhất.

Nguyên nhân đó đã làm ảnh hưởng rất lớn cho kinh tế Việt Nam và cả thế giới. Trước tình hình khó khăn mà doanh nghiệp phải gánh chịu trong việc đầu tư kinh doanh, đặc biệt là việc ứng dụng khoa học công nghệ vào sản xuất và đưa hàng hóa ra thị trường. Việc cần có vốn và nguồn nhân lực, đất đai, cơ sở hạ tầng để phát triển là điều quan trọng nhất. Trong bối cảnh đại dịch Covid-19 vẫn còn diễn biến phức tạp, cần phải có thêm nhiều động lực để phát triển doanh nghiệp lĩnh vực khoa học công nghệ, làm nền tảng đẩy nhanh chuyển đổi số, kinh tế số, biến những nguy cơ từ dịch Covid-19 thành cơ hội để phát triển.



Công nghệ xây dựng của Busadco tham gia triển lãm.

Vì vậy, các chủ trương, chính sách ưu đãi của Chính phủ đưa ra cho các doanh nghiệp không chỉ là việc cần thiết và cấp bách để hỗ trợ cho các doanh nghiệp hoạt động trong lúc khó khăn này mà còn khắc phục câu chuyện doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp KHCN nói riêng cứ mãi "còi cọc, không dám lớn" chỉ vì chưa nhận được ưu đãi cần có của một ngành mang tính chủ lực trong phát triển kinh tế.

Để được miễn, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp, các doanh nghiệp khoa học công nghệ phải đáp ứng những điều kiện nào, thưa bà?

Doanh nghiệp khoa học công nghệ được hưởng ưu đãi miễn, giảm thuế thu nhập phải đáp ứng các điều kiện sau: Một là, được cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền cấp giấy chứng nhận doanh nghiệp khoa học công nghệ. Hai là, doanh thu hàng năm từ

hoạt động sản xuất, kinh doanh các sản phẩm hình thành từ kết quả khoa học công nghệ đạt tỷ lệ tối thiểu 30% trên tổng doanh thu hàng năm của doanh nghiệp. Ba là, doanh thu được tạo ra từ dịch vụ có ứng dụng kết quả khoa học công nghệ trong lĩnh vực công nghệ thông tin là doanh thu từ dịch vụ mới, không bao gồm các dịch vụ đã có trên thị trường. Tiêu chí, cơ sở xác định dịch vụ có ứng dụng kết quả khoa học công nghệ trong lĩnh vực công nghệ thông tin là dịch vụ mới thực hiện theo quy định của Bộ KH&CN. Bốn là, doanh nghiệp khoa học công nghệ phải hạch toán riêng thu nhập từ hoạt động sản xuất, kinh doanh các sản phẩm hình thành từ kết quả khoa học công nghệ trong kỳ để được hưởng ưu đãi thuế thu nhập cá nhân.

Trường hợp doanh nghiệp không hạch toán riêng được thì thu nhập



từ hoạt động sản xuất, kinh doanh các sản phẩm hình thành từ kết quả khoa học công nghệ được hưởng ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp thực hiện phân bổ theo quy định tại

Khoản 2 Điều 18 Luật Thuế thu nhập cá nhân số 14/2008/QH12.

Bà có thể cho biết quy định về mức và thời gian ưu đãi miễn, giảm thuế



thu nhập doanh nghiệp đối với doanh nghiệp khoa học công nghệ?

Có thể thấy, việc Bộ Tài chính ban hành Thông tư 03/2021/TT-BTC hướng dẫn về miễn thuế, giảm thuế TNDN đối với doanh nghiệp khoa học công nghệ quy định tại Nghị định số 13/2019/NĐ-CP của Chính phủ về doanh nghiệp khoa học công nghệ được cho là một đột phá lớn trong việc phát triển doanh nghiệp khoa học công nghệ. Đặc biệt trong lúc này, nó là liều thuốc bổ để doanh nghiệp khoa học công nghệ có thêm nội lực vượt qua khó khăn bởi dịch Covid-19.

Đối với quy định về mức và thời gian ưu đãi miễn, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp đối với doanh nghiệp khoa học công nghệ thì doanh nghiệp đáp ứng đủ các điều kiện sẽ được được miễn thuế 4 năm và giảm 50%

số thuế phải nộp trong 9 năm tiếp theo. Tổng cộng sẽ được miễn giảm tới 12 năm. Thời gian miễn, giảm thuế đối với doanh nghiệp khoa học công nghệ được tính liên tục kể từ ngày được cấp giấy chứng nhận doanh nghiệp khoa học công nghệ. Trường hợp không có thu nhập chịu thuế trong 3 năm đầu, kể từ năm đầu tiên được cấp giấy chứng nhận doanh nghiệp khoa học công nghệ thì thời gian miễn, giảm thuế được tính từ năm thứ tư.

Trong thời gian đang được ưu đãi miễn, giảm thuế thu nhập cá nhân, nếu năm nào doanh nghiệp KH&CN không đáp ứng điều kiện về doanh thu của các sản phẩm hình thành từ kết quả KH&CN đạt tỷ lệ tối thiểu 30% trên tổng doanh thu năm của doanh nghiệp thì năm đó doanh nghiệp không được hưởng ưu đãi và được tính trừ vào thời gian được

hưởng ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp của doanh nghiệp KH&CN.

Trường hợp doanh nghiệp khoa học công nghệ đã có thu nhập chịu thuế nhưng thời gian hoạt động sản xuất, kinh doanh được miễn, giảm thuế của năm đầu tiên dưới 12 tháng thì doanh nghiệp được lựa chọn hưởng miễn, giảm thuế ngay trong năm đầu tiên đó hoặc đăng ký với cơ quan thuế thời gian bắt đầu được miễn, giảm thuế vào năm tiếp theo. Nếu doanh nghiệp đăng ký miễn, giảm thuế vào năm tiếp theo thì phải xác định số thuế phải nộp của năm đầu tiên đã có thu nhập chịu thuế để nộp vào ngân sách nhà nước theo quy định.

Có thể thấy, từ khi Nghị định 13/2019/NĐ-CP được ban hành và Thông tư 03/2021/TT-BTC hướng dẫn về miễn, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp đối với doanh nghiệp



Chính sách miễn giảm thuế thu nhập Doanh nghiệp sẽ giúp nhiều Doanh nghiệp thêm động lực vượt qua khó khăn trong đại dịch.

khoa học công nghệ được đưa ra là rất kịp thời cho doanh nghiệp, với tư cách là Phó Chủ tịch thường trực kiêm Tổng thư ký Hiệp hội Doanh nghiệp KH&CN Việt Nam bà thấy các doanh nghiệp hội viên phản hồi như thế nào về các nghị định và thông tư này?

Doanh nghiệp khoa học công nghệ, hơn lúc nào hết cần được tiếp sức, không chỉ đơn thuần là những lời động viên, hô hào trên giấy tờ mà bằng cả những chương trình hành động cụ thể, thiết thực. Ngay sau khi Nghị định 13/2019/NĐ-CP được ban hành và Thông tư 03/2021/TT-BTC về hướng dẫn về miễn, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp đối với doanh nghiệp khoa học công nghệ. Theo những đánh giá ban đầu, tôi thấy rằng sự đón nhận của doanh nghiệp là tương đối tốt. Các Sở KH&CN cảm thấy thuận lợi hơn trong quá trình cấp giấy chứng nhận cho doanh nghiệp.

Tuy nhiên, nhiều doanh nghiệp băn khoăn là các cơ quan ban ngành từ trung ương đến địa phương có thực thi đồng bộ theo Nghị định, thông tư hay không để doanh nghiệp sớm được hưởng ưu đãi là vấn đề doanh nghiệp cần quan tâm. Bởi thực tế có thể thấy, hiện nay một số văn bản pháp luật còn thiếu đồng bộ, dẫn tới cách hiểu khác nhau và cách thực hiện khác nhau, từ đó hạn chế tính thực thi. Trong đó, vấn đề đầu tiên phải kể đến là giữa các luật vẫn chưa đồng bộ. Cụ thể, trong Luật Doanh nghiệp chưa có quy định loại hình doanh nghiệp khoa học công nghệ, trong Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp cũng không có ưu đãi dành riêng cho doanh nghiệp khoa học công nghệ mà mới chỉ có quy định ưu đãi cho Doanh nghiệp công nghệ cao.

Chúng ta có tư duy là các luật chuyên ngành mới có hiệu lực cao nhất, cho nên dù Luật Khoa học Công nghệ quy định về doanh nghiệp khoa học công nghệ, nhưng các cơ quan về thuế sẽ yêu cầu ưu đãi thuế phải theo



luật Thuế, loại hình doanh nghiệp phải theo luật Doanh nghiệp. Luật Khoa học Công nghệ có quy định doanh nghiệp được ưu đãi như thế nhưng trong các luật chuyên ngành chưa quy định, nên trước đây đã phải “lách luật” và “vận dụng” là các doanh nghiệp khoa học công nghệ được hưởng ưu đãi như các doanh nghiệp đầu tư vào khu công nghệ cao hoặc doanh nghiệp công nghệ cao, hoặc doanh nghiệp có dự án công nghệ cao.

Là cơ quan bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các hội viên Hiệp hội, xin bà hãy cho biết, vai trò của Hiệp hội Doanh nghiệp KH&CN Việt Nam trong việc hỗ trợ doanh nghiệp hội viên tiếp cận chính sách ưu đãi miễn giảm thuế thu nhập doanh nghiệp lần này thế nào?

Hiệp hội doanh nghiệp KH&CN Việt Nam ra đời với mục đích là phát triển doanh nghiệp khoa học công nghệ cho doanh nghiệp Hội viên của mình. Đặc biệt quan tâm là quyền lợi cho các hội viên, nhằm nâng cao vai trò của Hiệp hội theo định hướng phát triển và kế hoạch đề ra. Trong đó, Ban thường vụ cũng nhấn mạnh các lĩnh vực thiết yếu như: Hỗ trợ ưu đãi

về vốn dành riêng cho doanh nghiệp khoa học công nghệ Việt Nam (thuế đất đai, thuế thuê vườn ươm và cơ sở công nghệ, hỗ trợ về vốn....); Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ và chống xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của Hội viên; Tổ chức đào tạo về các lĩnh vực dành riêng cho doanh nghiệp khoa học công nghệ; Hỗ trợ cấp chứng nhận xuất nhập khẩu quốc tế FDI, giấy chứng nhận sở hữu trí tuệ quốc tế; Lên kế hoạch chương trình Xúc tiến thương mại, phát triển thị trường trong nước và quốc tế, tổ chức triển lãm khoa học công nghệ cho doanh nghiệp Hội viên; và nhiều lĩnh vực khác.

Và để các doanh nghiệp khoa học công nghệ được hưởng chính sách miễn giảm thuế theo Cơ chế chính sách đã ban hành, Hiệp hội Doanh nghiệp KH&CN Việt Nam sẽ hỗ trợ, phối hợp tư vấn pháp lý, các thủ tục liên quan để các với các doanh nghiệp hội viên dễ dàng tiếp cận chính sách miễn giảm thuế. Không chỉ vậy, để doanh nghiệp khoa học công nghệ dễ dàng tiếp cận ưu đãi miễn, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp thì các cơ quan như Bộ tài chính, Bộ KH&CN, Tổng Cục thuế, Sở KH&CN, Chi Cục thuế của các địa phương cũng phải



tích cực hỗ trợ cho các doanh nghiệp theo nghị định và thông tư trên.

Thực tế hiện nay, các doanh nghiệp có giấy chứng nhận là doanh nghiệp khoa học công nghệ sẽ được hưởng rất nhiều ưu đãi. Tuy nhiên, dù hấp dẫn nhưng số đơn đăng ký thành lập doanh nghiệp khoa học công nghệ rất ít. Theo bà, nguyên nhân của thực trạng này là gì?

Với tình hình hiện nay, Chính phủ đang khuyến khích các doanh nghiệp tích cực đầu tư, ứng dụng khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo để phát triển kinh doanh, nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm để đủ sức cạnh tranh, hội nhập với nền kinh tế thị trường. Chính vì vậy, việc các doanh nghiệp đầu tư khoa học công nghệ cũng như thành lập doanh nghiệp khoa học công nghệ là rất cần thiết để được hưởng chính sách ưu đãi và được tham gia vào các hoạt động khoa học công nghệ của các hội, ngành.

Ngoài ra, Chính phủ và bộ ngành đang thực hiện kế hoạch “Chuyển đổi số quốc gia” mà doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp khoa học công nghệ là điểm trọng yếu và cấp bách.

Thế nhưng, trên thực tế hiện nay số lượng doanh nghiệp có khả năng đạt chứng nhận doanh nghiệp khoa học công nghệ trên 10.000 doanh nghiệp. Nhưng đến bây giờ thì số lượng doanh nghiệp khoa học công nghệ trên dưới 600 doanh nghiệp, đa số là doanh nghiệp nhỏ và vừa. Một số Tập đoàn lớn, Tổng công ty vẫn chưa thành lập doanh nghiệp khoa học công nghệ, nguyên nhân là do những doanh nghiệp này thấy chính sách ưu đãi chưa hấp dẫn, không bằng các chính sách khác. Mặc khác việc thực thi chính sách ưu đãi chưa đồng bộ, một số tỉnh/thành địa phương chưa tích cực hướng dẫn cho doanh nghiệp mà còn gây khó khăn, vướng mắc về phê duyệt.

Trước những khó khăn, vướng mắc

trên, việc miễn giảm thuế theo nghị định 13 và thông tư 03 được xem là bước khởi đầu, mở màn để phát triển. Đặc biệt trong lúc này, nó là “cần câu” để doanh nghiệp khoa học công nghệ có thêm nội lực vượt qua khó khăn bởi dịch Covid-19.

Tôi mong rằng chính sách miễn, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp đối với doanh nghiệp khoa học công nghệ đã ban hành sẽ được thực thi đồng bộ và tích cực hơn, để các doanh nghiệp khoa học công nghệ có điều kiện tốt hơn cho đầu tư sản xuất kinh doanh, đồng thời các doanh nghiệp khoa học công nghệ tiềm năng sẽ tích cực thành lập doanh nghiệp khoa học công nghệ. Để từ đó, ngành khoa học công nghệ của Việt Nam mới phát triển vững mạnh và chứng minh năng lực của mình trong thời kỳ phát triển kinh tế hội nhập.

Xin cảm ơn bà!

PHẠM ĐỨC (thực hiện)

TIẾNG NÓI DOANH NGHIỆP

Trước thông tin Bộ Tài chính ban hành Thông tư 03/2021/TT-BTC hướng dẫn về miễn thuế, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp đối với doanh nghiệp khoa học và công nghệ quy định tại Nghị định số 13/2019/NĐ-CP của Chính phủ, nhiều doanh nghiệp khoa học công nghệ tin tưởng điều này sẽ tạo ra động lực, cơ chế mới giúp doanh nghiệp phát triển.



Ông Nguyễn Văn Hoàng
Giám đốc ELINKGATE

Là doanh nghiệp mới với sản phẩm dịch vụ hỗ trợ, cấp cứu máy tính từ xa với những công nghệ mới, vượt trội, doanh nghiệp khởi nghiệp ELINKGATE thuộc Vườn ươm Doanh nghiệp Công nghệ cao được công nhận là doanh nghiệp khoa học công nghệ. Ông Nguyễn Văn Hoàng - Giám đốc ELINKGATE nhận định: “Quy định này rất hữu ích với doanh nghiệp thực sự tạo ra sản phẩm mới và kinh doanh trên sản phẩm đó. Các vấn đề như hỗ trợ về nguồn vốn và ưu đãi thì đã được thể hiện trong nghị định là khá tốt nếu được thực thi một cách đúng đắn”.

Theo ông Hoàng, Nghị định 13 cũng quy định nhiều ưu đãi khác như không thu phí dịch vụ với doanh nghiệp KH&CN khi sử dụng máy móc, trang thiết bị tại các phòng thí nghiệm trọng điểm quốc gia, cơ sở ươm tạo công nghệ, ... để thực hiện các hoạt động nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ; ưu tiên tham gia các dự án hỗ trợ thương mại hóa kết quả khoa học và công nghệ, tài sản trí tuệ của Nhà nước.

Tuy nhiên, bên cạnh những kỳ vọng vào tác động tích cực của các quy định mới, không ít doanh nghiệp còn lo lắng vào hiệu quả thực tế khi triển khai những quy định này. Trong đó, cách triển khai, thực hiện của cơ quan thuế, cơ quan tài chính là vấn đề nhiều doanh nghiệp quan tâm.



Ông Lê Trung Hiếu - Giám đốc Kỹ thuật
Công ty Ewater

Ông Lê Trung Hiếu - Giám đốc Kỹ thuật của Công ty Ewater, một doanh nghiệp khoa học công nghệ tại TP.HCM cho biết: “Quy định đã có nhưng lý giải của mỗi cơ quan thuế từng quận huyện mà doanh nghiệp đăng ký lại có sự khác nhau nên các cơ quan chủ quản như Sở KH&CN, cơ quan thuế nên phối hợp để có cách hiểu giống nhau, có văn bản thống nhất. Các doanh nghiệp mới bắt đầu sản phẩm dựa trên nghiên cứu khoa học công nghệ còn gặp khó khăn”.

Đồng quan điểm, ông Nguyễn Văn Hoàng cho biết hướng dẫn cụ thể về ưu đãi thuế, tài chính cũng là điều mà ông đang quan tâm bởi đây là trở ngại đặc biệt khi làm việc với các cơ quan thuế. Ngoài ra, ưu đãi thuế và tài chính không phải là những điều duy nhất mà các doanh nghiệp như ELINKGATE cần.

PHẠM ĐỨC (thực hiện)

THƯƠNG HIỆU VIỆT

Sứ mệnh đồng hành và phát triển doanh nghiệp

Trung tâm Thương hiệu Việt sắp bước vào tuổi 20 - đã vượt qua chặng đường dài đầy gian nan, thách thức để trưởng thành. Đó là niềm tự hào mà trong suốt thời gian qua Trung tâm Thương hiệu Việt gắn liền với những thành quả trong phát triển sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Nam đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế để tạo ra các kết nối, các cơ hội kinh doanh cho các Thương Hiệu Việt trên toàn cầu.

ĐỒNG HÀNH VÀ BỨT PHÁ CÙNG DOANH NGHIỆP

Mạng Truyền thông điện tử Thương hiệu Việt - THV (www.thuonghieuviet.com; www.thv.vn) do cổ Nhà báo Hải Đăng sáng lập từ năm 2002, là đơn vị đầu tiên nghiên cứu về xây dựng thương hiệu cho doanh nghiệp Việt Nam từ đầu năm 2007. Trung tâm Nghiên cứu ứng dụng phát triển Thương hiệu Việt (viết tắt là Trung tâm THV) được thành lập - trực thuộc Liên hiệp các Hội Khoa học & Kỹ thuật Việt Nam (VUSTA). Trung tâm Trung tâm THV hình thành và phát triển trên nền tảng mạng truyền thông điện tử Thương hiệu Việt có chức năng, nhiệm vụ: Nghiên cứu, triển khai, thực hiện các đề tài, dự án trong lĩnh vực CNTT, truyền thông Internet; Xây dựng và phát triển, quảng bá thương hiệu; Nghiên cứu phát triển thị trường; Nghiên cứu khoa học trong lĩnh vực đào tạo; Chuyển giao kết quả và những tiến bộ KH&CN, tư vấn, thẩm

định, tổ chức hội nghị, hội thảo khoa học; Tổ chức hội chợ triển lãm khoa học; Đào tạo bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên môn trong các lĩnh vực công nghệ thông tin, truyền thông internet và thương mại điện tử; Hợp tác quốc tế thực hiện nhiệm vụ trọng tâm. Với chức năng và nhiệm vụ đó, Trung tâm THV luôn đổi mới, sáng tạo, nâng cao nội lực, quy tụ đông đảo doanh nghiệp trong cả nước, thúc đẩy quan hệ quốc tế... đồng hành và bứt phá cùng doanh nghiệp.

Tầm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi

- Trung tâm nghiên cứu phát triển Thương Hiệu Việt là cầu nối giúp các doanh nghiệp xây dựng, phát triển thị trường trong nước và quốc tế.

Tầm nhìn:

- Là tổ chức liên minh UY TÍN đánh giá và hỗ trợ các doanh nghiệp và các sản phẩm của Việt

Sứ mệnh:

- Tự nguyện gắn kết, định hướng tổ chức, triển khai các hoạt động sáng tạo vì lợi ích cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, đóng góp tích cực vì sự tiến bộ và phát triển kinh tế-xã hội nước nhà cho các doanh nghiệp và doanh nhân Việt Nam

Giá trị cốt lõi:

- Uy tín - Năng động - Sáng tạo - Hội nhập

Mạng Truyền thông điện tử Thương hiệu Việt ngày càng khẳng định và phát huy vai trò, năng lực và vị thế của mình, làm động lực giúp cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam trong việc xây dựng, giới thiệu, quảng bá thương hiệu phát triển sản xuất kinh doanh. Thương hiệu Việt đã quy tụ gần 100.000 doanh nghiệp thành viên trong cả nước tham gia.



Thương hiệu Việt đầu tư thành lập Tạp chí Thương hiệu Việt, nhiều kênh truyền hình, Truyền hình Online Thương hiệu Việt, đáp ứng yêu cầu cập nhật thông tin trên các lĩnh vực: Tuyên truyền, phổ biến các công trình khoa học về kinh tế, sở hữu trí tuệ, thành quả công nghệ và kiến thức xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp Việt Nam. Ngoài ra, Thương hiệu Việt đã đầu tư chủ biên và xuất bản nhiều ấn phẩm có nội dung bổ ích, thiết thực phục vụ cộng đồng doanh nghiệp: Sách vàng Thương hiệu Việt, Cẩm nang Thương hiệu Việt, sách Doanh nhân Việt Nam, sách Thương hiệu Việt bền vững, sách Doanh nhân thời hội nhập, Sách Doanh nghiệp Việt Nam những bước đi thành công, và nhiều ấn phẩm khác.

Thương hiệu Việt được Liên hiệp các Hội KH&KT Việt Nam giao nhiệm vụ tổ chức nhiều Giải thưởng, và được Thủ tướng Chính phủ cho phép tổ chức, với sự phối hợp của các Bộ, ban ngành Trung ương và địa phương. Cụ thể như: Giải thưởng “100 Thương



hiệu Việt bền vững”; Giải thưởng “Cúp vàng Top ten Thương hiệu Việt - Ứng dụng khoa học & công nghệ”; Giải thưởng “Nữ doanh nhân trí thức thành đạt”... Bên cạnh đó là các chương trình Tôn vinh: Cúp vàng Top ten “Thương hiệu uy tín” và chương trình “Doanh nghiệp Việt Nam Điển hình sáng tạo”. Đặc biệt,

sự kiện Triển lãm “Festival quốc tế nông nghiệp vùng Đồng bằng sông Cửu Long” – chương trình do Bộ Khoa học & Công nghệ, Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn chủ trì, phối hợp với 13 tỉnh thành khu vực ĐBSCL; Chương trình “Khoa học và công nghệ phát triển nông nghiệp vùng Duyên hải Nam Trung bộ - Tây

LỄ TRAO GIẢI THƯƠNG

"100 THƯƠNG HIỆU VIỆT BỀN VỮNG LẦN 2 NĂM 2015"



Nguyên, được phối hợp hơn 20 tỉnh/thành, Trung tâm Thương hiệu Việt được giao nhiệm vụ tổ chức thực hiện. Các chương trình đã tạo được hiệu ứng xã hội, các doanh nghiệp Việt được khẳng định vai trò và nâng cao giá trị của thương hiệu trong việc phát triển thị trường kết nối đầu tư, chuyển giao công nghệ...

Qua đó, Thương hiệu Việt đã trở thành người bạn đồng hành tin cậy của doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp thành viên gần 20 năm tham gia.

Trong thời gian qua, Trung tâm Thương hiệu Việt đã được sự quan tâm tích cực hỗ trợ và tạo điều kiện giúp đỡ nhiệt tình của các bộ, ban ngành trung ương và địa phương, đặc biệt là sự giúp đỡ của lãnh đạo Văn phòng Quốc hội, lãnh đạo Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Tài nguyên & Môi trường, Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn, Liên hiệp các Hội Khoa học và Kỹ thuật Việt Nam cùng các Nhà khoa học, các chuyên gia đầu



ngành trong cả nước, đặc biệt là sự nhiệt tình ủng hộ và đồng hành của các doanh nghiệp thành viên. Chính vì vậy, Trung tâm Thương hiệu Việt đã đứng vững và tạo được chỗ dựa tinh thần cho doanh nghiệp trong việc phát triển xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp, góp phần vào sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Hiện nay, trước làn sóng cách mạng công nghiệp 4.0 và chuyển đổi số quốc gia được Đảng và Nhà nước nhấn mạnh, quan tâm hàng đầu và yêu cầu các ngành, các cấp cùng doanh nghiệp chuyển đổi mô hình trong hoạt động theo công nghệ số. Đây là một trong những vấn đề cấp bách để hòa nhập vào cộng đồng thế giới - xu thế toàn cầu, tạo động

lực thúc đẩy và phát triển bền vững. Trung tâm Thương hiệu Việt đang nỗ lực xây dựng định hướng kế hoạch hoạt động mới, tăng cường đối ngoại, nhằm giúp các doanh nghiệp Việt có cơ hội giao lưu học hỏi và xâm nhập thị trường quốc tế tăng cường hoạt động sản xuất kinh doanh ngày càng hiệu quả hơn.

THƯƠNG HIỆU VIỆT VƯƠN TẦM QUỐC TẾ

Nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển trong điều kiện Việt Nam hội nhập sâu rộng nền kinh tế thế giới với hàng loạt hiệp định thương mại được ký kết, Trung tâm Thương hiệu Việt đã ký kết hợp tác MOU... với các đơn vị Hiệp hội, doanh nghiệp tại các quốc gia và vùng lãnh thổ như Hoa Kỳ, Úc, Đài Loan, đồng thời THV đã thành lập Văn phòng Đại diện tại tiểu bang Georgia - Hoa Kỳ, với mong muốn có điều kiện hỗ trợ cho các doanh nghiệp

Việt Nam xây dựng thương hiệu, giới thiệu - quảng bá sản phẩm, kết nối xúc tiến thương mại, khai thác - mở rộng thị trường và nhất là tạo điều kiện giao lưu trao đổi, học tập kinh nghiệm, chuyển giao - đổi mới công nghệ, phát triển sản xuất kinh doanh.

Theo đó, Trung tâm Thương hiệu Việt với sự phối hợp của các đơn vị hợp tác sẽ thực hiện yêu cầu hỗ trợ doanh nghiệp về các nội dung, lĩnh vực sau: Tư vấn đăng ký chứng nhận thương hiệu (trademark, trade name, service mark), bằng sáng chế (patent), bản quyền tác giả (copyright) và các quyền sở hữu trí tuệ khác; Tìm kiếm thị trường để đưa hàng hóa vào các trung tâm thương mại tại Hoa Kỳ; Tư vấn xin cấp mã số FDA và các giấy phép khác cho hàng hóa; Đăng ký tiêu chuẩn chất lượng (kiểm nghiệm, công bố tiêu chuẩn, các chứng nhận...); Đăng ký mã vạch; Thành lập và hỗ trợ cung cấp đại diện và các dịch vụ hậu

cần khác cho doanh nghiệp Việt Nam trong việc đưa hàng hóa, dịch vụ vào thị trường Hoa Kỳ; Thành lập Văn phòng đại diện, Tổ chức hội chợ, triển lãm, sự kiện... giới thiệu sản phẩm của doanh nghiệp tại các nước và Việt Nam; Tổ chức hội nghị, hội thảo, diễn đàn, họp báo... tại Việt Nam để mời gọi, thu hút doanh nghiệp Việt Nam đầu tư, đưa hàng hóa, dịch vụ sang thị trường các nước.

Trên nền tảng phát huy đổi mới, sáng tạo cùng với trải nghiệm thực tế qua chặng đường gần 20 năm xây dựng và trưởng thành, Trung tâm Thương hiệu Việt cam kết luôn đồng hành chia sẻ cùng doanh nghiệp, với khát vọng nâng bước doanh nghiệp Việt Nam trên con đường đi tới tương lai vững mạnh, góp phần phát triển kinh tế - xã hội trong thời kỳ hội nhập kinh tế thế giới sâu rộng.

HẢI LONG



CÁC DỊCH VỤ TƯ VẤN XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU VÀ TỔ CHỨC TRUYỀN THÔNG, XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI

1. TƯ VẤN ĐĂNG KÝ CHẤT LƯỢNG TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC:

- Chứng nhận chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm;
- Chứng nhận FDA - Hoa Kỳ.

2. TƯ VẤN ĐĂNG KÝ SỞ HỮU TRÍ TUỆ VÀ BẢN QUYỀN TÁC GIẢ:

- Dịch vụ đăng ký Sở hữu trí tuệ (Nhãn hiệu hàng hóa);
- Tư vấn đăng ký Bằng phát minh sáng chế;
- Dịch vụ đăng ký kiểu dáng công nghiệp;
- Dịch vụ đăng ký Bản quyền tác giả;
- Dịch vụ đăng ký Mã số - Mã vạch.

3. TƯ VẤN ĐĂNG KÝ CHUẨN CHẤT LƯỢNG VÀ CHỐNG HÀNG GIẢ:

- Tư vấn và Cấp Dấu hiệu chuẩn chất lượng;
- Dịch vụ cung cấp Tem chống hàng giả.

4. TƯ VẤN PHÁT TRIỂN VÀ ĐẦU TƯ KH&CN:

- Tư vấn kết nối chuyển giao công nghệ;
- Tư vấn đầu tư công nghệ;
- Tư vấn thành lập "Doanh nghiệp khoa học và công nghệ".

5. TỔ CHỨC CHƯƠNG TRÌNH TÔN VINH - SỰ KIỆN CHO DOANH NGHIỆP:

- Tôn vinh và trao cúp vàng, chứng nhận "Doanh nghiệp Việt Nam Điển hình sáng tạo";

- Tôn vinh và trao chứng nhận "Cúp vàng Top ten "Thương hiệu Việt uy tín";

- Lễ Vinh danh và trao chứng nhận "Doanh nghiệp Khoa học công nghệ tiêu biểu" năm 2021.

6. TRUYỀN THÔNG QUẢNG BÁ TRÊN CÁC BÁO CHÍ, TRUYỀN HÌNH TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC:

- Quảng bá, Bài viết, quảng cáo trên các Báo chí trong nước và Quốc tế (Mỹ, Úc, và Đài Loan);
- Chương trình Tọa đàm trên Truyền hình; phát phóng sự trên các kênh: VTV; HTV, VTC....;
- Phát hành sách, báo và các ấn phẩm phục vụ kiến thức và truyền thông cho doanh nghiệp.

7. TƯ VẤN TỔ CHỨC SỰ KIỆN CHO DOANH NGHIỆP:

- Tư vấn tổ chức Hội nghị khách hàng, Hội nghị khoa học,...
- Tư vấn tổ chức sự kiện Khánh thành nhà máy;

8. TỔ CHỨC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI, PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG, THÀNH LẬP VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN CHO DOANH NGHIỆP:

- Tổ chức đoàn xúc tiến sang các quốc gia và vùng lãnh thổ: Hoa Kỳ, Úc, Đài Loan...;
- Kết nối đầu tư, phát triển hàng hóa sang thị trường sang các nước;
- Thành lập Văn phòng đại diện tại Hoa Kỳ, Úc và Đài Loan.

** Các doanh nghiệp tham gia Thành Viên Thương hiệu được hưởng các quyền lợi truyền thông và tư vấn xây dựng thương hiệu miễn phí, sau 01 năm duy trì lại.*

ƯU ĐÃI THUẾ VÀ TÍN DỤNG
CHO DOANH NGHIỆP KHOA HỌC
& CÔNG NGHỆ:

NHÌN TỪ QUỐC TẾ

Với việc coi trọng phát triển khoa học và công nghệ (KHCN) và coi KHCN là một trong những động lực quan trọng nhất để phát triển kinh tế - xã hội, nhiều nước đã thực hiện các chính sách ưu đãi cho doanh nghiệp (DN) hoạt động trong lĩnh vực này. Kinh nghiệm các nước cho thấy, cùng với tăng cường đầu tư cho lĩnh vực KHCN thì ưu đãi thuế và ưu đãi tín dụng đối với các doanh nghiệp KHCN, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV), được các nước đặc biệt quan tâm.





ƯU ĐÃI THUẾ CHO DOANH NGHIỆP KHCN

Tuy mỗi nước có chính sách khuyến khích riêng phù hợp với điều kiện của mình nhưng nhìn chung các nước đều theo xu hướng hỗ trợ trực tiếp cho các DN để khuyến khích phát triển KHCN mà ít nước thông qua hình thức gián tiếp như Quỹ KHCN trong doanh nghiệp.

Theo tổng hợp từ trang Pwc, các nước áp dụng một số hình thức ưu đãi cho DN KHCN như sau:

* Miễn, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN) đối với những dự án phát triển KHCN.

Chính phủ Thái Lan cho miễn thuế 8 năm đối với dự án đầu tư trong đổi mới KHCN, trong nghiên cứu và phát triển (R&D) của các DN hay viện nghiên cứu. Ngoài ra, còn giảm 50% thuế TNDN trong 5 năm tiếp theo đối với phòng thí nghiệm, công nghệ sinh học...

Trong khi đó, Hàn Quốc cho phép các DN có vốn đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực công nghệ cao được miễn 100% thuế TNDN trong thời gian 5

năm, kể từ năm đầu tiên kinh doanh có lãi và giảm 50% thuế TNDN trong 2 năm tiếp theo.

* Hỗ trợ các doanh nghiệp trong nghiên cứu & phát triển (R&D) thông qua cho phép khấu trừ bổ sung.

Cơ chế này cho phép khấu trừ chi phí R&D từ thu nhập chịu thuế ở mức cao hơn mức thực chi. Cụ thể: Nga

có mức cao nhất là 250%; Thái Lan, Singapore và Ấn Độ có cùng mức là 200%; Trung Quốc - 175%; Brazil - 160%; Nam Phi - 150%; trong khi đó, Croatia áp dụng 3 mức là 250% - 200% - 175%.

* Hỗ trợ các DN cho R&D thông qua chính sách giảm nghĩa vụ thuế.

Thống kê của Pwc cho thấy, Nhật Bản



áp dụng từ 8-10%; Anh 10%; Mỹ từ 14 -20%; Canada là 15%. Trong khi đó, Bồ Đào Nha áp dụng mức cao nhất là 32,5%.

* DNNVV được ưu tiên hơn.

Nhiều nước có chính sách ưu đãi cao hơn đối với các DNNVV nhằm tạo động lực cho cộng đồng DN này thực hiện R&D. Đơn cử như từ ngày 1/1/2013, Pháp đã thực hiện chính sách ưu đãi thuế mới được gọi là "Tín dụng thuế đối với đổi mới" áp dụng với ngành công nghiệp hạ nguồn, nhưng chỉ áp dụng cho các DNNVV, giảm nghĩa vụ thuế đối với các nguyên mẫu hoặc sản phẩm thử nghiệm là 20% và tổng số chi phí được giảm trừ không vượt quá 400.000 Euro/năm.

Tại Nhật Bản, các DNNVV - tức những DN có vốn dưới 100 triệu Yên - được giảm nghĩa vụ thuế là 12% tổng chi phí R&D. Trong khi đó, các DN có quy mô lớn ở mức từ 8 đến 10%.

Các nước cũng có những ưu đãi đối với các trung tâm, vườn ươm, công viên, đại học KHCN nhằm tập trung nguồn lực để nghiên cứu phát triển lĩnh vực KHCN. Thực tế, Ấn Độ, Trung Quốc, Thái Lan sử dụng ưu đãi thuế như miễn, giảm thuế TNDN trong một khoảng thời gian nhất định.

Ngoài ưu đãi thuế, các nước cũng thực hiện ưu đãi tín dụng cho các DN KHCN nhằm khuyến khích lĩnh vực được coi là động lực cho phát triển kinh tế - xã hội quốc gia. Theo đó, chính phủ nhiều nước hỗ trợ tín dụng với lãi suất ưu đãi đối với những dự án đổi mới KHCN, hỗ trợ các DN, đặc biệt là các DNNVV, trong quá trình đầu tư đổi mới công nghệ sản xuất. Trung Quốc, Nhật Bản, Philippines thực hiện chính sách ưu đãi tín dụng thông qua ngân hàng cũng để đầu tư phát triển các lĩnh vực KHCN.

Chẳng hạn, Chính phủ Nhật Bản cấp những khoản vay với lãi suất



thấp hơn lãi suất của các ngân hàng thương mại cho các DNNVV thông qua các ngân hàng phục vụ chính sách với điều kiện DN dùng số vốn đó để phát triển công nghệ mới, thuê trang thiết bị, nâng cấp công suất vận hành của máy móc. Trong khi đó, Trung Quốc thực hiện chính sách cho vay đối với các ngành sản xuất mới mang tính chiến lược, ngành nghề chế tạo tiên tiến, và các ngành nghề tiềm năng mang tính chiến lược.

HỖ TRỢ TÍN DỤNG VỚI LÃI SUẤT ƯU ĐÃI CHO DN KHCN

Nhằm khuyến khích phát triển KHCN, ngoài việc tăng cường chi và hỗ trợ bằng nguồn vốn ngân sách cho lĩnh vực này, chính phủ nhiều nước còn thực hiện hỗ trợ tín dụng với lãi suất ưu đãi đối với những dự án đổi mới KHCN, hỗ trợ các DN, đặc biệt là DNNVV, trong quá trình đầu tư đổi mới công nghệ sản xuất.

Trung Quốc và Nhật Bản là hai ví dụ điển hình về việc thực hiện chính sách ưu đãi tín dụng thông qua ngân hàng phát triển nhằm đầu tư phát triển các dự án trong lĩnh vực KHCN, đặc biệt trong lĩnh vực kết cấu hạ tầng và

nông thôn. Các ngành nghề, lĩnh vực được thụ hưởng chính sách tín dụng ưu đãi bao gồm: kết cấu hạ tầng, nông nghiệp nông thôn, công nghiệp và các dự án đầu tư tại các vùng khó khăn, các dịch vụ xã hội và sự phát triển của cộng đồng, các dự án về môi trường...

Cụ thể, chính phủ Nhật Bản cấp những khoản vay với lãi suất thấp (lãi suất thấp hơn so với lãi suất của các ngân hàng thương mại) cho các DNNVV thông qua các ngân hàng phục vụ chính sách với điều kiện các doanh nghiệp dùng số vốn đó phát triển công nghệ mới, thuê trang thiết bị, nâng cấp công suất vận hành của máy móc, từ đó nâng cao chất lượng sản phẩm.

Trong khi đó, Trung Quốc thực hiện chính sách cho vay đối với các ngành sản xuất mới mang tính chiến lược, ngành nghề chế tạo tiên tiến, và các ngành nghề tiềm năng mang tính chiến lược như công ty thông tin liên lạc, trung tâm nghiên cứu gen, vi mạch điện tử. Những ngành nghề này thuộc đối tượng trọng tâm cấp vốn của ngân hàng phát triển Trung Quốc.

MINH THU (dịch thuật)

NGƯỜI VIỆT

ĐÃ SẴN SÀNG CHO MỘT XÃ HỘI
KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT?



Nhận định về xu hướng thương mại điện tử của Việt Nam trong thời gian qua, tờ Nikkei (Nhật Bản) cho rằng đa phần người dân đã sẵn sàng cho một xã hội không dùng tiền mặt.

Cuối tháng 9/2020, Timo - một ngân hàng số của Việt Nam - chính thức ra mắt nền tảng ngân hàng số Timo Plus, hứa hẹn cung cấp nhiều hơn các dịch vụ tài chính cơ bản cho một nhóm khách hàng sẵn sàng tiếp nhận ngân hàng trực tuyến, trong bối cảnh thương mại điện tử bùng nổ do tác động của đại dịch Covid-19.

Timo Plus sẽ hợp tác với Ngân hàng Bản Việt (Viet Capital Bank) nhằm xây dựng nền tảng ngân hàng số tối ưu trải nghiệm ngân hàng, tăng sự đơn giản và thuận tiện. Theo đó, Timo Plus cung cấp cho người dùng nhiều dịch vụ tài chính ngân hàng như chuyển tiền, thanh toán hóa đơn hay mua sắm online...

Ông Henry Nguyễn - tân Giám đốc điều hành của Timo Plus - cho biết trước đây ngân hàng này đã hợp tác với VPBank từ năm 2016 nhưng chỉ như là một đối tác bên ngoài. Tuy nhiên lần này, Timo Plus và Bản Việt sẽ hợp tác chặt chẽ để giới thiệu các sản phẩm mới.

"Chúng tôi có một ngân hàng với cùng mục tiêu và tầm nhìn mong muốn đổi mới sáng tạo - ông Henry Nguyễn nói với Nikkei. Tân Giám đốc điều hành của Timo Plus cho biết sẽ mở rộng thêm những dịch vụ mới ngoài các dịch vụ tài chính cơ bản: "Chúng ta đang nói về các sản phẩm tiết kiệm, sản phẩm tín dụng, bảo hiểm, về cơ bản là tất cả các khía cạnh của đời sống tài chính của mọi người".

"Chúng tôi cần một nền văn hóa mới, cần những tư duy mới không phải từ ngân hàng truyền thống" - ông Ngô Quang Trung - Giám đốc điều hành Viet Capital - chia sẻ.



Việt Nam ngày càng là một thị trường đông đúc đối với các công ty vi điện tử như Momo và ZaloPay.

Ảnh: Tomoya Onishi

Theo một nghiên cứu vừa được tập đoàn tài chính quốc tế UnaFinancial công bố, Việt Nam, Philippines, Malaysia, Indonesia, Singapore là những quốc gia có triển vọng cao nhất ở châu Á đối với ngân hàng số khi chỉ xếp ngay sau Australia. Đây là nghiên cứu dựa trên dữ liệu của một nhóm các công ty cung cấp dịch vụ Fintech tại châu Á và châu Âu, khảo sát 12 nước trong khu vực và phân tích kết quả dựa trên hai tiêu chí chính: sức hấp dẫn của quốc gia đối với ngân hàng trực tuyến và mức độ cạnh tranh trong phân khúc.

Các ngân hàng hoạt động thuần trực tuyến thường dựa trên mạng lưới ATM hiện có và đang bắt đầu xuất hiện ở Đông Nam Á. Philippines vừa cấp giấy phép đầu tiên cho một ngân hàng số mang tên Tonik. Trong khi đó Revolut của Anh hoạt động tại Singapore, nơi Ant Financial của Trung Quốc, một đơn vị của Tập đoàn Alibaba và chủ sở hữu TikTok ByteDance, đang tranh giành một số giấy phép ngân hàng kỹ thuật số.

Việt Nam được các nhà phân tích coi là thị trường đã chín muồi cho số hóa. Một cuộc khảo sát gần đây của Tập đoàn Tư vấn Boston cho thấy chỉ 40% dân số có tài khoản ngân hàng, một tỷ lệ thấp hơn so với các nước láng giềng Indonesia và Thái Lan. Người Việt Nam cho biết trong cuộc khảo sát rằng họ sẽ chuyển 13-15% tiền gửi từ các ngân hàng cũ sang ngân hàng kỹ thuật số, tỷ lệ cao nhất trong số những người Đông Nam Á được thăm dò ý kiến.

Theo các chuyên gia, những ngân hàng số như Timo cũng sẽ phải cạnh tranh với các ngân hàng cho vay truyền thống ngày càng hiểu biết về công nghệ, chẳng hạn như TPBank, sử dụng công nghệ nhận dạng khuôn mặt và Techcombank, cho phép khách hàng truy cập ATM bằng ứng dụng thay vì thẻ.

Việt Nam cũng đang trở thành một thị trường ngày càng đông đúc cho các ví điện tử như Momo và ZaloPay được liên kết với tài khoản ngân hàng của khách hàng để họ có thể thanh toán hóa đơn và các mặt hàng trong cửa hàng, thậm chí nạp tiền điện thoại. Theo Standard Chartered, Việt Nam có khoảng 20 thương hiệu ví điện tử.

Số lượng thanh toán bằng thẻ tín dụng hoặc thẻ ghi nợ tăng 51% mỗi năm từ năm 2016 đến năm 2019 - theo Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. Hiệp hội Thương mại Điện tử Việt Nam dự báo giá trị thương mại trực tuyến sẽ tăng trưởng hơn 30% vào năm 2020, vượt con số 15 tỷ USD, một phần là do đại dịch.

Hiện một số người dân Việt Nam đã thường xuyên sử dụng ví điện tử mà không cần tài khoản ngân hàng và nạp tiền qua ứng dụng điện thoại. Việc thúc đẩy hầu hết người dân Việt Nam mở tài khoản xuất phát từ thương mại. Theo báo cáo của BCG, trong số các mục tiêu kinh tế xã hội chính của chính phủ là 80% dân số có tài khoản ngân hàng vào năm 2025 và 90% vào năm 2030, tăng từ mức 40% - tỷ lệ thấp nhất trong các nước Đông Nam Á, theo báo cáo của BCG.

Người Việt Nam hiện đã sẵn sàng đón nhận một xã hội không tiền mặt - tờ Nikkei nhận định.

MINH AN

CUỘC ĐUA SỐ HÓA CỦA CÁC NGÂN HÀNG VIỆT

Theo nhiều chuyên gia, xu hướng thanh toán không sử dụng tiền mặt tại Việt Nam đang được tăng tốc do tác động của đại dịch Covid-19. Mục tiêu chung của các ngân hàng và dịch vụ ngân hàng hiện nay là đưa ngân hàng đến tận tay người dùng thông qua chiếc smartphone với trải nghiệm khác biệt và gia tăng giá trị cho khách hàng.



Xu hướng thanh toán không dùng tiền mặt đang phát triển mạnh mẽ và ngày càng phổ biến tại Việt Nam.
Ảnh: Tập chí tài chính

Bối cảnh trên đang dẫn đến một cuộc đua số hóa của các ngân hàng tại Việt Nam khi hàng loạt ngân hàng số, dịch vụ số được ra mắt trong năm 2020. Tháng 7/2020, Vietcombank ra mắt dịch vụ ngân hàng số mới VCB Digibank trên cơ sở hợp nhất những nền tảng giao dịch trực tuyến, thay cho những dịch vụ Internet Banking và Mobile Banking trước đây.

Theo đó, ngoài những dịch vụ ngân hàng truyền thống, giờ đây người sử dụng VCB Digibank còn có thể dùng thêm nhiều tiện ích khác như thanh toán hóa đơn tiền nước, tiền điện, cước viễn thông, nạp tiền điện thoại, y tế, giáo dục, bảo hiểm; thanh toán dịch vụ hành chính công; thanh toán hóa đơn tự động...

Tháng 8/2020, Ngân hàng số Timo Plus công bố hợp tác với Ngân hàng Bản Việt nhằm mục tiêu giúp khách hàng sử dụng dịch vụ

đơn giản, dễ dàng và tiện lợi hơn. Timo Plus cung cấp cho người dùng nhiều dịch vụ tài chính ngân hàng như chuyển tiền, thanh toán hóa đơn hay mua sắm online... Người dùng có thể sử dụng dịch vụ nhanh chóng qua ứng dụng trên smartphone, thậm chí mở tài khoản ngân hàng ngay lập tức mà không cần phải đến ngân hàng để đăng ký.

Tới tháng 10/2020, Ngân hàng LienVietPostBank cũng ra mắt ứng dụng ngân hàng số LienViet24h cho cả những đối tượng khách hàng chưa có tài khoản ngân hàng. LienViet24h cung cấp các dịch vụ thanh toán 24/7 với hơn 200 dịch vụ như thanh toán tiền điện, tiền nước, phí truyền hình...

Ngoài ra, một số các ngân hàng khác cũng đã cho ra mắt ngân hàng số như TPBank với ứng dụng LiveBank, MSB với ngân hàng thuần số TNEX, OCB với ngân hàng số OCB OMNI...

VIỆT ANH



Tạo bước chuyển căn bản nền kinh tế sang mô hình tăng trưởng trên cơ sở sử dụng hiệu quả các nguồn lực, tiến bộ khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo... Xây dựng và phát huy giá trị văn hóa, sức mạnh con người Việt Nam; hoàn thiện và triển khai xây dựng hệ giá trị quốc gia, hệ giá trị văn hóa và chuẩn mực con người gắn với phát huy ý chí, khát vọng phát triển và sức mạnh con người Việt Nam trong thời kỳ mới

Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Nguyễn Phú Trọng



HOÀNH SƠN GROUP

“CÁNH CHIM KHÔNG MỎI”

Sinh ra và lớn lên trên mảnh đất miền trung đầy giông bão, với khí phách của một doanh nhân trẻ, Phạm Hoàng Sơn đã vượt lên những biến cố suy thoái kinh tế toàn cầu năm 2011, đại dịch Covid-19 đầu năm 2020 và lũ lụt miền trung mà ít có doanh nghiệp nào có thể vượt qua. Sau 20 năm vật lộn, ông chủ Tập đoàn Hoàng Sơn đã chiếm nhiều thị phần đầu tư với nhiều dự án lớn có giá trị hàng chục ngàn tỷ đồng.



THỜI CƠ VÀ VẬN HỘI

Ông chủ Phạm Hoàng Sơn luôn tâm niệm, trong công cuộc hội nhập thì chiến lược phát triển phải theo mô hình "đa ngành nghề, đa lĩnh vực". Từ việc xác định hướng đi xuyên suốt đó, Hoàng Sơn Group đã nhanh chóng đầu tư mở rộng quy mô hoạt động trên nhiều lĩnh vực thương mại, giao thông, vận tải, xây dựng, khai thác khoáng sản, sản xuất phân bón... đồng thời mở rộng thị trường hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa, xây dựng sang các nước trong vùng lãnh thổ.

Đặc biệt, tập đoàn đã tập trung cho lĩnh vực đầu tư xây dựng các dự án lớn, tiềm năng như cảng biển, năng lượng điện tái tạo, nhà ở chung cư cao cấp, khu đô thị, các công trình thủy lợi lớn, nhà máy nhiệt điện mặt trời... Từ đó, Hoàng Sơn đã trở thành một tập đoàn kinh doanh tổng hợp đa ngành nghề, nắm trong tay nhiều dự án với nguồn vốn đầu tư lên tới hàng chục ngàn tỷ đồng.

Biết nắm bắt thế và vận thời hội nhập chuyển đổi số, công nghệ 4.0 để tiếp nhận quy trình công nghệ, chuyển giao, áp dụng vào sản xuất, kinh doanh, đồng thời nhanh chóng chuyển đổi cơ chế quản lý, kiện toàn, nâng cao năng lực của đội ngũ cán bộ quản lý, cán bộ chuyên môn, đáp ứng yêu cầu của sự phát triển, nên Hoàng Sơn Group đã đầu tư thành công nhiều chương trình dự án đầu tư có quy mô lớn.

Trong số này có dự án thủy lợi Rào Trổ cấp nước cho Khu kinh tế Vũng Áng với vốn đầu tư lên tới gần 4,5 nghìn tỷ đồng, một dự án đa mục tiêu, đòi hỏi thời gian cấp bách để kịp thời cung cấp nước phục vụ cho cả khu kinh tế Vũng Áng và bổ sung nguồn nước cho sản xuất nông nghiệp, nuôi trồng thủy sản của Thị xã Kỳ Anh. Với khát vọng mãnh liệt và nỗ lực không ngừng, Tập đoàn



Doanh nhân Phạm Hoàng Sơn.

Hoàng Sơn đã tập trung mọi nguồn lực vào đầu tư, thi công, chưa đầy hai năm công trình đã cơ bản hoàn thành, đúng với yêu cầu của lãnh đạo tỉnh Hà Tĩnh và các Bộ ngành đã đề ra.

Tiếp đến là dự án khai thác tổng hợp Cảng nước sâu Vũng Áng, nhằm tiếp nhận các tàu hàng có trọng tải từ 40.000 tấn, với tổng diện tích 10 ha, tổng mức đầu tư 1.410 tỷ đồng. Đây là Dự án có vai trò hết sức quan trọng đối với sự phát triển kinh tế của Hà Tĩnh, cùng với cụm Cảng Vũng Áng thực hiện tốt mục tiêu đầu tư xây dựng khu logistics dịch vụ hậu cần cảng, hoàn thiện quy hoạch hạ tầng khu kinh tế Vũng Áng, góp phần tăng thu ngân sách, thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội, giải quyết việc làm cho nhân dân địa phương. Hiện nay, đơn vị đang gấp rút thực hiện các hạng mục còn lại như bơm cát, san nền, xây dựng sân bãi, tuyến đường kết nối với khu kiểm soát, hệ thống hậu cần, kho bãi.

ĐẾN NHỮNG CÔNG TRÌNH THẾ KỶ

Nhờ làm ăn uy tín, nên Tập đoàn Hoàng Sơn được UBND tỉnh Hà Tĩnh chấp thuận chủ trương đầu tư Dự án điện mặt trời tại xã Cẩm Hòa, huyện Cẩm Xuyên, với diện tích 65 ha, tổng mức đầu tư 1.458 tỷ đồng, công suất dự kiến 50 MW, bao gồm 200.000 môđun (tấm pin mặt trời). Tập đoàn đã ký kết hợp tác với Công ty Eab New Energy (CHLB Đức) cung cấp thiết bị và Công ty TNHH Tư vấn điện Solakey của Tây Ban Nha làm tư vấn kỹ thuật. Triển khai thi công từ tháng 1/2019 đến 30/6/2019 hòa vào mạng lưới điện quốc gia, cung cấp bổ sung nguồn điện cho tỉnh Hà Tĩnh và các tỉnh lân cận, góp phần đảm bảo an ninh năng lượng quốc gia, bảo đảm môi trường và phát triển kinh tế bền vững.

Cùng với việc triển khai các dự án lớn, Tập đoàn Hoàng Sơn còn vươn ra triển khai nhiều dự án khác ở một

số địa phương trên cả nước như Dự án xây dựng chung cư nhà ở xã hội cho cán bộ chiến sỹ Bộ Công An thuộc khu tập thể 282 Nguyễn Huy Tưởng, Hà Nội; Dự án Tổ hợp thương mại và nhà ở Sao Vàng Hoàn Sơn 231 Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội; Dự án điện gió, mặt trời tại Quảng Trị; Dự án Trung tâm thương mại - khách sạn tại Thành phố Hà Tĩnh; Dự án nhà máy sản xuất phân lân và NPK công suất 800.000 tấn/năm tại Khu Kinh tế Vũng Áng....

Doanh nhân Phạm Hoàng Sơn như “cánh chim không mỏi”, ngoài những công trình đầu tư nói trên còn đưa các công trình đầu tư về quê hương để tạo việc làm ổn định, tăng thu nhập cho con em địa phương. Cuối năm 2019, Tập đoàn tiếp tục triển khai dự án Nhà máy bia Hà Nội - Nghệ Tĩnh, công suất 50 triệu lít/năm tại Khu công nghiệp Cổng Khánh 2, phường Đậu Liêu, thị xã Hồng Lĩnh, với diện tích 0,9 ha, tổng mức đầu tư 371 tỷ đồng. Khi Nhà máy hoàn thành đi vào sản xuất, sẽ tạo việc làm ổn định cho trên 200 lao động, đóng góp ngân sách cho địa phương, đưa lại cảnh quan diện mạo khu công nghiệp bên núi Hồng Sông La, góp phần tạo nên môi trường để thu hút các nhà đầu tư về với Hồng Lĩnh.

Tại xã Trung Lễ, huyện Đức Thọ, nhà máy chế biến rượu nếp, rượu nhưng hươu và các loại nước ép hoa quả chất lượng cao cũng mới được tập đoàn đầu tư xây dựng, tạo việc làm ổn định, có thu nhập khá cho con em trên chính quê hương của Phạm Hoàng Sơn.

Đến nay Tập đoàn Hoàn Sơn có trong tay gần 1000 đầu xe Somiroooc, 3 tàu vận tải biển có trọng tải 80.000 tấn/ chiếc, 1 xà lan vận chuyển hàng hóa , cùng hàng trăm phương tiện máy móc thiết bị thi công công trình hiện đại...

Với mục tiêu phát triển bền vững vì cộng đồng, mấy năm qua, Tập đoàn đã chi hàng tỷ đồng vào các hoạt động từ thiện xã hội như ủng hộ xây dựng tháp chuông Đồng Lộc; chia sẻ khó khăn hoạn nạn với người dân



Ông Phạm Hoàng Sơn – Chủ tịch HĐQT Công ty CP Tập đoàn Hoàn Sơn và lãnh đạo Công ty eab New Energy (CHLB Đức) ký biên bản ghi nhớ nhằm thảo luận, đàm phán các cơ hội thực hiện dự án năng lượng mặt trời.



Dự án thủy lợi Rào Trố cấp nước cho Khu kinh tế Vũng Áng với vốn đầu tư lên tới gần 4.500 tỷ đồng.

trong thiên tai bão lụt, tài trợ cho các tổ chức xã hội, các nhà trường; bán phân bón giá rẻ cho nông dân...

HOÀNH SƠN CHƠI LỚN TRÊN ĐẤT HÀ THÀNH

Điều bất ngờ khi ông chủ Tập đoàn Hoàn Sơn được Hội đồng cổ đông Công ty Cổ phần Cao su Sao Vàng (HoSE: SRC) bầu vào làm thành viên HĐQT của Công ty nhiệm kỳ 2016-2021, một doanh nghiệp làm ăn có tiếng xưa nay ít ai mơ tới. Thế mà trong cuộc hội ngộ bất thường cuối năm 2019, SRC đã tiếp tục công

bố quyết định ông Phạm Hoàng Sơn giữ chức Chủ tịch HĐQT kể từ 28/12 thay ông Lâm Thái Dương.

Được biết, mối liên hệ giữa SRC và Tập đoàn Hoàn Sơn thể hiện ở việc góp vốn thành lập Công ty TNHH Sao Vàng - Hoàn Sơn là đơn vị thực hiện dự án tổ hợp thương mại và nhà ở cùng tên tại 231 Nguyễn Trãi (khu đất thuộc sở hữu SRC). Trong đó, SRC nắm 26% và Tập đoàn Hoàn Sơn nắm 44,59% vốn. Qua sự vụ bắt tay làm ăn với các đại gia chốn Hà Thành của ông chủ Tập đoàn Phạm Hoàng Sơn, thiên hạ mới biết người

Hà Tĩnh ra Hà Thành không phải là chơi ngông mà làm nên kỳ tích.

CHỌN HƯỚNG ĐI TRONG THỜI COVID

Để đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh theo hướng công nghệ số trong công cuộc hội nhập, Tập đoàn Hoàng Sơn luôn chú ý việc lựa chọn, đào tạo con người và lựa chọn máy móc thiết bị. Những ngày đầu xuân Tân Sửu 2021, Tập đoàn đã tuyển dụng hàng trăm cán bộ, nhân viên tốt nghiệp các trường đại học chuyên ngành loại giỏi, am hiểu pháp luật, có khả năng thích ứng, cầu tiến, trung thực, chịu khó, chịu được áp lực công việc, tuổi đời dưới 35 tuổi vào làm việc tại các bộ phận chuyên môn của Tập đoàn.

Trong bối cảnh khó khăn do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19, khi nhiều doanh nghiệp phải cắt giảm đầu tư, cắt giảm nhân lực thì Tập đoàn Hoàng Sơn đang làm ngược lại. Tập đoàn đã mạnh tay đầu tư hàng trăm tỷ đồng để mua thêm xe vận tải, đầu kéo, tàu vận tải biển... nhằm tiếp tục mở rộng sản xuất kinh doanh. Việc bổ sung phương tiện, máy móc không chỉ đảm bảo các hợp đồng vận



tải giữa doanh nghiệp với đối tác, nâng cao lợi thế cạnh tranh mà còn tạo thêm việc làm cho hàng ngàn lao động. Đối với người lao động trong thời điểm này vừa có việc làm, vừa đảm bảo thu nhập để nuôi sống bản thân và gia đình là vô cùng ý nghĩa.

Với những kết quả nổi bật trong hoạt động kinh doanh và an sinh xã hội, Tập đoàn Hoàng Sơn đã nhận được

nhiều phần thưởng cao quý như cờ thi đua xuất sắc, bằng khen của Thủ tướng Chính phủ, Giải thưởng “sao vàng đất Việt” và nằm trong Top 200 Thương hiệu Việt Nam, Top 10 “Thương hiệu, nhãn hiệu tiêu biểu ngành xây dựng”, Top 10 Doanh nhân trí thức tiêu biểu Việt Nam, Cúp doanh nghiệp vì cộng đồng ...

ANH BÌNH



Dự án Điện mặt trời của Tập đoàn Hoàng Sơn tại xã Cẩm Hòa, huyện Cẩm Xuyên (Hà Tĩnh).

DOANH NHÂN KHOA HỌC



Phụ nữ Việt Nam ngày càng khẳng định vị thế của mình trong nhiều lĩnh vực khác nhau, trong đó có khoa học và công nghệ. Với xu hướng của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, cộng với sự phát triển của khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo của đất nước trong những năm vừa qua, một thế hệ các doanh nhân và nhà khoa học nữ đang dần hình thành và phát triển mạnh mẽ. Đặc biệt trong bối cảnh đại dịch Covid-19 hoành hành, nhiều nhà khoa học nữ đã có những đóng góp lớn cho cuộc chiến chống dịch của đất nước và được quốc tế vinh danh.



THẠC SỸ LÊ THỊ KHÁNH VÂN
ỦY VIÊN BAN CHẤP HÀNH HỘI LIÊN HIỆP
PHỤ NỮ VIỆT NAM

ĐẨY MẠNH KẾT NỐI, HỢP TÁC GIỮA NHÀ KHOA HỌC NỮ VÀ DOANH NGHIỆP

Từ kết quả nghiên cứu trong phòng thí nghiệm ra sản xuất thực tiễn là cả quá trình rất khó khăn, phức tạp, nếu không có doanh nghiệp đồng hành, các kết quả nghiên cứu khoa học rất khó được hiện thực hoá. Đối với các nhà khoa học nữ, những trở ngại, khó khăn mà họ phải đối mặt còn nhiều hơn. Xung quanh vấn đề kết nối giữa nhà khoa học nữ và doanh nghiệp, Tạp chí Thương hiệu Việt đã có cuộc phỏng vấn với Thạc sỹ Lê Thị Khánh Vân - Ủy viên Ban chấp hành Hội liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, Phó chủ tịch Hội Nữ trí thức Việt Nam, Giám đốc Trung tâm Ứng dụng khoa học công nghệ và Khởi nghiệp thuộc Hội Nữ trí thức Việt Nam.

Là Phó chủ tịch Hội Nữ trí thức Việt Nam, bà đánh giá thế nào về đội ngũ nữ trí thức và vai trò của họ trong mọi mặt đời sống xã hội hiện nay?

Nữ trí thức là bộ phận tinh hoa của phụ nữ Việt Nam, hội tụ tất cả những phẩm chất tốt đẹp, đặc trưng của phụ nữ Việt Nam như chịu thương, chịu khó, cần cù, khéo léo, đảm đang và rất sáng tạo.

Đội ngũ nữ trí thức Việt Nam là những người được đào tạo bài bản, có hệ thống, có kiến thức sâu rộng về một lĩnh vực nào đó, có trình độ, vị trí khoa học và những đóng góp không nhỏ đối với sự nghiệp phát triển đất nước. Với tư cách là một nguồn lực lao động có chức năng kép - “giỏi việc nước, đảm việc nhà”, nữ trí thức còn đóng vai trò phát triển thể hệ tương lai thông qua giáo dục và đào tạo.

Theo thống kê của Trung ương Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, nữ trí thức chiếm khoảng 42% tổng số trí thức của cả nước, phân bố khá đa dạng ở hầu hết các lĩnh vực hoạt động trong đời sống xã hội. Trong đó, tập trung nhiều hơn ở các lĩnh vực: Giáo dục và đào tạo với 64%; Khoa học xã hội, nhân văn chiếm 58%; Khoa học sự sống 55%... Bên cạnh đó, 43,3% nữ trí thức làm việc trong thành phần kinh tế nhà nước; 32% trong kinh tế



cá thể... Các thống kê trên cho thấy rằng, vai trò của nữ trí thức rất quan trọng trong đời sống xã hội hiện nay.

Trong xu thế khoa học và công nghệ đóng vai trò ngày càng quan trọng đối với quá trình phát triển kinh tế - xã hội của mỗi quốc gia, đội ngũ nữ trí thức Việt Nam tham gia và thể hiện vai trò như thế nào, thưa bà?

Trong sự phát triển nhanh chóng của khoa học và công nghệ hiện đại hướng tới Cách mạng công nghiệp 4.0, đội ngũ trí thức, trong đó có phụ nữ, đóng vai trò quan trọng, tạo nên sức mạnh của mỗi quốc gia trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội. Để đạt được mục tiêu đưa đất nước thoát khỏi tình trạng kém phát triển, cơ bản trở thành một nước công nghiệp theo hướng hiện đại, đòi hỏi phải phát huy 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 nữ trí thức với tiên phong là các nhà khoa học nữ đã và đang giữ vị trí quan trọng.

Theo số liệu thống kê của Cục Thông tin Khoa học và Công nghệ Quốc gia, các nhà khoa học nữ chiếm khoảng 47% trong tổng số nhân lực nghiên cứu và phát triển ở nước ta. Cùng với đó là số lượng các đề tài nghiên cứu, các kết quả, sản phẩm khoa học và công nghệ cũng lớn. Đáng chú ý là có tới khoảng 26% các dự án, đề tài nghiên cứu khoa học tại Việt Nam do nhà khoa học nữ làm chủ nhiệm. Những con số trên cho thấy trình độ, năng lực và những đóng góp quan trọng của các nhà khoa học nữ trong sự phát triển khoa học và công nghệ của nước ta.

Các nghiên cứu của nhà khoa học nữ Việt Nam tập trung ở các lĩnh vực công nghệ sinh học, hóa học, vật liệu, nông nghiệp và dược phẩm. Nhiều nhà khoa học nữ đã có những thành quả nghiên cứu, sản phẩm khoa học công nghệ được đánh giá cao như Phó giáo sư, Tiến sĩ Nguyễn Thị Hòe - Chủ tịch Tập đoàn sơn Kova, Thạc



Hội Nữ trí thức Việt Nam và Hội đồng Doanh nhân nữ Việt Nam ký Thỏa thuận hợp tác nhằm kết nối các nữ trí thức, các nhà khoa học nữ với doanh nhân nữ Việt Nam. Ảnh: PNVN.



Đoàn của Trung tâm Ứng dụng KH&CN và Khởi nghiệp thuộc Hội Nữ trí thức Việt Nam tham dự Triển lãm Quốc tế sáng chế của phụ nữ tại Hàn Quốc tháng 6/2019 với 6 công nghệ/sản phẩm KH&CN đã thành công lớn với 7 giải thưởng.

sĩ dược học Nguyễn Thị Hương Liên - Phó tổng giám đốc Công ty cổ phần Sao Thái Dương...

Nhiều nữ khoa học đã đạt giải cao trong nước và quốc tế như Giải thưởng Kovalevskaia, L'Oréal - Unesco, Giải thưởng Tạ Quang Bửu, Giải thưởng Trần Đại Nghĩa, Giải Quốc tế về Sáng chế của Phụ nữ, Giải Đổi mới sáng tạo toàn cầu Hitachi... Đặc biệt, năm 2020, Công nghệ cơ

đặc dịch quả - JEVA của PGS, TS Nguyễn Minh Tân - Viện trưởng Viện Nghiên cứu và phát triển ứng dụng các hợp chất thiên nhiên, trường Đại học Bách khoa Hà Nội đã đạt giải nhất (Best Innovation Award) của Quỹ Đổi mới sáng tạo toàn cầu Hitachi với giải thưởng 3 triệu Yên Nhật.

Bà có nhắc tới một số nhà khoa học nữ đồng thời là lãnh đạo các doanh



ngiệp. Xin bà cho biết mối liên hệ ở đây là gì?

Phát triển thị trường khoa học và công nghệ, thương mại hóa các kết quả nghiên cứu khoa học là định hướng quan trọng trong chiến lược phát triển khoa học công nghệ nước ta. Muốn thực hiện được điều này thì cần có sự kết nối, hợp tác giữa các nhà khoa học, trong đó có nhà khoa học nữ với các doanh nghiệp.

Hiện nay, đa số các nhà khoa học mới dừng ở việc làm ra kết quả nghiên cứu, nhưng thực chất cuộc sống đòi hỏi phải đưa các kết quả đó ra ứng dụng trong đời sống và đưa được sản phẩm khoa học và công nghệ ra thị trường thì sản phẩm đó mới thành công.

Làm sao để các kết quả nghiên cứu khoa học được ứng dụng nhanh trong đời sống là mong mỏi bấy lâu của các nhà khoa học. Từ kết quả nghiên cứu trong phòng thí nghiệm ra sản xuất thực tiễn là cả quá trình rất khó khăn, phức tạp, nếu không có các doanh nghiệp đứng bên cạnh các nhà khoa học thì các kết quả nghiên cứu khoa học rất khó được hiện thực hoá trong cuộc sống.

Hơn nữa, Việt Nam đã hội nhập kinh tế quốc tế, tham gia vào sân chơi toàn cầu hóa, nếu doanh nghiệp không bắt kịp cách mạng công nghiệp 4.0 thì sẽ

gặp nhiều rủi ro, bị cạnh tranh ngay tại “sân nhà”, điều này đòi hỏi doanh nghiệp phải lựa chọn công nghệ thích hợp để đổi mới, phát triển sản phẩm mới...

Như vậy, việc gắn kết, hợp tác để cùng phát triển là nhu cầu rất cần thiết và đến từ cả hai phía: nhà khoa học và doanh nghiệp. Mối quan hệ giữa doanh nghiệp và nhà khoa học phải là quan hệ đối tác đôi bên cùng có lợi. Lúc đó, hai chủ thể này sẽ có cùng mục tiêu, cùng lợi ích. Đó là cơ sở, nền tảng dẫn đến chuyển giao công nghệ thành công.

Việc kết nối hợp tác giữa doanh nghiệp và các nhà khoa học, đặc biệt là nhà khoa học nữ đang gặp những khó khăn, trở ngại gì, thưa bà?

Hiện có một khoảng trống giữa các nhà khoa học và nhà kinh doanh. Chính vì khoảng trống này nên ít nhiều việc phát triển sản phẩm, đưa những công trình nghiên cứu khoa học ứng dụng vào thực tế còn nhiều khó khăn.

Việc gắn kết các tổ chức khoa học và công nghệ, các nhà khoa học với doanh nghiệp còn nhiều hạn chế vì giữa nhà khoa học và doanh nhân luôn có khoảng cách, bởi hai tinh thần, hai mục tiêu khác nhau, nhà khoa học vì khoa học, doanh nghiệp vì lợi nhuận. Không dễ để hai bên

hòa hợp mục tiêu và tiến tới thay đổi nhận thức để hiểu rằng khoa học không chỉ vì khoa học mà khoa học vì nhân sinh, doanh nghiệp cần phải áp dụng các kết quả nghiên cứu khoa học công nghệ thì mới đem lại nhuận cao.

Xét riêng với đội ngũ nhà khoa học nữ, nghiên cứu của họ thường tập trung giải quyết các vấn đề dân sinh, gắn gũi cuộc sống nhưng chưa kết nối được nhiều với thị trường do nhiều yếu tố: Vai trò giới, trách nhiệm gia đình, nhất là định kiến về giới vẫn tồn tại với mức độ nhất định trong xã hội đang là yếu tố gây khó khăn cho các nhà khoa học nữ trong việc tiếp xúc, kết nối, hợp tác với các doanh nghiệp. Ngoài ra, có một phần nguyên nhân bởi Nhà nước chưa có cơ chế hỗ trợ nhà khoa học nữ trong việc đẩy nhanh các kết quả nghiên cứu vào phục vụ cuộc sống.

Với vai trò của mình, Hội Nữ trí thức Việt Nam đã làm gì để hỗ trợ các nhà khoa học nữ giải quyết những vấn đề nói trên và thúc đẩy sự kết nối hợp tác với doanh nghiệp để phát triển?

Để tạo môi trường kết nối giữa các hội viên, thúc đẩy chuyển giao kết quả nghiên cứu khoa học vào sản xuất kinh doanh, thời gian qua Hội Nữ trí thức Việt Nam đã có nhiều hoạt động hỗ trợ các nhà khoa học và doanh nhân nữ, trong đó nổi bật là thành lập Trung tâm Ứng dụng khoa học công nghệ và Khởi nghiệp (COSTAS). Chức năng của COSTAS là làm cầu nối, hỗ trợ các nhà khoa học và doanh nhân nữ giới thiệu các sản phẩm khoa học và công nghệ, thương mại hóa công nghệ, thúc đẩy chuyển giao các kết quả nghiên cứu khoa học vào sản xuất kinh doanh, tư vấn các doanh nghiệp lựa chọn kết quả nghiên cứu khoa học thích hợp để khởi nghiệp.

Chi hội Nữ trí thức COSTAS có hơn 50 hội viên, bao gồm 30 giám đốc doanh nghiệp và hơn 20 nhà khoa



học, là nơi phát hiện những nữ trí thức trẻ có triển vọng hoặc đang cần hỗ trợ, tìm nguồn hỗ trợ thích hợp về chuyên môn, kinh phí; giới thiệu các kết quả nghiên cứu khoa học công nghệ mới, đồng thời giải quyết những khó khăn, vướng mắc trong quản trị doanh nghiệp và nghiên cứu khoa học.

Sau một thời gian hoạt động, tuy chưa dài nhưng Trung tâm COSTAS đã có nhiều hoạt động thiết thực và trở thành chiếc cầu nối vững chắc cho các nhà khoa học nữ và doanh nghiệp. COSTAS đã giúp giới thiệu hơn 200 sản phẩm khoa học và công nghệ của các nhà khoa học nữ, kết nối được hàng chục doanh nghiệp nhận chuyển giao công nghệ và đại

lý phân phối các sản phẩm khoa học công nghệ của các nữ khoa học.

Trung tâm COSTAS cũng khuyến khích, tư vấn, hỗ trợ các hội viên chuyển đổi thành doanh nghiệp khoa học và công nghệ để được hưởng các chính sách ưu đãi của nhà nước và có điều kiện phát triển thuận lợi hơn.

Trong thời gian tới, Hội Nữ trí thức Việt Nam và COSTAS sẽ tiếp tục các hoạt động hỗ trợ thiết thực và hiệu quả cho các nữ trí thức, nhà khoa học và doanh nhân nữ.

Xin cảm ơn bà!

BÁ MẠNH (Thực hiện)



NHỮNG NHÀ KHOA HỌC NỮ VIỆT NAM

được quốc tế vinh danh

Nhờ tài năng nổi bật và những công trình nghiên cứu, thành quả khoa học có giá trị lớn, nhiều nhà khoa học nữ Việt Nam đã được vinh danh, nhận những giải thưởng quốc tế cao quý trong các năm 2019, 2020.



PGS, TS TRẦN THỊ LÝ Giải thưởng Noam Chomsky

Giải thưởng Noam Chomsky - Ngôi sao tỏa sáng về thành tựu trong nghiên cứu - là giải thưởng công nhận những người có đóng góp xuyên quốc gia, có sức ảnh hưởng ở bất kỳ lĩnh vực nào.

Phó giáo sư, tiến sĩ (PGS, TS) Trần Thị Lý vinh dự là nhà khoa học nữ Việt Nam đầu tiên được trao giải Noam Chomsky 2020.

Bà Lý - sinh năm 1975, ở Quảng Trị - là nhà khoa học có tiếng với nhiều đóng góp lớn trong lĩnh vực nghiên cứu học thuật và giảng dạy. Bà đang công tác tại khoa Nghệ thuật và Giáo dục, Đại học Deakin (Australia).

Bà tốt nghiệp Đại học Khoa học Huế vào năm 1997. Đến năm 2001, bà được Chính phủ Australia cấp học bổng đào tạo thạc sĩ tại đại học nổi tiếng Monash University. Một năm

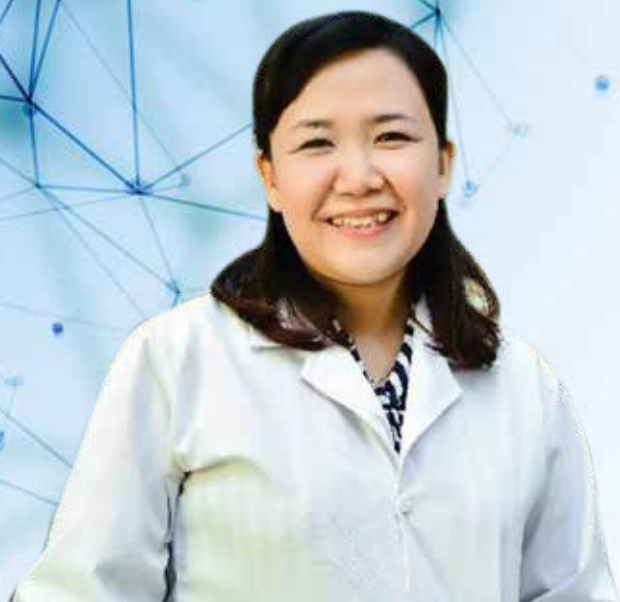
rưỡi sau, bà bảo vệ luận văn thạc sĩ và nhận tấm bằng hạng ưu cùng giải thưởng sinh viên quốc tế xuất sắc nhất ngành Giáo dục của trường.

PGS, TS Trần Thị Lý có nhiều nghiên cứu liên quan đến Việt Nam, đặc biệt là các nội dung đổi mới giáo dục đại học Việt Nam nhìn từ phương diện quốc tế; mối tương quan giữa chương trình giáo dục đại học và thị trường lao động; khả năng làm việc của sinh viên mới tốt nghiệp; quốc tế hóa giáo dục đại học Việt Nam... Ngoài nghiên cứu và viết sách về giáo dục đại học Việt Nam, bà Lý còn viết sách về giáo dục quốc tế.

Đến nay, PGS, TS Trần Thị Lý đã được hơn 30 giải thưởng và học bổng nghiên cứu từ các hiệp hội quốc tế, quốc gia cho thành tích xuất sắc về nghiên cứu khoa học, giảng dạy và học tập.

Năm 2019, bà Lý được Tạp chí Forbes Việt Nam bình chọn là một trong 50 phụ nữ ảnh hưởng nhất Việt Nam.





PGS, TS HỒ THỊ THANH VÂN

Giải thưởng L'Oréal 2019

PGS, TS Hồ Thị Thanh Vân hoạt động trong lĩnh vực khoa học vật liệu. Bà đang là Trưởng phòng Khoa học - công nghệ và Quan hệ đối ngoại của Đại học Tài nguyên và môi trường TP HCM.

Được biết, PGS, TS Hồ Thị Thanh Vân xếp vị trí thứ 23 trong Top 100 nhà khoa học tiêu biểu châu Á năm 2020 do Tạp chí Asian Scientist (Singapore) bình chọn.

Bà được trao Giải thưởng L'Oréal - UNESCO Vì sự phát triển phụ nữ trong khoa học năm 2019.

Bà Vân được Hội đồng khoa học đề cử cho đề án nghiên cứu tổng hợp xúc tác nano hợp kim Pt-Mo trên vật liệu nano TiO₂, 8WO₃, 2O₂ để nâng cao khả năng chịu độc CO và giảm giá thành cho loại pin nhiên liệu sử dụng trực tiếp methanol là một dạng năng lượng tái tạo.

Hướng nghiên cứu này sẽ mang đến lợi ích thiết thực trong việc sử dụng rộng rãi pin nhiên liệu, để thay thế các loại nhiên liệu hóa thạch và giảm sự nóng lên toàn cầu do khí thải CO₂. Đề án nghiên cứu này giúp có thể thương mại hóa được loại pin nhiên liệu thân thiện với môi trường này trong thời gian không xa.





TS TRẦN THỊ HỒNG HẠNH Giải thưởng L'Oréal 2019

TS Trần Thị Hồng Hạnh (Viện Hóa sinh biển, Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam) được trao Giải thưởng L'Oréal - UNESCO Vì sự phát triển phụ nữ trong khoa học năm 2019.

Theo thông tin được công bố, TS Trần Thị Hồng Hạnh được vinh danh vì những nỗ lực không ngừng trong nghiên cứu sử dụng phương pháp sắc ký vân tay kết hợp với thiết bị hiện đại để đánh giá thành phần dược liệu và chất lượng dược liệu, mục tiêu là nhằm cung cấp bộ dữ liệu về thành phần các hoạt chất có trong mẫu dược liệu nghiên cứu bao gồm cấu trúc hóa học, thành phần, hàm lượng chất, làm cơ sở cho việc đánh giá chất lượng dược liệu trên thị trường.

Bên cạnh đó, phương pháp sắc ký vân tay trong đánh giá chất lượng dược liệu còn có thể áp dụng trong đánh giá thành phần thực phẩm chức năng có nguồn gốc từ dược liệu.

Đề án này có ý nghĩa quan trọng trong tình hình hiện nay khi nhu cầu sử dụng dược liệu trong phòng bệnh và chữa bệnh ở Việt Nam ngày càng gia tăng, tuy nhiên phần lớn dược liệu trên thị trường Việt Nam



được nhập từ nước ngoài, hàng nhập lậu không rõ nguồn gốc, do vậy chất lượng dược liệu không được đảm bảo. Đề án giúp có cơ sở khoa học chứng minh tác dụng của dược liệu trong y học cổ truyền, đồng thời tìm ra các tác dụng, công dụng mới của dược liệu phục vụ nhu cầu chăm sóc sức khỏe cộng đồng.

TS Trần Thị Hồng Hạnh còn xếp vị trí thứ 32 trong Top 100 nhà khoa học tiêu biểu châu Á năm 2020 do Tạp

chí Asian Scientist (Singapore) bình chọn.

Được biết, TS Trần Thị Hồng Hạnh là tác giả, đồng tác giả của 39 bài báo quốc tế trên các tạp chí ISI, 8 công trình trên các tạp chí chuyên ngành trong nước, chủ sở hữu của 1 bằng độc quyền sáng chế. Bà Hạnh là chủ nhiệm 2 đề tài cấp Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam, 2 đề tài cấp cơ sở được nghiệm thu xuất sắc.



TS PHẠM THỊ THU HÀ Giải thưởng L'Oréal 2019

TS Phạm Thị Thu Hà (Phó viện trưởng Viện Nghiên cứu di truyền và giống, Trường ĐH Tôn Đức Thắng, TPHCM) được trao Giải thưởng L'Oréal - UNESCO Vì sự phát triển phụ nữ trong khoa học năm 2019.

TS Phạm Thị Thu Hà được vinh danh nhờ đề án nghiên cứu về phát triển các giống lúa chịu mặn thông qua chọn lọc bằng dấu chuẩn phân tử và phổ biến chúng ở các vùng bị ảnh hưởng của điều kiện mặn tại đồng bằng sông Cửu Long. Mục tiêu của đề án nghiên cứu là tận dụng các công cụ nhân giống hiện đại, chẳng hạn như lai chéo hỗ trợ đánh dấu để phát triển các giống lúa chịu mặn có năng suất cao thích nghi với điều kiện ở miền Nam Việt Nam.

Đề án này có ý nghĩa quan trọng trong tình hình vùng sản xuất lúa gạo ở miền Nam phải đối mặt với tình trạng nhiễm mặn, gây ra vấn đề nghiêm trọng cho những người nông dân nghèo tài nguyên phải phụ thuộc vào sản xuất lúa gạo để sinh kế. Việc phát triển các giống lúa năng suất cao hiện đại phù



hợp với điều kiện nhiễm mặn sẽ giúp cải thiện đáng kể cuộc sống của nông dân trên những vùng đất này.

TS Phạm Thị Thu Hà còn xếp vị trí thứ 87 trong Top 100 nhà khoa học tiêu biểu châu Á năm 2020 do Tạp chí Asian Scientist (Singapore) bình chọn.



GS, TS NGUYỄN THỊ KIM THANH

Huy chương Rosalind Franklin

Năm 2020, GS, TS Nguyễn Thị Kim Thanh, hiện công tác tại Đại học University College London (UCL), đã vinh dự nhận huy chương Rosalind Franklin của Royal Society ở London, Anh với những thành tựu có tầm ảnh hưởng lớn về nghiên cứu khoa học ứng dụng vật liệu nano trong lĩnh vực y sinh, chăm sóc sức khỏe.

Rosalind Franklin là giải thưởng được trao cho các cá nhân có đóng

góp nổi bật trong lĩnh vực Khoa học, Công nghệ, Kỹ thuật và Toán học (STEM) và nhằm khuyến khích vai trò của phụ nữ trong STEM.

Dự án của GS, TS Nguyễn Thị Kim Thanh là đề xuất tổ chức trại hè khoa học để truyền cảm hứng và thúc đẩy các em học sinh lớp 8, chủ yếu là nữ, từ các gia đình nghèo ở London, chọn các môn khoa học tự nhiên cho chương trình GCSE (cấp 2).

GS, TS Nguyễn Thị Kim Thanh tốt nghiệp chuyên ngành Hóa học tại ĐH Quốc gia Hà Nội năm 1992. Sau đó, bà đi du học và bắt đầu sự nghiệp nghiên cứu quốc tế có uy tín tại Hà Lan, Mỹ và Anh.

Từ năm 2013, bà đảm nhận vị trí giáo sư tại ĐH College London và dẫn đầu một nhóm thực hiện nghiên cứu liên ngành tiên tiến về thiết kế và tổng hợp vật liệu nano cho ứng dụng y sinh.

Được biết, bà Thanh là giáo sư người Việt Nam đầu tiên tại UCL, chuyên ngành vật liệu nano tại Phòng thí nghiệm UCL Nanomaterials Laboratory, đặt tại Viện Royal Institution và Nhóm sinh lý (biophysics), Khoa Vật lý và Thiên văn, Đại học University College London, Anh.



HOÀNG CƯỜNG (T/h)

Dấu ấn của các nhà khoa học Nữ

trong cuộc chiến
chống Covid-19

Cuộc chiến chống đại dịch Covid-19 vẫn đang diễn ra căng thẳng trên toàn thế giới. Việt Nam là một trong những điểm sáng về phòng chống, kiểm soát tốt dịch bệnh nguy hiểm này. Đóng góp vào thành công đó có dấu ấn của các nhà khoa học nữ với các nghiên cứu, sản phẩm giá trị và thiết thực.



PHÂN LẬP THÀNH CÔNG VIRUS SARS-COV-2

Đầu năm 2020, dịch Covid-19 bùng phát và khiến thế giới lo sợ vì sự nguy hiểm và những điều chưa biết về loại virus chết chóc mới. Trong bối cảnh đó, ở Việt Nam, các nhà khoa học đã nhanh chóng tìm hiểu, nghiên cứu ngay từ khi Covid-19 còn chưa có tên chính thức. Tập thể các nhà khoa học nữ ở Phòng thí nghiệm Cúm, Khoa Virus, Viện Vệ sinh Dịch tễ Trung ương là lực lượng tiên phong nghiên cứu chống dịch từ những ngày đầu.

Thành quả đã đến khi ngày 7/2/2020, họ công bố đã nuôi cấy và phân lập thành công chủng virus Corona mới (SARS-CoV-2), giúp Việt Nam trở thành 1 trong 4 quốc gia đầu tiên trên thế giới làm được điều này.

Theo các chuyên gia, việc nuôi cấy và phân lập thành công virus SARS-CoV-2 chủng mới trong phòng thí nghiệm là cơ sở quan trọng để bắt đầu rất nhiều bước nghiên cứu khác. Đây chính là dữ liệu để nghiên cứu các liệu pháp điều trị, phát triển sinh phẩm chẩn đoán đặc hiệu và sản xuất vắc-xin phòng bệnh sau này.

Từ nền tảng của nghiên cứu phân lập thành công virus SARS-CoV-2 này, các phương pháp xét nghiệm và chế tạo vắc-xin ngừa Covid-19 trong nước đã được triển khai nhanh chóng sau đó, giúp Việt Nam khống chế và kiểm soát tốt được dịch suốt thời gian qua.

Ghi nhận giá trị từ việc nghiên cứu nuôi cấy và phân lập thành công SARS-CoV-2 của các nhà khoa học của Phòng thí nghiệm Cúm, ngày 12/2/2020, Bộ Y tế đã trao bằng khen cho 1 tập thể và 6 cá nhân của Viện Vệ sinh Dịch tễ Trung ương.

Với nhiều thành tích đặc biệt xuất sắc trong suốt quá trình nghiên cứu khoa học, ứng dụng thành công vào thực tiễn nhằm giảm gánh nặng bệnh tật do dịch bệnh cúm, góp phần bảo



Thạc sỹ Nguyễn Thị Hương Liên - Phó chủ tịch, Phó tổng giám đốc Công ty cổ phần Sao Thái Dương, Phó chủ tịch Hiệp hội doanh nghiệp Khoa học và Công nghệ Việt Nam. Ảnh: ĐBND.

vệ sức khỏe cộng đồng tại Việt Nam cũng như các quốc gia khác trên thế giới, trong đó có việc phân lập thành công SARS-CoV-2, các nhà khoa học nữ ở Phòng thí nghiệm Cúm đã được Ủy ban Giải thưởng Kovalepskaia Việt Nam trao giải tập thể năm 2019.

Phòng thí nghiệm Cúm hiện có 12 cán bộ khoa học, trong đó có 9 nhà khoa học nữ (chiếm 75% nhân lực) gồm: PGS.TS Lê Thị Quỳnh Mai, TS. Hoàng Vũ Mai Phương, PGS.TS Nguyễn Lê Khánh Hằng, ThS. Lê Thị Thanh, ThS. Ứng Thị Hồng Trang, ThS. Nguyễn Phương Anh, ThS. Trần Thị Thu Hương, cử nhân Phạm Thị Hiền, cử nhân Hoàng Thu Hương.

Phòng thí nghiệm Cúm ra đời năm 2003, đến nay sau gần 20 năm đã đạt được nhiều thành tựu đáng tự hào.

Chiến công đầu tiên là khi dịch SARS xảy ra, Việt Nam chính là quốc gia đầu tiên thông báo với Tổ chức Y tế thế giới về căn bệnh mới với triệu chứng viêm phổi không điển hình, tiến triển nhanh và lây truyền mạnh, tỷ lệ tử vong cao.

Thời điểm đó, nhóm nghiên cứu của Phòng thí nghiệm Hô hấp, đứng đầu là PGS.TS Lê Thị Quỳnh Mai đã trực tiếp tham gia điều tra, thu thập mẫu, tiến hành chẩn đoán các trường hợp viêm đường hô hấp cấp tính nguy hiểm đầu tiên được điều trị tại Bệnh viện Việt-Pháp bằng phương pháp sinh học phân tử.

Với những cống hiến đó, Phòng thí nghiệm Cúm đã vinh dự được Chủ tịch nước tặng Huân chương Lao động hạng 3 vì “có thành tích xuất sắc



GS.TS Lê Thị Quỳnh Mai - Phó Viện trưởng, Trưởng phòng Thí nghiệm Cúm, Viện Vệ sinh Dịch tễ Trung ương. Ảnh: NĐT.

trong việc phòng, chống và khống chế dịch SARS, góp phần bảo vệ và chăm sóc sức khỏe nhân dân” năm 2004.

Nhờ kinh nghiệm và hiệu quả phòng chống dịch SARS, Phòng thí nghiệm Cúm tiếp tục tham gia nghiên cứu các loại virus và dịch bệnh mới như MERS năm 2012. Và mới đây nhất, bằng việc phân lập thành công virus corona chủng mới SARS-CoV-2, Phòng thí nghiệm Cúm đã góp phần tạo điều kiện cho những nghiên cứu sâu hơn về đặc điểm của virus tại Việt Nam, mở đường cho việc sản xuất kit xét nghiệm và nghiên cứu phát triển vắc-xin Covid-19.

Cùng với đó, Phòng thí nghiệm Cúm tập trung nghiên cứu các loại cúm mùa thường xuyên xuất hiện trên người ở Việt Nam như cúm A/H1N1, cúm A/H3N2, và các loại cúm gia cầm như cúm A/H5N1, cúm AH7N9... phục vụ cho nhiều hoạt động y tế, xã hội.

“Các kết quả của phòng thí nghiệm là cả một quá trình tích lũy, tự học hỏi, mở rộng quan hệ quốc tế và tận tâm với định hướng khoa học chuẩn xác. Giải thưởng Kovalevskaia mặc dù dành cho tập thể nữ, nhưng để đạt



Các nữ cán bộ nghiên cứu Phòng thí nghiệm Cúm, Khoa Virus, Viện Vệ sinh Dịch tễ Trung ương. Ảnh: NĐT.

được thành tựu đó không thể không kể đến sự đóng góp của các đồng nghiệp nam đã cùng chung sức” - PGS.TS Lê Thị Quỳnh Mai chia sẻ.

NGHIÊN CỨU THÀNH CÔNG KIT CHẨN ĐOÁN PHÁT HIỆN VIRUS SARS-COV-2

Việc chế tạo thành công bộ KIT phát hiện SARS-CoV-2 có độ nhạy và độ đặc hiệu cao có một ý nghĩa vô cùng quan trọng, giúp Việt Nam có thể

chủ động trong sàng lọc, chẩn đoán bệnh trong cuộc chiến phòng chống Covid-19.

Đóng góp vào việc này có dấu ấn của Thạc sỹ Nguyễn Thị Hương Liên - Phó chủ tịch, Phó tổng giám đốc Công ty cổ phần Sao Thái Dương, Phó chủ tịch Hiệp hội doanh nghiệp Khoa học và Công nghệ Việt Nam.

Ngay từ tháng 2/2020, khi dịch Covid-19 bùng phát, Ths Nguyễn Thị



Thủ trưởng Bộ Y tế Đỗ Xuân Tuyên trao bằng khen cho một tập thể và 6 cá nhân của Viện Vệ sinh Dịch tễ Trung ương vì đã nghiên cứu nuôi cấy và phân lập thành công SARS-CoV-2.

Hương Liên đã cùng các đồng nghiệp nghiên cứu thành công hai KIT test phát hiện RNA Covid-19 bằng hai kỹ thuật khác nhau là Realtime-PCR và RT-LAMP.

Theo bà Nguyễn Thị Hương Liên, hai bộ KIT chẩn đoán này được kế thừa từ đề tài nghiên cứu chế tạo KIT chẩn đoán SARS-CoV-2 của hai nhóm các nhà khoa học tại Việt Nam ở Viện Kiểm định Quốc gia vắc-xin và sinh phẩm y tế và Đại học Bách khoa Hà Nội. Công ty cổ phần Sao Thái Dương là nhà sản xuất.

Hai bộ KIT nói trên được các nhà chuyên môn đánh giá cao. Bộ sinh phẩm thứ nhất cho kết quả sau 4h

tính từ khi lấy sinh phẩm. Giá thành của xét nghiệm 480.000 đồng/test, độ đặc hiệu phân tích 100%, không có nhiễm chéo khi thử nghiệm trên panel mẫu dương nồng độ cao và mẫu âm. Bộ sinh phẩm ổn định trong điều kiện vận chuyển đá gel 2-8 độ C trong 72h...

Trong khi đó, bộ KIT chẩn đoán phát hiện virus SARS-CoV-2 thứ 2 là một kỹ thuật khuếch đại đẳng nhiệt axit nucleic rất hiệu quả và đơn giản do phản ứng chỉ cần ủ tại một nhiệt độ trong khoảng từ 60-65 độ C. Do vậy, để thực hiện phản ứng LAMP, chỉ cần sử dụng một thiết bị ổn nhiệt đơn giản mà không cần đến các máy PCR.

Những ưu điểm nổi bật của bộ KIT RT-LAMP là bộ sinh phẩm có thể áp dụng ngay tại y tế tuyến cơ sở hay các bệnh viện dã chiến khi dịch Covid-19 bùng phát; chỉ yêu cầu thiết bị ổn nhiệt ở 64 độ C; mẫu dương tính được phát hiện trực tiếp bằng mắt thường dựa vào sự đổi màu của phản ứng, ngưỡng phát hiện 10 phiên bản/phản ứng, tương đương với Realtime - PCR; không có phản ứng chéo với các virus gây bệnh đường hô hấp khác.

Hai bộ KIT chẩn đoán Covid-19 do Sao Thái Dương sản xuất đã được Bộ Y tế Việt Nam cấp phép lưu hành và cũng đã được cấp phép lưu hành tự do tại châu Âu. Cả hai công trình nghiên cứu này sau đó đều được chọn vinh danh trong “Sách vàng sáng tạo Việt Nam 2020”.

Không chỉ nghiên cứu, sản xuất, để chung tay phòng chống dịch Covid-19, Công ty cổ phần Sao Thái Dương đã tặng Bộ Y tế 50.000 liều test thử xét nghiệm Covid-19 trị giá 20 tỷ đồng.

“Hiện mỗi ngày Công ty cổ phần Sao Thái Dương có thể cung cấp 1 triệu liều test phục vụ cho công tác xét nghiệm sàng lọc virus SARS-COV-2 cho thị trường” - bà Hương Liên cho biết.



KIT xét nghiệm Covid-19 RT-PCR do Công ty cổ phần Sao Thái Dương sản xuất. Ảnh: NX.

NGỌC PHƯƠNG (T/h)



BẢN QUYỀN ÂM NHẠC:

TRẢ LẠI SỰ CÔNG BẰNG CHO NHẠC SĨ



Nhạc sĩ Lê Minh Sơn đang trên con đường hiện thực hóa giấc mơ kiểm soát bản quyền tác phẩm âm nhạc bằng việc hợp tác với một công ty công nghệ để xây dựng hệ thống quản lý bản quyền âm nhạc trực tuyến. Với hệ thống này, mỗi bài hát được gán với một mã ID để quản lý bản quyền trên môi trường số. Công cụ này sẽ giúp minh bạch được việc sử dụng âm nhạc, trả lại sự công bằng cho các nhạc sĩ Việt Nam. Dự kiến hệ thống này sẽ ra mắt trong năm 2021.

VI PHẠM BẢN QUYỀN ĐANG “GIẾT” NGÀNH CÔNG NGHIỆP ÂM NHẠC VIỆT NAM

Với công nghệ phát trực tuyến bùng nổ như hiện nay hỗ trợ rất nhiều cho các ca sĩ, nhạc sĩ trong việc phát hành tác phẩm của mình tới công chúng. Nhưng việc phát trực tuyến trên nền tảng nội dung số quá dễ dàng cũng phát sinh ngày càng nhiều các nội dung như phim ảnh, âm nhạc, các chương trình truyền hình ăn khách, chương trình thể thao bị vi phạm bản quyền trên mạng rất nhiều. Mỗi năm, cơ quan quản lý nhà nước có xử phạt hành chính một vài vụ vi phạm bản quyền với số tiền phạt vài chục triệu đồng, nhưng trên thực tế không giải quyết được tận gốc vấn đề vi phạm bản quyền trên mạng.

“Có thể nói trên mạng Internet nạn vi phạm bản quyền diễn ra rất nghiêm trọng. Hàng triệu bài hát của các nhạc sĩ Việt Nam đang lang thang trên mạng không có ai kiểm soát, tác giả của các bài hát này cũng không hề được hỏi, được xin phép, chưa nói đến là được trả tiền. Nếu như chúng ta không có những công cụ kỹ thuật để kiểm soát nội dung trên mạng thì nạn vi phạm bản quyền có thể giết chết ngành công nghiệp âm nhạc ở Việt Nam”, nhạc sĩ Lê Minh Sơn nói.



Tôi quyết tâm xây dựng hệ thống công cụ bảo vệ bản quyền âm nhạc trực tuyến xuất phát từ những bức xúc của giới nhạc sĩ.

Nhạc sĩ Lê Minh Sơn



THIỆU TƯỚNG NHẠC SĨ ĐỨC TRỊNH,
PHÓ CHỦ TỊCH THƯỜNG TRỰC HỘI NHẠC SĨ VIỆT NAM:

NHIỀU CA SĨ NHẬN GIẢI CHO BÀI HÁT TRIỆU VIEWS, NHƯNG NHẠC SĨ KHÔNG HỀ ĐƯỢC NHẮC ĐẾN

Quản lý và bảo vệ chất xám nói chung và đặc biệt trên môi trường mạng nói riêng tôi rất ủng hộ. Tôi là người cũng lâm vào tình cảnh bị sử dụng nhiều bài hát mà không hề xin phép, không hề được trả tiền. Hiện có ca sĩ nổi tiếng họ nhận giải cho bài hát triệu views trên mạng, nhưng nhạc sĩ không hề được nhắc đến. Do đó, việc bảo vệ được quyền sở hữu trí tuệ nói chung, bản quyền âm nhạc trên mạng nói riêng là việc rất cần thiết. Bảo vệ được bản quyền tác phẩm âm nhạc là rất tốt, quản lý được, minh bạch được tôi rất ủng hộ.

Vào giữa năm 2019, nhạc sĩ dòng nhạc đồng quê Lê Minh Sơn đã công bố việc anh đã thành lập Công ty Bản quyền âm nhạc trực tuyến Việt Nam với mục đích sẽ xây dựng một hệ thống quản lý và bảo vệ bản quyền cho các tác phẩm âm nhạc. Hệ thống này sẽ do một đối tác về công nghệ phát triển, dựa trên nền tảng là giải pháp bảo vệ bản quyền nội dung số đã được chứng nhận toàn cầu Sigma Multi-DRM.

Theo tiết lộ của Lê Minh Sơn, riêng về phần bảo mật được phát triển hoàn toàn bởi trí tuệ Việt Nam và hiện nay giải pháp này cũng đã đạt được chứng nhận tiêu chuẩn quốc tế về bảo vệ bản quyền. Đội ngũ kỹ sư hiện đang gấp rút triển khai và đầu tư một hệ thống máy móc để kiểm soát bản quyền các tác phẩm âm nhạc. Còn nhạc sĩ Lê Minh Sơn có vai trò là người thủ lĩnh tinh thần, để làm thế nào mang lại quyền lợi nhiều nhất, minh bạch nhất cho anh em làm nghề sáng tạo.

CÔNG NGHỆ SẼ GIẢI QUYẾT ĐƯỢC NHỮNG BỨC XÚC CỦA CÁC NHẠC SĨ

Nhạc sĩ Lê Minh Sơn chia sẻ, sở dĩ anh quyết tâm xây dựng hệ thống công cụ bảo vệ bản quyền âm nhạc trực tuyến xuất phát từ những bức xúc của giới nhạc sĩ.

“Có những người đã tự gom các bài hát của tôi vào những cái kho riêng của họ, để họ kinh doanh, họ khai thác quảng cáo trên những bài hát





**NHẠC SĨ TUẤN PHƯƠNG,
NGUYÊN PHÓ TRƯỞNG BAN VĂN HÓA
VĂN NGHỆ, ĐÀI TRUYỀN HÌNH VIỆT NAM VTV:**

NHẠC SĨ KHÔNG ĐƯỢC TÔN TRỌNG, CHƯA NÓI CHUYỆN TRẢ TIỀN

Bởi vì từ vài năm nay người ta bắt đầu có khái niệm phải trả tiền bản quyền, tuy là số tiền rất ít. Chữ trước đây, trong một thời gian dài đa số toàn dùng chùa, thậm chí có những người nổi tiếng họ hát bài hát thu rất nhiều tiền nhưng không trả tiền cho nhạc sĩ. Thường các ca sĩ biểu diễn qua một công ty biểu diễn, hoặc in đĩa thì công ty đó phải trả tiền cho nhạc sĩ, nhưng thực tế không có, hoặc nếu có thì mỗi đĩa được vài trăm nghìn. Các nhạc sĩ chỉ nhận được thù lao rất ít, không đáng kể cho các tác phẩm của mình.

Từ lâu nay có tình trạng, bài hát thì ai cũng hát được nhưng họ không hề nghĩ đến tác giả, nhạc sĩ không bao giờ được hỏi, được xin phép sử dụng, chưa nói là nhận được tiền bản quyền sáng tác.

Ví dụ, bài Tình đất của tôi, có rất nhiều người hát, chỗ Trung tâm Bảo vệ quyền tác giả âm nhạc Việt Nam có thu được tiền bản quyền ở một số nơi, nhưng còn rất nhiều nơi người ta dùng cũng không thu được. Rất nhiều bài khác cũng vậy, như là bài Người ai về, Chỉ có mình em thôi, cũng được hát nhiều.

Thường tâm lý các tác giả thì có nhiều người hát bài của mình thì rất thích, nhưng chả bao giờ được hỏi đến. Thậm chí có công ty rất nổi tiếng như Hồ Gươm Audio ghi âm bài hát của tôi do ca sĩ Tân Nhân hát, nhưng còn ghi sai tên tác giả, nói chung các đơn vị sử dụng bài hát họ rất cầu thả. Với nhiều chương trình khi họ làm, họ hỏi xin thì mình cũng cho thôi, vấn đề là mình cần sự tôn trọng.

Đặc biệt từ khi âm nhạc trực tuyến phát triển, trên các kênh YouTube, trên mạng hiện nay sử dụng âm nhạc rất nhiều, nhưng nhạc sĩ không thu được tiền, rất nhiều bài của tôi trên mạng, có những bài ca sĩ hát được cả triệu views nhưng tôi không có một đồng nào dù tôi là tác giả. Có công ty họ ký kết quản lý tác quyền với tôi rồi - đó là Công ty nghe nhìn Thăng Long, nhưng họ cũng không thu được tiền vì họ thiếu công cụ kỹ thuật.

Chính vì thế, chúng tôi rất mong có một công cụ kỹ thuật thật sự hữu hiệu, thông minh để quản lý được các bài hát trên mạng. Hiện nay nhạc trôi nổi trên mạng rất nhiều nhưng nhạc sĩ không có tiền. Trên mạng có rất nhiều kênh YouTube riêng của các ca sĩ nổi tiếng, họ biểu diễn bài hát có tên ca sĩ, tên người biểu diễn nhưng không có tên nhạc sĩ. Có thể nói người biên tập rất cầu thả, chỉ ghi tên ca sĩ mà quên tên nhạc sĩ, không có sự tôn trọng chưa nói chuyện tiền.

Rất nhiều bài hát của tôi, chỗ nào cũng dùng, nhưng chưa nhìn thấy tiền đâu. Tôi muốn có một sự rõ ràng, minh bạch, bài hát của mình được giới thiệu đúng tên nhạc sĩ, tác phẩm là chất xám của mình vất cả đời mới có. Trong khi họ dùng phát trên mạng họ biểu diễn có tiền, rất nhiều tiền nhưng cha đẻ của bài hát đó thì không có tiền. Các ca sĩ hát nhiều bài của nhạc sĩ, phát triển kênh riêng trên YouTube, phát triển thành kho âm nhạc riêng, nhưng không hề xin phép, không trả tiền.

Anh em nhạc sĩ rất bức xúc về vấn đề này và rất trông chờ vào công ty Bản quyền âm nhạc trực tuyến do nhạc sĩ Lê Minh Sơn sáng lập, để có thể hỗ trợ quản lý giúp các bài hát.

của tôi. Mà không riêng gì tôi, rất nhiều nhạc sĩ khác đều bị tình trạng như vậy. Người ta cứ tự nhiên sử dụng những bài hát của mình, không hề xin phép, chứ chưa nói là trả tiền tác quyền. Thế là tự nhiên nhạc sĩ đi viết các tác phẩm để cho cái ông mà mình không biết là ai hưởng hết, từ khán giả, doanh thu quảng cáo cho đến khai thác rất nhiều lợi ích kinh tế trên những bài hát đó. Rất nhiều các nghệ sĩ khác cũng bức xúc về tình trạng vi phạm bản quyền trên mạng bấy lâu nay”, nhạc sĩ Lê Minh Sơn chia sẻ.

Chính vì lỗ hổng rất lớn trong việc kiểm soát bản quyền âm nhạc trực tuyến này, nên Lê Minh Sơn và đối tác về công nghệ đã xây dựng từ hơn 2 năm nay một hệ thống để quản lý tất cả các tác phẩm âm nhạc của các nhạc sĩ Việt Nam. Hệ thống này sẽ ứng dụng những giải pháp công nghệ mới nhất, hoàn toàn do các kỹ sư Việt Nam thực hiện và hiện nay đang gần đến bước hoàn thiện cuối cùng.

“Khát vọng chung của những người làm nghề sáng tạo, các nhạc sĩ, đều muốn các tác phẩm âm nhạc phải được minh bạch khi sử dụng. Ai dùng, dùng ở đâu, tần suất dùng thế nào, tất cả những cái đó phải được công nghệ quản lý. Những tác phẩm của các nhạc sĩ đang được người khác sử dụng, khai thác kiếm nhiều lợi ích. Trong khi chính những tác giả, người sáng tạo ra các bài hát ấy lại không được xin phép, không được hưởng bất cứ một khoản tiền tác quyền nào. Tôi cho rằng, đó là sự thiếu tôn trọng các nhạc sĩ”, nhạc sĩ Lê Minh Sơn nhấn mạnh.

ĐỖ QUYÊN



“Tôi muốn có một sự rõ ràng, minh bạch, bài hát của mình được giới thiệu đúng tên nhạc sĩ, tác phẩm là chất xám của mình vất cả đời mới có”.

Nhạc sĩ Tuấn Phương



VƯỢT SÓNG COVID-19

Nữ tướng Thấp lửa niềm tin

Trong nghịch cảnh, những giá trị và lợi thế riêng của người phụ nữ càng được phát huy và mài giũa như viên ngọc ngày càng trở nên sáng hơn.

Đại dịch Covid-19 chưa từng có trong lịch sử là một nghịch cảnh như vậy, đang đẩy nhiều doanh nghiệp vào thời khắc sinh tử có thể bị loại bỏ hoàn toàn nếu không thể vượt qua. Giữa giai đoạn đầy thách thức này, bản lĩnh của những nữ tướng càng chứng minh được giá trị của mình. Nhiều nữ doanh nhân đang thực sự trở thành những người dẫn dắt hiệu quả và thấp sáng niềm tin cho doanh nghiệp vượt qua đại dịch.



LÊ HOÀNG DIỆP THẢO
TRUYỀN CẢM HỨNG COFFEE
TOÀN CẦU:

“Không thể xoay chuyển cơn gió, phải xoay chuyển” cánh buồm”

Theo Bà Lê Hoàng Diệp Thảo - CEO TNI King Coffee, để khởi nghiệp thành công, trước tiên phải có đam mê. Nếu không có ngọn lửa đam mê mãnh liệt, thì không nên dấn thân vào. Chỉ đam mê mới có động lực vượt qua mọi khó khăn, bởi "vạn sự khởi đầu nan". Xác định tinh thần rất quan trọng, cần nhận định đúng tình huống, nguy và cơ để xác định hướng đi. Chúng ta không thể xoay chuyển cơn gió mà phải xoay chiều cánh buồm để thích ứng và tìm đường bứt phá.

Năm 2020, giữa bối cảnh biến động của kinh tế toàn cầu do Covid-19, King Coffee vẫn ghi nhận những thành tựu đáng kể. Thương hiệu này được vinh danh là "Thương hiệu cà phê phát triển nhanh nhất thế giới" do tạp chí Global Brands Magazine bình chọn, còn CEO Lê Hoàng Diệp Thảo trở thành nữ doanh nhân duy nhất và từ Việt Nam nhận giải thưởng Doanh nhân truyền cảm hứng toàn cầu (Most Admired CEO) năm 2020. Mới đây, bà cũng đã khởi động dự án giúp 100.000 phụ nữ khởi nghiệp "Wowen Can Do".

Bà Lê Hoàng Diệp Thảo cũng đã có cuộc chia sẻ với phóng viên về niềm đam mê dành cho cà phê và nguồn cảm hứng, kinh nghiệm khởi nghiệp thành công.

Thưa bà, bà có thể chia sẻ về quá trình của mình trong suốt 25 năm kể từ khi bước chân vào ngành cà phê?

Tôi có 25 năm kinh nghiệm trong ngành cà phê, trong suốt thời gian đó tôi tập trung tất cả những gì có thể để có thể đưa thương hiệu của mình từ số 0 lên thành số 1 đối với Trung Nguyên, tiếp theo là G7 và 5 năm gần đây thì tôi đã phát triển King Coffee.

Tôi bắt đầu từ việc đưa King Coffee tung ra thị trường Mỹ trước tiên vào tháng 10/2016 sau đó mới đưa về Việt Nam từ tháng 7/2017.

Tính tới thời điểm này nhìn lại, tôi nghĩ rằng đó là một hành trình vô cùng gian nan, vất vả. Nhưng những vất vả, gian nan đó không làm tôi chùn bước.

Trước những ảnh hưởng phức tạp của dịch Covid-19 trong năm 2020 đã khiến nhiều doanh nghiệp lao đao, với King Coffee đã trải qua một năm biến động không lường như thế nào, thưa bà?

Lúc khởi nghiệp King Coffee đã ở trong biến cố. Vì vậy, Covid-19 cũng chỉ là một thách thức khác mà chúng tôi phải đối mặt. Tôi xác định tinh thần rất quan trọng, cần nhận định đúng tình huống, nguy và cơ để xác định hướng đi. Chúng ta không thể xoay chuyển cơn gió mà phải xoay chiều cánh buồm để thích ứng và tìm đường bứt phá.



Có thể thấy, năm 2020 được xem là một bức tranh buồn cho toàn cầu nhưng Việt Nam lại là một ngôi sao với chỉ số tăng trưởng kinh tế dương và theo kế hoạch năm 2021, mức tăng trưởng GDP sẽ là 6,5% - một con số đáng nể. Ngoài ra, trong năm 2020 Việt Nam đã đưa ra những quyết sách tuyệt vời để kiểm soát dịch, điều kiện đi lại kinh doanh thuận lợi hơn nhiều so với hàng loạt quốc gia trên thế giới.

Với Covid, tôi nhìn nhận đây là cú hích để thanh lọc thị trường, thúc đẩy các doanh nghiệp đẩy nhanh việc chuyển đổi tự thân để nâng cao chất lượng sản phẩm, loại bỏ những nhà sản xuất nghiệp dư và lướt sóng. Những tay chơi đủ lực, đủ tâm, đủ tầm sẽ tiếp tục ở lại với cà phê; sống và cùng với chúng tôi nâng cao giá trị hạt cà phê Việt Nam.

Ngay trong đại dịch, những doanh nghiệp năng động sáng tạo đã tìm mở cho mình những lối đi riêng và bứt phá. Đó cũng là tôn chỉ của tôi trong suốt quá trình 25 năm kinh doanh trong ngành cà phê này. Tôi suy nghĩ và tìm cách để tìm “cơ” trong “nguy”, giải bài toán thị trường lao động đang dồi dư, kinh tế vi mô cần thúc đẩy.

Cụ thể, khi dịch bệnh bùng phát làm đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu, tôi đã triển khai nhiều ý tưởng mới

để bứt phá tăng trưởng. Trong đó, chiến lược mũi nhọn là đa dạng hóa kênh phân phối thông qua các sàn thương mại điện tử lớn nhất thế giới như Amazon, Ebay, Alibaba... và phát triển Mạng lưới đại diện toàn cầu (Global Agent Network).

Với Global Agent Network, King Coffee liên kết với các tổ chức, cá nhân vốn sẵn có mạng lưới tại nhiều quốc gia trên thế giới nhưng đang ít việc vì đại dịch để họ trở thành đại lý phân phối cho chúng tôi. Nhờ hình thức này, King Coffee đã mở rộng thị trường 200%, có mặt trên 120 nước trên thế giới chỉ trong vài tháng.

Năm 2021, chúng tôi sẽ phát triển theo chiều sâu các thị trường đó mạnh hơn, vững hơn. Kế hoạch của tôi là chia các thị trường làm 7 vùng khác nhau dựa trên văn hóa tương đồng và vị trí địa lý, trong đó có: Việt Nam; Trung Quốc và các khu vực lân cận với quốc gia này; vùng American và các nước Châu Mỹ La Tinh; các nước Ả Rập; tiếp đến là thị trường Nga, ban đầu chúng tôi sẽ cố gắng khai thác thị trường này cho thật tốt và lấy đó là sức bật để vươn ra thị trường Đông Âu và toàn thể Châu Âu. Từ những thị trường đó, chúng tôi sẽ thiết lập văn phòng cùng chuỗi phân phối bán hàng được đầu tư một cách bài bản, hoạt động từ offline đến online.

Năm 2020, bà đã nhận được giải thưởng Doanh nhân truyền cảm hứng toàn cầu, đồng thời bà cũng đã khởi động dự án giúp 100.000 phụ nữ khởi nghiệp "Women Can Do". Thông điệp bà muốn lan tỏa là gì?

Tôi trăn trở về việc làm gì để hỗ trợ cộng đồng, đặc biệt là những người phụ nữ. Tôi nghĩ đến một sinh kế để họ chủ động thu nhập, một cơ hội bổ sung kiến thức tài chính. Ở đó, họ sẽ được hỗ trợ vốn, về chính sách, được hướng dẫn cụ thể, và được tham gia vào một cộng đồng để cùng giúp đỡ lẫn nhau... Cà phê chính là đáp án cho bài toán đó.

Nghĩ là làm, từ giữa tháng 6/2020, King Coffee đã phối hợp với Hội Liên hiệp phụ nữ Việt Nam triển khai dự án Women can do, hướng tới những phụ nữ có nhu cầu tự kinh doanh. Tôi cổ vũ thúc đẩy chị em phụ nữ hãy mạnh mẽ, dũng cảm, bước ra khỏi vòng an toàn của chính mình để tập kinh doanh, tự chủ tài chính. Ngoài mục tiêu là đạt được con số 100.000 phụ nữ khởi nghiệp bằng sản phẩm cà phê của TNI King Coffee thì dự án này vừa giúp mang lại gia đình ổn định cho người phụ nữ, vừa giúp xã hội có thêm nguồn lực mới. Điều may mắn là chương trình này rất được các chị em phụ nữ hưởng ứng.

Trọng tâm của dự án Women Can Do mang đến một giải pháp toàn diện kết hợp từ kiến thức kinh doanh nền tảng và công nghệ 4.0 cho những người phụ nữ thời hiện đại, khơi gợi cảm hứng khởi nghiệp cho hàng triệu phụ nữ Việt Nam. Trong giai đoạn đầu, tôi dùng King Coffee như một giải pháp để chị em bước ra khỏi "vùng an toàn", tự chủ về tài chính, công việc của mình. Bằng nền tảng ứng dụng di động, chị em không chỉ có cơ hội khởi nghiệp hoặc có thêm nghề tay trái, mà còn được làm việc chung trong một cộng đồng mà ở đó có người lãnh đạo dẫn dắt mình, được đào tạo, tư vấn, cho vay vốn, trả góp...

Đặc biệt, trong bối cảnh ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đang tác động rất lớn đến nền kinh tế toàn cầu, đây



Bà Lê Hoàng Diệp Thảo, nữ doanh nhân sinh năm 1973, nhà sáng lập thương hiệu King Coffee đang chào đón cơ hội mới cho năm 2021 đến với ngành cà phê Việt Nam.



Bà Diệp Thảo kỳ vọng đưa Việt Nam thành cường quốc cà phê thế giới.

chính là cơ hội để chị em phụ nữ có thể chủ động kinh doanh, có thêm chi phí trong cuộc sống, sinh hoạt hàng ngày.

Tôi hy vọng những hỗ trợ từ dự án Women Can Do sẽ giúp chị em vừa tự chủ tài chính vừa có thời gian lo cho gia đình. Năm nay dự án sẽ được nhân rộng ra 63 tỉnh thành, tạo cơ hội cho 22 triệu phụ nữ Việt Nam. Nếu chương trình này thành công tại Việt Nam, chúng tôi sẽ mang chương trình này đến các nước khác như Myanmar, Philippines, Indonesia, Ấn Độ, Trung Quốc...trong thời gian tới. Tôi đã thành công đưa doanh nghiệp của tôi ra khắp toàn cầu, có tiếng vang rất tốt, tạo ấn tượng với khách hàng. Tôi đã làm được thì mong các chị em cũng sẽ làm được và còn giỏi hơn tôi nữa.

Để truyền cảm hứng cho phụ nữ khởi nghiệp và bạn trẻ muốn khởi

ngiệp với cà phê, bà nhấn nhủ điều gì?

Phải có đam mê! Khởi nghiệp muốn thành công, trước tiên phải có đam mê. Nếu không có ngọn lửa đam mê mãnh liệt, tôi khuyên các bạn không nên dấn thân vào. Chỉ đam mê mới có động lực vượt qua mọi khó khăn, bởi "vạn sự khởi đầu nan". Tôi xác định tinh thần rất quan trọng, cần nhận định đúng tình huống, nguy và cơ để xác định hướng đi. Chúng ta không thể xoay chuyển cơn gió mà phải xoay chiều cánh buồm để thích ứng và tìm đường bắt phá. Từ việc đồng sáng lập ra Trung Nguyên, đưa thương hiệu này từ số 0 trở thành thương hiệu cà phê số 1 VN, gây dựng G7, và đến giờ là King Coffee..., tôi có một kim chỉ nam là tập trung và tạo khác biệt, không đi theo cách mà người khác đã làm.

Thứ hai là tinh thần khởi nghiệp.

Người có tinh thần khởi nghiệp sẽ làm mọi cách để đạt được mục tiêu dựa trên luật pháp và uy tín, từ đó, mới thành công và đi được lâu dài. Ngành cà phê thật sự là một ngành rất khó bởi các bạn sẽ vấp phải những đối thủ lớn. Với sự hỗ trợ của chúng tôi, bạn sẽ được khởi nghiệp đúng hướng và tự trưởng thành bởi vì bạn sẽ được đào tạo bởi cộng đồng hơn 100.000 người.

Được biết, bà đang có tham vọng góp phần đưa Việt Nam thành cường quốc cà phê số 1 thế giới. Bà có thể chia sẻ ý định của mình về vấn đề này?

Việt Nam đang đứng trước cơ hội hiếm có để bắt phá và vươn mình thành cường quốc số 1 về cà phê. Nếu chúng ta nâng cao giá trị ngành cà phê Việt Nam, chúng ta sẽ có cơ hội đạt được 2 thành tựu quan trọng.



CEO King Coffee Lê Hoàng Diệp Thảo (áo đỏ) trong buổi ký kết hợp tác tổ chức thực hiện chương trình “Women Can Do – Phụ nữ khởi nghiệp 4.0”.

Thứ nhất là giúp cho 10% sản lượng cà phê nhân xuất khẩu thành cà phê thành phẩm xuất khẩu có giá trị cao. Thứ hai là gia tăng tiêu thụ cà phê ở thị trường nội địa từ 1.68 kg/người (năm 2019) lên 3 kg/người (năm 2023).

Và chỉ khi có được sức mạnh nội lực, vững chãi trên thị trường nội địa, cà phê Việt Nam mới có cơ hội để được đối xử bình đẳng, được tôn trọng, được trả giá đúng với giá trị mà người nông dân và các nhà sản xuất Việt Nam đã bỏ ra, góp phần tạo dựng nên thương hiệu chung cho ngành cà phê Việt Nam.

Song, để làm được điều này thì cần phải có chiến lược cụ thể. Chúng ta đã có nền tảng đầu tiên là quốc gia xuất khẩu cà phê đứng thứ hai thế giới. Việc mà chúng ta cần làm hiện nay là gia tăng tối đa giá trị mang về cho ngành cà phê. Để làm được điều này thì Chính phủ, các bộ ngành và người dân cần xem cà phê là ngành chiến lược quốc gia để chung tay đưa ngành cà phê bứt phá, trở thành cường quốc cà phê số một thế giới.

Ngoài ra, tăng tiêu thụ nội địa chính là then chốt, là chìa khóa cho sự phát

triển của cà phê Việt Nam. Vì khi chúng ta có thể tự chủ, giữ lại tiêu thụ trong nội địa cao hơn, như cách mà Brazil đã làm là nâng mức tiêu thụ trong nước lên đến 30%, cà phê Việt Nam mới có vị thế cao, không bị ép giá, mất giá nữa.

Với vai trò là Phó chủ tịch Hiệp hội Cà phê Cao cao Việt Nam, bà giải quyết bài toán tăng giá trị cà phê Việt Nam như thế nào?

Việt Nam là nước xuất khẩu cà phê đứng thứ hai thế giới, sản lượng xuất khẩu 1,6 triệu tấn một năm nhưng thu về khoảng 2-3 tỷ USD là rất thấp. Chúng ta thử so sánh một kg cà phê nhân có giá khoảng 30.000 đồng, trong khi một ly cà phê có thể lên đến 60.000 đồng.

Những con số biết nói này đã chỉ ra cơ hội rất lớn cho các công ty của Việt Nam để phát triển công đoạn sau của chuỗi giá trị, tức là chế biến sâu. Việt Nam có hạt cà phê robusta vào loại ngon nhất thế giới với sản lượng lớn nhất thế giới. Do đó, chúng ta nên đầu tư chế biến sâu để gia tăng giá trị cho ngành hàng, ví dụ như làm ra các sản phẩm cà phê hòa tan để đẩy giá trị thu về cao hơn.

Bên cạnh đó, việc xây dựng thương hiệu, đóng gói, marketing, xây dựng bản sắc văn hóa, phát triển ngành F&B... cũng quan trọng. Chúng ta hãy nhìn ra quốc tế, đó là 279 thị trường phong phú và sẵn sàng tiêu thụ cà phê, không phân biệt tôn giáo, văn hoá. Ở đâu có con người thì ở đó có người uống cà phê. Vậy tại sao chúng ta không làm ra những sản phẩm cà phê đạt chuẩn, đưa trái tim của mình vào để sản phẩm trở nên tuyệt vời, gìn giữ uy tín như con người của mình để tạo nên sự phát triển bền vững cho doanh nghiệp cũng như cho thương hiệu Việt Nam?

Là người đứng đầu TNI Corporation với thương hiệu cà phê King Coffee, bà sẽ có những bước đi như thế nào trong thời gian sắp tới để giúp nâng cao giá trị ngành cà phê và thương hiệu Việt?

Nhiều ngành trên thế giới có cung cầu đang đi xuống, nhưng riêng ngành cà phê vẫn tăng trưởng từ 2-4% mỗi năm. Riêng ngành cà phê Việt Nam có thể tăng trưởng từ 9-10% mỗi năm.

Nước ta là một nước nông nghiệp, và cà phê là một trong những mặt hàng

nông nghiệp xuất khẩu chiến lược. Nhưng giá trị thu về chưa cao, chỉ khoảng 2 - 3 tỉ USD mỗi năm. Vì thế, chúng ta cần thúc đẩy để ngành cà phê tăng giá trị thu về.

Khi nói đến Ý, người ta nghĩ đến Pizza, nói đến Đức, chúng ta nghĩ đến máy móc, kỹ thuật, nói đến Mỹ, người ta nghĩ đến các thương hiệu thức ăn nhanh. Tôi rất mong trong tương lai, khi nhắc đến Việt Nam, người dân trên thế giới sẽ nhớ đến cà phê. Cà phê Việt Nam tuyệt ngon, nên Việt Nam phải có thương hiệu cà phê vươn tầm thế giới.

Thời gian qua, Chính phủ Việt Nam đã mở rộng cửa cho ngành nông nghiệp nói chung và cà phê nói riêng để bứt phá trong năm 2021. Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) có hiệu lực từ ngày 1/8/2020, Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Vương quốc Anh (UKVFTA) cũng vừa được Chính phủ Việt Nam ký kết ngày 29/12/2020 ... giúp các mặt hàng nông sản, trong đó có các sản phẩm cà phê, được xuất sang thị trường này với mức thuế bằng không và xuất khẩu không hạn ngạch.

Đây là những hiệp định có thể giúp Việt Nam vượt qua các nước khác để xuất khẩu đến các thị trường lớn đó. Vì vậy, các doanh nghiệp cần xem đây là cơ hội để tiếp cận thị trường, đặc biệt là các mặt hàng nông sản, nông nghiệp sạch, cà phê. Nhưng quan trọng là dù có phát triển đến đâu, điều cốt yếu vẫn là uy tín của thương hiệu. Tôi luôn nhắc đi nhắc lại với đội ngũ của mình là phải giữ uy tín như gìn giữ con người mình, khi làm việc với các đối tác lớn thì mình phải ở vị trí xứng đáng.

Chúng ta đang có thương hiệu tốt, chất lượng cà phê tốt và cả những điều kiện tốt. Vì vậy, sự ủng hộ thương hiệu Việt sẽ giúp cà phê Việt phát triển trên toàn cầu nhanh và mạnh mẽ hơn.

Xin cảm ơn bà!

PHẠM ĐỨC thực hiện



Cơ hội để người phụ nữ xây dựng giá trị của mình trong việc khởi nghiệp là điều vô cùng tuyệt vời, bởi vì ở đây các chị em vừa được làm chủ chính mình vừa phát huy được trí tuệ của mình, tạo được giá trị và làm chủ cuộc đời.

DOANH NGHIỆP DO NỮ LÀM CHỦ

LÀ ĐỘNG LỰC MỚI CỦA NỀN KINH TẾ

Các doanh nghiệp do nữ làm chủ đang có sự phát triển mạnh mẽ, thể hiện vai trò quan trọng và có nhiều đóng góp lớn vào mọi mặt đời sống xã hội. Tuy nhiên, họ vẫn đang cần được tháo gỡ khó khăn và có môi trường kinh doanh tốt hơn để thực sự trở thành động lực mới của nền kinh tế Việt Nam.



Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc chụp ảnh cùng các nữ doanh nhân Việt Nam.

VAI TRÒ NGÀY Càng LỚN

Sau hơn 30 năm tiến hành công cuộc đổi mới, Việt Nam đã chủ động hội nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới. Trong quá trình đó, lao động nữ đã và đang đóng góp lớn vào sự phát triển của nền kinh tế đất nước với lực lượng hơn 50,2% dân số cả nước, khoảng 71,24% phụ nữ tham gia lực lượng lao động, cao hơn mức trung bình thế giới.

Mình chứng cho việc nữ giới thể hiện vai trò ngày càng lớn trong nền kinh tế, số lượng các doanh nghiệp do nữ làm chủ có nhiều phát triển. Cụ thể, theo Báo cáo “Môi trường kinh doanh - góc nhìn doanh nghiệp do nữ làm chủ” do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) công bố cuối năm 2019, kết quả điều tra doanh nghiệp dân doanh trên toàn bộ các tỉnh thành phố từ năm 2011 đến nay cho thấy, doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ có xu hướng gia tăng theo thời gian: Từ 4% năm 2009, lên 21% năm 2011, và năm 2018 là khoảng

24%. Nếu tính cả khu vực kinh tế hộ gia đình thì tỉ lệ doanh nghiệp do nữ làm chủ chiếm khoảng 30%. Đây là tỉ lệ cao nhất Đông Nam Á và xếp thứ 19/54 trong bảng xếp hạng Chỉ số nữ doanh nhân.

Theo số liệu thống kê của Cục Quản lý Đăng ký kinh doanh (Bộ Kế hoạch và Đầu tư), tính đến hết tháng 9/2019, toàn quốc có 285.689 doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ, chiếm 24% tổng số doanh nghiệp trên cả nước. Trong đó có 50.840 doanh nghiệp là công ty cổ phần, gần 140 nghìn công ty TNHH một thành viên, hơn 93 nghìn công ty TNHH hai thành viên trở lên và hơn 285 nghìn doanh nghiệp tư nhân.

Cũng theo số liệu thống kê, xét về trình độ học vấn, có 68,6% nữ chủ doanh nghiệp có trình độ đại học và thạc sĩ quản trị kinh doanh, so với 71,9% ở nam. Điều này cho thấy khoảng cách về giới trong lĩnh vực giáo dục đã được cải thiện đáng kể và phụ nữ có đầy đủ năng lực trình độ

để đảm trách các vị trí quản lý doanh nghiệp.

Kết quả kinh doanh của khu vực doanh nghiệp do nữ làm chủ không thua kém khu vực doanh nghiệp do nam giới làm chủ, thậm chí có những lĩnh vực còn nổi trội hơn.

Theo đánh giá về Chỉ số Nữ doanh nhân của MasterCard công bố tháng 11/2019, doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ chiếm một tỷ trọng đáng kể trong tổng số doanh nghiệp tại Việt Nam. Nước ta cũng đạt điểm số tương đối cao ở một số chỉ số như chỉ số bình đẳng trong hoạt động kinh doanh, tiếp cận tài sản và kiến thức tài chính. Việt Nam nằm trong Top 20 thị trường trên thế giới doanh nhân nữ có điều kiện thuận lợi nhất để phát triển, là 1 trong 7 thị trường có mức độ bình đẳng giới cao trong hoạt động khởi nghiệp...

Đánh giá về vai trò của phụ nữ nói chung và các doanh nghiệp nữ làm chủ nói riêng, ông Vũ Tiến Lộc - Chủ



Những nữ doanh nhân làm chủ các doanh nghiệp tiêu biểu của Việt Nam.

tịch VCCI - cho rằng, nền kinh tế đang chuyển sang giai đoạn bao trùm hơn. Phát huy vai trò của phụ nữ là động lực mới của nền kinh tế toàn cầu và cũng là nội hàm mới của các chính sách kinh tế mới của các quốc gia. Nó bao hàm mục tiêu tăng cường sự tham gia của phụ nữ vào hoạt động kinh tế xã hội và tăng cường sự tham gia của phụ nữ vào hoạt động lãnh đạo doanh nghiệp.

Theo ông Lộc, việc trao quyền kinh tế cho phụ nữ, thúc đẩy sự tham gia tích cực của phụ nữ chính là động lực cho sự phát triển kinh tế bao trùm và bền vững, phát huy sức sáng tạo thể mạnh, khả năng cạnh tranh và tăng trưởng doanh nghiệp. Nâng cao quyền năng kinh tế của phụ nữ, nâng cao vị thế lãnh đạo cho nữ giới và bình đẳng giới được coi là một trong những cách thức nâng cao năng suất xã hội, hướng tới nền kinh tế ổn định hơn. Và khởi sự kinh doanh là con đường chính để thúc đẩy và nâng cao quyền năng kinh tế cho phụ nữ.

TỒN TẠI NHIỀU VẤN ĐỀ VÀ TRỞ NGẠI

Bên cạnh sự tăng trưởng tích cực, khối doanh nghiệp do nữ làm chủ còn đang tồn tại nhiều vấn đề và gặp không ít trở ngại trên con đường phát triển.

Cụ thể, mặc dù số lượng tăng trong những năm gần đây nhưng so với mục tiêu đặt ra, tỷ lệ doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ chưa đạt. Theo Chiến lược quốc gia về bình đẳng giới giai đoạn 2011-2020 thì tỷ lệ nữ làm chủ doanh nghiệp đạt 30% vào năm 2015 và từ 35% trở lên vào năm 2020. Tuy nhiên, chỉ tiêu này đến nay đã không đạt được.

Một vấn đề nữa là hầu hết doanh nghiệp do nữ làm chủ hiện nay còn ở quy mô nhỏ và siêu nhỏ. Theo báo cáo của VCCI, các doanh nghiệp này hoạt động chủ yếu trong lĩnh vực thương mại, dịch vụ với 75%, 12% trong lĩnh vực xây dựng, 7% trong lĩnh vực công nghiệp và nông lâm

ng nghiệp, thủy sản.

Cùng với đó, có tới 68,6% doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ là hộ kinh doanh, các loại hình doanh nghiệp khác chiếm tỷ lệ nhỏ dưới 3,5% và chỉ có 0,4% doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ có cổ phiếu đang được niêm yết tại sàn giao dịch chứng khoán Hà Nội và TP HCM.

Quy mô vốn của các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ thay đổi không đáng kể qua các năm, chủ yếu ở khoảng 1 - 5 tỷ đồng. Số doanh nghiệp có số vốn kinh doanh từ 5 tỷ đồng trở xuống chiếm tỉ lệ nhiều nhất, khoảng 68-70% tổng số doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ trong 5 năm trở lại đây. Tỷ lệ này cao hơn so với các doanh nghiệp nam làm chủ, khoảng 64 - 65%.

Những vấn đề trên cho thấy rằng, ngày càng có nhiều phụ nữ khởi nghiệp và kinh doanh nhưng đa số họ không có xu hướng mở rộng quy mô doanh nghiệp của mình lên mức vừa

và lớn như các doanh nghiệp do nam làm chủ. Khi quy mô doanh nghiệp tăng lên thì tỷ lệ doanh nghiệp do nữ làm chủ và lãnh đạo giảm dần. Theo một nghiên cứu của Ngân hàng Phát triển Châu Á, tỷ lệ doanh nghiệp lớn do phụ nữ làm chủ chỉ chiếm 13,6%.

Cũng theo điều tra của VCCI, các doanh nghiệp do nữ làm chủ hiện nay đang gặp nhiều khó khăn về môi trường kinh doanh và định kiến xã hội. Vấn đề tìm kiếm khách hàng, biến động thị trường, tiếp cận các nguồn vốn là những khó khăn hàng đầu đối với họ.

NHỮNG ĐỀ XUẤT ĐỂ THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN

Tại nhiều diễn đàn, hội thảo, những ý kiến và đề xuất để tháo gỡ khó khăn, thúc đẩy sự phát triển lớn mạnh hơn nữa của các doanh nghiệp do nữ làm chủ đã được đưa ra.

Phát biểu tại hội thảo Góp ý dự thảo Văn kiện Đại hội XIII của Đảng tổ chức cuối tháng 10/2020, Thủ trưởng Bộ Công Thương Trần Quốc Khánh cho rằng, tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế ở nước ta vẫn còn những hạn chế nhất định, trong đó phụ nữ ở Việt Nam thường không nhận được sự đối xử bình đẳng. Vì vậy, việc giải quyết vấn đề bình đẳng giới và nâng cao quyền năng kinh tế cho phụ nữ, trong đó có việc tạo điều kiện để phát triển các doanh nghiệp do nữ giới làm chủ cần được coi là ưu tiên quan trọng trong phát triển kinh tế, phát huy các tiềm năng của phụ nữ, góp phần đảm bảo tăng trưởng bền vững, tăng trưởng bao trùm và tiến bộ xã hội.

Đồng quan điểm, bà Lê Thị Nguyệt - Phó Chủ nhiệm Ủy ban Các vấn đề xã hội của Quốc hội - cho rằng cần đề xuất thêm nhóm giải pháp cụ thể về thúc đẩy bình đẳng giới trong kinh doanh. Trong đó, cần khuyến nghị nâng cao nhận thức của xã hội, các cấp, ngành về vị trí, vai trò của của nữ doanh nhân trong phát triển kinh tế; nâng cao năng lực, phát huy tiềm năng, sức sáng tạo của doanh nhân nữ; tăng cường phát triển các hình



Những nữ doanh nhân làm chủ các doanh nghiệp tiêu biểu của Việt Nam.

thức vườn ươm nữ doanh nhân; hỗ trợ sinh viên nữ trong học tập các ngành nghề kinh doanh, quản lý, phát triển các dự án sáng tạo, khởi nghiệp; thực hiện các nghiên cứu khoa học để phục vụ hoạch định chính sách phát triển doanh nghiệp, doanh nhân nữ trong bối cảnh mới...

Bà Nguyễn Thị Tuyết Minh - Chủ tịch Hội đồng Doanh nhân nữ Việt Nam - cho rằng: “Muốn thúc đẩy bình đẳng giới thành công, nhất là trong lĩnh vực kinh tế, thì quan trọng nhất là lồng ghép bình đẳng giới trong chỉ số điều tra năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI), bởi vì tất cả đều xuất phát từ địa phương và nếu mỗi địa phương có môi trường chính sách tốt để tạo cơ hội cho phụ nữ khởi nghiệp và phát triển doanh nghiệp thì tôi nghĩ mục tiêu quốc gia về bình đẳng giới, về tỷ lệ doanh nghiệp nữ sẽ đạt được”.

Trong khi đó, các chuyên gia của VCCI khuyến nghị, cải thiện môi trường kinh doanh tiếp tục được coi là nhiệm vụ chính trị quan trọng của

Chính phủ, bộ, ngành, địa phương và cần cả nỗ lực đóng góp từ phía cộng đồng doanh nghiệp.

Cụ thể, Chính phủ cần tiếp tục quyết liệt cải cách thủ tục hành chính như đơn giản hóa thủ tục gia nhập thị trường, giảm thiểu các thủ tục hành chính về đất đai gây phiền hà, minh bạch thông tin và bố trí quỹ đất sạch phù hợp với quy hoạch để tăng chỉ số tiếp cận thị trường, tiếp cận đất đai cho doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp do nữ làm chủ nói riêng.

Các chính quyền địa phương cần thúc đẩy cải thiện hơn nữa tính minh bạch trong điều hành kinh tế của mình, minh bạch trong xây dựng chính sách và quy định pháp luật liên quan đến doanh nghiệp ở địa phương, để các đối tượng chịu sự tác động, đặc biệt là các doanh nghiệp do nữ làm chủ được tham gia một cách thực chất vào quá trình này.

DUY MINH



NỮ VIỆN TRƯỞNG TRẺ NHẤT
VIỆT NAM LÊ THỊ LAN ANH:

ỨNG BIẾN VỚI COVID-19

để cống hiến cho giáo dục

"Xoay trục" là từ mà bà Lê Thị Lan Anh, Viện trưởng Viện Phát triển Giáo dục và Trí tuệ Việt (IEDV), nhắc tới nhiều lần trong cuộc trao đổi với phóng viên khi chia sẻ về việc xoay xở, tìm ra giải pháp ứng biến, trụ vững trước đại dịch Covid-19. Hai lần bị cách ly vì Covid-19 khiến nữ viện trưởng này thấm thía về những tác động của dịch bệnh nhưng cũng giúp bà có thời gian lắng lại, tìm ra hướng đi mới và tự tin vào những điều phía trước.

HẬU QUẢ COVID-19

Thế giới đã trải qua hơn một năm đặc biệt sau khi Covid-19 xuất hiện. Theo đó, nhiều người phải cách ly khiến cuộc sống đảo lộn, ảnh hưởng đến sinh hoạt, việc làm và thu nhập. Nhiều doanh nghiệp lao đao, thậm chí phá sản. Thế nhưng, có lẽ ít ai phải cách ly vì Covid-19 tới 2 lần như bà Lê Thị Lan Anh - một trong những nhà nghiên cứu giáo dục & phát triển trí tuệ trẻ em hàng đầu ở Việt Nam, người được biết đến là nữ Viện trưởng trẻ nhất Việt Nam khi mới 34

tuổi vào năm 2015.

Bà kể, là thành viên của Hiệp hội Montessori Hoa Kỳ, bà sang Mỹ tham dự Hội thảo quốc tế về Montessori vào tháng 3/2020 - 2 tháng sau khi Mỹ chính thức xác nhận có ca nhiễm Covid-19 đầu tiên. Do đó, sau khi về nước, bà nhận quyết định của địa phương cách ly tại nhà 14 ngày, kéo theo những hệ lụy không nhỏ tới hoạt động quản lý, điều hành của mình.

Theo chia sẻ của bà, cũng như hầu hết các đơn vị tự thực hoạt động trong

lĩnh vực giáo dục, đào tạo. Viện IEDV chịu hệ quả nặng nề từ Covid. Đơn vị bị đóng băng hoàn toàn doanh thu trong hai tháng tâm dịch - tháng 3 và tháng 4 năm 2020 - do không khai giảng được các khóa đào tạo mới. Suốt 2 tháng không có doanh thu cộng với chính sách giãn cách xã hội, thu nhập của người lao động bị sụt giảm, ảnh hưởng không nhỏ đến đời sống vật chất, tinh thần của cán bộ, giáo viên. Chính sách giãn cách xã hội khiến các lớp học không khai giảng được, lịch trình học bị đẩy lùi lại, thời gian khai giảng các lớp học và khóa học không diễn ra như dự kiến...đổi tác, học viên đều khá hoang mang.

"Đây là 3 ảnh hưởng lớn nhất mà đại dịch Covid đã tác động đến một đơn vị hoạt động trong lĩnh vực khoa học công nghệ theo hình thức tự thu tự chi của chúng tôi. Tuy vậy, ảnh hưởng không nhìn thấy được mà trong suốt



Bà Lê Thị Lan Anh – Nữ viện trưởng IEDV

hơn một năm qua đã ngấm ngấm tác động đến khối tư thực, đó là sự dao động về quan điểm, tư tưởng, sự gắn bó với nghề của đội ngũ cán bộ, giáo viên trong Viện. Là đơn vị hoạt động hoàn toàn tự thu tự chi nên khi Covid-19 xảy ra trong năm 2020 và bùng phát trở lại vào tháng 1/2021 đã khiến một số nhân sự có ý định nghỉ việc, chuyển hướng sang việc khác. Ảnh hưởng này chúng ta không nhìn thấy được ngay lập tức nhưng bản chất là hệ quả ghê gớm của đại dịch. Con người là yếu tố quan trọng nhất của đơn vị đào tạo. Thực tế, chúng tôi đã dành nhiều thời gian, tâm sức huấn luyện, rèn rũa đội ngũ cán bộ, công nhân viên rất nhiều năm mới có được như bây giờ. Nhưng đại dịch xảy ra đã dẫn đến nguy cơ chảy máu chất xám rất rõ rệt, đe dọa đến sự phát triển bền vững của các tổ chức tư thực nói chung và của Viện IEDV nói riêng", bà Lan Anh giải bày.

XOAY TRỰC TƯ DUY

Covid đã khiến IEDV đối mặt với khó khăn chống chọi. Tuy vậy, với niềm đam mê nghiên cứu giáo dục và phát triển trí tuệ trẻ em, thường xuyên tìm tòi, học hỏi các phương pháp giáo dục mới, tiên tiến nhất từ các quốc gia, các chuyên gia giỏi trên thế giới, cộng với tư duy nhạy bén, tư chất thông minh, Covid đã không làm khó được nữ "thuyền trưởng" của IEDV.

Sau nhiều trăn trở, bà Lê Thị Lan Anh cùng các cộng sự đã tìm ra giải pháp khác biệt để ứng dụng vào thực tế trong bối cảnh dịch bệnh diễn phức tạp và dự báo có thể kéo dài. Theo đó, 80% hoạt động đào tạo được chuyển sang hình thức online trong thời gian dịch và sau dịch, bà cùng Ban lãnh đạo Viện nhanh chóng quyết định rút ngắn thời gian các khóa đào tạo cho học viên.

Bà chia sẻ, trước đây, các khóa học thường kéo dài từ 4 - 5 tháng rồi mới kết thúc và khách hàng phải trả với số tiền lớn trong một lần. Trong bối cảnh khó khăn do đại dịch, việc thu

được khoản tiền lớn cùng một lúc là rất khó.

"Vì thế, chúng tôi đã chia nhỏ các khóa học, thay vì học viên đóng một lần cho 1 khóa học 4 - 5 tháng; thì nay học viên đóng tiền theo từng chuyên đề. Ví dụ, mỗi một chuyên đề học viên chỉ phải đóng 20% so với số tiền trước đây. Học viên vẫn học được cả 5 chuyên đề của khóa học khi đóng tiền theo từng đợt; hoặc học được 4, 3, 2, 1 chuyên đề - nếu chưa đủ tiền. Dù học 1 hay cả 5 chuyên đề của khóa học thì chúng tôi vẫn hướng đến việc mang lại giá trị tối ưu nhất theo từng chuyên đề của khóa học, đóng gói nội dung trọn vẹn như học tín chỉ trong các trường Đại học. Khi nào có thời gian và điều kiện kinh tế, học viên hoàn toàn tự tin theo học tiếp trình độ nâng cao hơn. Giải pháp này vừa giúp học viên được tích lũy kiến thức mới, có cơ hội nghề nghiệp tốt hơn; vừa đảm bảo doanh thu ở mức ổn định cho Viện. Còn nếu áp dụng theo cách cũ là một lần đóng mấy chục triệu đồng thì chắc chắn sẽ không có học viên tham gia vì đại dịch Covid đã khiến đóng băng nhiều ngành kinh tế, trong đó có khối giáo dục tư. Việc chia nhỏ các khóa là giải pháp tối ưu, uyển chuyển, nhanh nhạy bắt kịp nhu cầu của thị trường, và thực sự đã mang lại hiệu quả hơn mong đợi.", bà Lê Thị Lan Anh cho hay.

Bên cạnh đó, thay vì các khóa học trực tiếp, bà chỉ đạo xúc tiến quay các khóa học online để bán trên mạng. Sự chuyển dịch này có được những hiệu quả rõ rệt như tăng doanh thu ngay cả khi giãn cách xã hội, doanh nghiệp có được nguồn tiền thụ động nhất định từ việc bán khóa học online.

Giải pháp thứ ba liên quan đến hoạt động liên kết hợp tác. Đó là việc tiến hành tư vấn online cho các trường học, giáo viên, các đơn vị muốn có các hoạt động đào tạo nội bộ, chuyển giao công nghệ hệ thống trường mầm non Montessori; nhượng quyền thương hiệu Trung tâm Toán tư duy Bàn tính Số học Trí tuệ Vinabacus;

nhượng quyền thương hiệu Trường Mầm non Paris Montessori trong cả nước. Với hoạt động tư vấn online, Viện đã rút ngắn khoảng cách, tiết kiệm thời gian làm việc trực tiếp với các đối tác ở cả ba miền Bắc, Trung, Nam; từ đó mở rộng phạm vi hoạt động, gia tăng độ phủ, tần suất và hiệu quả tại nhiều tỉnh thành.

Trong lĩnh vực hợp tác quốc tế, Viện Giáo dục IEDV đã thúc đẩy việc liên kết hợp tác đào tạo với các tổ chức nước ngoài như Phần Lan, Mỹ, Singapore để gia tăng vị thế, vai trò của Viện trên trường quốc tế.

Bên cạnh đó, trong công tác điều hành, trước những biến chuyển phức tạp liên tục của đại dịch, bà thường xuyên có các cuộc họp khẩn, họp online bất thường với cán bộ, công nhân viên để chia sẻ những khó khăn mà Viện đang gặp phải. Từ đó, lắng nghe tâm tư, nguyện vọng của nhân sự; từng bước tháo gỡ các nút thắt gian nan mà nhân sự gặp phải. Chính sự công tâm, minh bạch, tận tụy, cộng với lối hành xử khéo léo, nhẹ nhàng của người phụ nữ gốc Hà Nội, Viện trưởng Lê Thị Lan Anh đã củng cố được tinh thần cho cán bộ giáo viên, giúp cán bộ giáo viên vượt qua được khủng hoảng tâm lý, tránh hoang mang không đáng có.

"Có thể nói, Covid-19 đã khiến chúng tôi phải xoay trục kinh tế, xoay trục tư duy, xoay trục đầu tư và xoay trục hợp tác. Các hoạt động online của Viện bước đầu đã có tín hiệu tích cực. Năm 2021, thị trường đã quen và chủ động tiếp nhận các khóa học online, vì thế, chúng tôi kỳ vọng đây sẽ là năm các chương trình đào tạo online khởi sắc, ghi dấu ấn rõ nét", bà Lê Thị Lan Anh cho biết.

ÁP DỤNG TRIỆT ĐỂ KHON VÀ CNTT

Chia sẻ về những giải pháp mà bà gọi là "xoay trục" trong năm 2020 để đối phó với Covid-19, bà rất hào hứng, và chúng tôi cảm nhận được sự tự



IEDV đã chuyển đổi 80% từ hoạt động offline sang online để thích ứng Covid.

tin, lạc quan của bà. Thế nhưng một lần nữa giọng bà lại chùng xuống đôi chút khi kể lần cách ly thứ 2 do Covid.

Chung cư bà đang sống có 1 phụ nữ dương tính với SARS-CoV-2 hồi đầu tháng 2/2021, cũng như toàn bộ cư dân tại đây bị phong tỏa, bà Lê Thị Lan Anh lại bị cách ly 11 ngày (từ ngày 7/2 đến hết 16/2 tức mùng 5 Tết). Cuộc sống của bà tạm trở lại ổn định sau khi cư dân tòa nhà xét nghiệm 2 lần âm tính.

Đợt cách ly này diễn ra vào thời điểm đại dịch Covid-19 bùng phát lần thứ 3 trong thời kỳ nghỉ Tết Nguyên đán Tân Sửu. Hoạt động của Viện bắt đầu vào với guồng quay mới thì lại rơi vào đình trệ: 11 ngày cách ly, tiếp sau đó là có văn bản học sinh được nghỉ học đến hết 28/2. Một lần nữa, tình hình của Viện lại bị đình trệ. Mặc dù vậy, bà đã có sự chủ động hơn 2 lần giãn cách xã hội trước, công tác điều hành

vì thế cũng bớt gian nan, tâm lý cán bộ giáo viên cũng không quá hoang mang.

Giải pháp lâu dài để duy trì và phát triển Viện không chỉ trong giai đoạn Covid mà trong chiến lược 10 năm lần thứ 2, đó là kêu gọi các nhà đầu tư trường sức, trường vốn, có thể mạnh trong các lĩnh vực: quản trị tài chính; truyền thông, tiếp thị, bán hàng ứng dụng tối đa công nghệ trên nền tảng internet; các chuyên gia xuất sắc trong lĩnh vực giáo dục & quản trị nhân sự để cùng phát triển. Bước đầu, IEDV đã kêu gọi được 2 nhà đầu tư mới với số vốn bổ sung gần 20%.

“Với việc ứng dụng nền tảng công nghệ trong tuyển sinh, đào tạo online đã thay đổi cục diện tốc độ phát triển bền vững của Viện, giúp gia tăng doanh số tới 60% - 70%. Vì thế, từ năm 2021, Viện IEDV xác định là năm ứng dụng triệt để KHCN và

CNTT vào các quy trình của Viện, từng bước xoay trục kinh tế, chuyển đổi 80% từ offline sang hoạt động online.”, bà Lê Thị Lan Anh tiết lộ.

Song song với chiến lược online hóa, Viện cũng chú trọng đào tạo bổ sung, đào tạo nâng cao đội ngũ nhân sự, chuyên gia. Mục tiêu hướng đến việc làm chủ các kỹ thuật đào tạo online, thành thực công nghệ để dẫn dắt khóa học online, chăm sóc khách hàng online, tư vấn online... diễn ra suôn sẻ nhất.

“Chúng tôi hi vọng trong thời gian tới sẽ tìm được nhiều nhà đầu tư, nhiều chuyên gia tâm, tầm, tài để cùng hợp tác, phát triển các chương trình giáo dục tiệm cận chất lượng quốc tế; tạo dựng Hệ sinh thái giáo dục online uy tín, có tầm vóc & sức ảnh hưởng cả trong và ngoài nước”, nữ Viện trưởng bày tỏ.

NGUYỆT MINH



NHỮNG PHỤ NỮ GIÀU NHẤT THẾ GIỚI NĂM 2021

Theo thống kê mới công bố của hãng nghiên cứu thị trường Wealth-X (Mỹ), 11,9% tỷ phú toàn cầu là phụ nữ. Ngay cả với tỷ lệ thiểu số như vậy, nhóm này vẫn nắm giữ khối lượng tài sản khổng lồ. Sử dụng danh sách tỷ phú theo thời gian thực của Forbes, tờ Visual Capitalist đã thống kê giá trị tài sản ròng của 50 phụ nữ giàu nhất thế giới và quốc tịch của họ.

NHỮNG PHỤ NỮ GIÀU NHẤT THẾ GIỚI Ở ĐÂU?

Người phụ nữ giàu nhất thế giới Françoise Bettencourt Meyers và gia đình sở hữu 33% cổ phần tại L'Oréal SA - một thương hiệu chuyên về các sản phẩm chăm sóc cá nhân của Pháp với tổng tài sản khoảng 71,4 tỷ USD. Bà cũng chính là cháu gái của người sáng lập tập đoàn này.

Vào tháng 4/2019, L'Oréal và gia đình Bettencourt Meyers đã quyền góp khoản tiền khổng lồ 226 triệu USD để sửa chữa nhà thờ Đức Bà sau trận hỏa hoạn kinh hoàng.

Đứng thứ 2 trong danh sách những phụ nữ giàu nhất thế giới là Alice Walton của đế chế bán lẻ Walmart

(Mỹ). Đây cũng chính là gia đình giàu nhất thế giới. Tổng tài sản của Alice Walton ước tính vào khoảng 68 tỷ USD. Bà cùng với các anh trai sở hữu hơn 50% cổ phần của tập đoàn. Để dễ hình dung sự giàu có của gia đình này thì Walmart đạt 524 tỷ USD doanh thu trong năm tài khóa 2020, vượt

qua GDP của không ít quốc gia trên thế giới.

MacKenzie Scott - người xếp thứ 3 trong Top 50 phụ nữ giàu nhất thế giới - là nhân vật đã tham gia từ những ngày đầu và góp phần biến Amazon thành tập đoàn thương mại điện tử khổng lồ. Bà từng làm nhiều công việc tại Amazon, từ kế toán đến đàm phán hợp đồng, vận chuyển hàng hóa... từ những ngày đầu tiên. Vừa qua, vụ ly hôn nổi tiếng của bà với tỷ phú giàu nhất thế giới Jeff Bezos đã thu hút rất nhiều sự chú ý, nhất là khi MacKenzie Scott giành được quyền kiểm soát 4% cổ phiếu

THỐNG KÊ TỶ LỆ TỶ PHÚ QUYỀN GÓP ÍT NHẤT 1 TRIỆU USD 5 NĂM QUA (%):

Nguồn gốc tài sản	Nhà hảo tâm nữ	Nhà hảo tâm nam
Được thừa kế	68%	5%
Được thừa kế/Tự thân	20%	28%
Tự thân	12%	67%

Nguồn: Wealth-X



Francoise Bettencourt Meyers - Người phụ nữ giàu nhất thế giới với tổng tài sản khoảng 71,4 tỷ USD. Ảnh: Business-review

Top 50 phụ nữ giàu nhất thế giới năm 2021

Theo một cuộc khảo sát mới đây, khoảng 12% tỷ phú toàn cầu là phụ nữ.

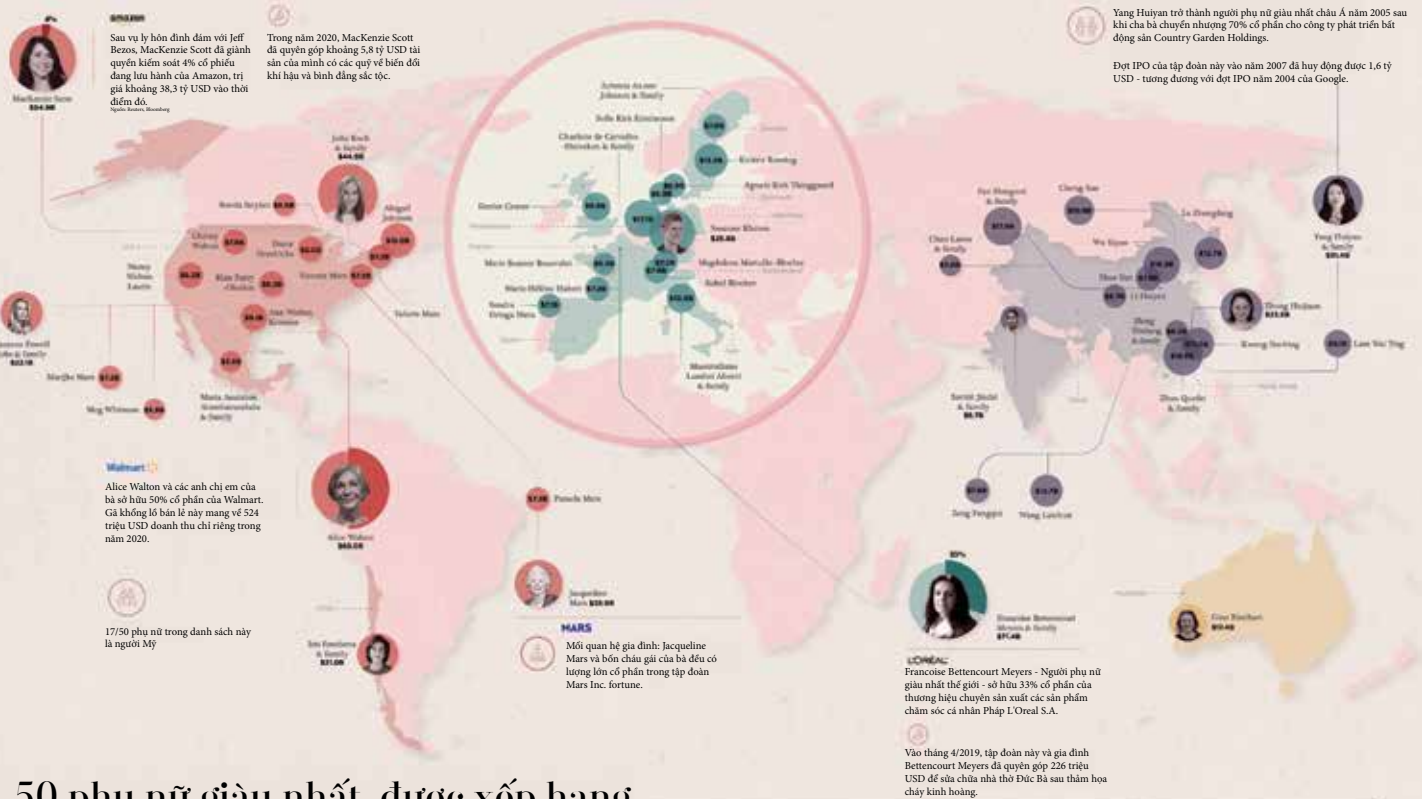
Nguồn: Wealth-X

Châu Mỹ Châu Âu Châu Á Châu Đại Dương

Chúng tôi sử dụng dữ liệu của Forbes để thống kê giá trị tài sản ròng của 50 phụ nữ giàu nhất thế giới và quốc tịch của họ.

Yang Huiyan trở thành người phụ nữ giàu nhất châu Á năm 2005 sau khi bà chuyển nhượng 70% cổ phần cho công ty phát triển bất động sản Country Garden Holdings.

Đợt IPO của tập đoàn này vào năm 2007 đã huy động được 1,6 tỷ USD - tương đương với đợt IPO năm 2004 của Google.



50 phụ nữ giàu nhất, được xếp hạng



đang lưu hành của Amazon.

Tổng giá trị của số cổ phiếu này ước tính khoảng 38,3 USD qua đó đưa bà trở thành một trong những người giàu nhất nước Mỹ.

MacKenzie Scott cũng được biết đến với những hoạt động từ thiện hào phóng. Chỉ riêng trong năm 2020, bà đã quyên góp khoảng 5,8 tỷ USD cho các quỹ chống biến đổi khí hậu và bình đẳng chủng tộc chỉ trong vòng 4 tháng.

Ở khu vực châu Á, bà Yang Huiyan (Trung Quốc) trở thành người phụ nữ giàu nhất châu lục với giá trị tài sản khoảng 31,4 tỷ USD sau khi

được thừa kế 70% cổ phần trong Tập đoàn phát triển bất động sản Country Garden Holdings. Tập đoàn này ra mắt công chúng vào năm 2007, huy động được 1,6 tỷ USD trong đợt IPO của mình - số tiền tương đương với đợt IPO của Google vào năm 2004.

QUYÊN GÓP TỪ THIỆN HÀO PHÓNG

Mặc dù Top 50 phụ nữ giàu nhất thế giới có những sự tăng trưởng khá ấn tượng về tài sản nhưng nhìn chung, phái mạnh vẫn chiếm số đông ở câu lạc bộ tỷ phú toàn cầu. Vậy cách sử dụng tài sản của các nữ tỷ phú có khác biệt so với nam giới, đặc biệt là ở

khía cạnh làm từ thiện?

Trong số những nữ tỷ phú được thừa kế tài sản, phần lớn có xu hướng quyên góp nhiều cho các hoạt động từ thiện để sử dụng tiền của mình nhằm tạo ra tác động tích cực cho xã hội. Trong khi đó, các tỷ phú nam có xu hướng quyên góp từ thiện nhiều hơn nếu khối tài sản là do tay họ gây dựng. Vậy bao nhiêu phần trăm tỷ phú bao gồm cả nam và nữ đã đóng góp ít nhất một triệu USD trong 5 năm qua? Xin tham khảo số liệu ở bảng trang bên.

THANH THỦY (Theo Wealth-X, Visual Capitalist)



VÌ SAO CÁC QUỐC GIA DO PHỤ NỮ LÃNH ĐẠO ỨNG PHÓ TỐT HƠN VỚI COVID-19?

Dại dịch Covid-19 gây ra khủng hoảng cho hầu hết các quốc gia trên thế giới. Tuy nhiên, điều đáng nói là những quốc gia có phụ nữ lãnh đạo chịu ít thiệt hại hơn nhờ những biện pháp ứng phó phù hợp. Phải chăng đây là một sự trùng hợp ngẫu nhiên hay các nữ lãnh đạo có những hành động phù hợp hơn để đối phó với khủng hoảng?





Thủ tướng Anh Boris Johnson. Ảnh: EPA

Trong cuộc chiến chống đại dịch Covid-19, New Zealand là một trong những quốc gia ứng phó thành công nhất thế giới. Thành quả này được cho có nguyên nhân chủ yếu từ việc bà Thủ tướng Jacinda Ardern đã sớm ra quyết định ban bố tình trạng khẩn cấp, phong tỏa toàn bộ đất nước vào ngày 25/3/2020 để đối phó với đại dịch Covid-19.

Thành công của bà Ardern tô điểm thêm cho một xu hướng được chú ý rộng rãi: Các quốc gia do phụ nữ lãnh đạo dường như đặc biệt thành công trong việc chống lại virus corona.

Nước Đức - dưới sự lãnh đạo của Thủ tướng Angela Merkel - có tỷ lệ tử vong bởi Covid-19 thấp hơn nhiều so với Anh, Pháp, Ý hay Tây Ban Nha. Còn tại Phần Lan - nơi Thủ tướng Sanna Marin, 34 tuổi, cầm quyền với liên minh 4 đảng do phụ nữ lãnh đạo - có số người chết ít hơn 10% so với nước láng giềng Thụy Điển.

Trong khi đó bà Tsai Ing-wen, nhà lãnh đạo Đài Loan (Trung Quốc) là người đứng đầu một chiến dịch thành công nhất trên thế giới trong việc ngăn chặn virus bằng cách biện pháp xét nghiệm, truy vết và cách ly để kiểm soát Covid-19 mà không cần

phải áp dụng biện pháp đóng cửa, phong tỏa.

Chúng ta không nên đưa ra kết luận về các nhà lãnh đạo nữ khi mới chỉ xem xét một vài cá nhân đặc biệt hành động thành công trong những hoàn cảnh đặc biệt. Tuy nhiên, các chuyên gia cho rằng thành công của phụ nữ vẫn có thể mang lại những bài học quý giá về những điều có thể giúp các quốc gia vượt qua khủng hoảng này, không chỉ đối với đại dịch Covid-19 mà còn với những vấn đề khác trong tương lai.

Tuy nhiên, theo một số chuyên gia, sự hiện diện của một nữ lãnh đạo có thể là tín hiệu cho thấy một quốc gia có các thể chế và giá trị chính trị toàn diện hơn. Devi Sridhar - Chủ tịch Bộ phận Y tế Toàn cầu tại Đại học Y khoa Edinburgh - đã có một bài báo đáng chú ý đăng trên Tạp chí Y khoa Anh về vấn đề này. Bà viết: “Cách duy nhất để tránh “tư duy tập thể” và điểm mù là đảm bảo những người đại diện có nền tảng và kiến thức chuyên môn đa dạng khi đưa ra các quyết định lớn”.

Việc có một nhà lãnh đạo nữ là một tín hiệu cho thấy những người có hoàn cảnh khác nhau hoặc có những quan điểm đa dạng về cách ứng phó với khủng hoảng có thể có lên tiếng.

Ví dụ ở Đức, chính phủ của bà Merkel đã xem xét nhiều nguồn thông tin khác nhau trong việc phát triển chính sách chống Covid-19, bao gồm cả các mô hình dịch tễ học; dữ liệu từ các nhà cung cấp dịch vụ y tế và bằng chứng từ chương trình thử nghiệm và phân lập thành công của Hàn Quốc. Kết quả là quốc gia này đã đạt được tỷ lệ tử vong do Covid-19 thấp hơn đáng kể so với các nước châu Âu khác.

Ngược lại, những chính phủ do nam giới lãnh đạo như Thụy Điển và Anh - cả hai đều có tỷ lệ tử vong do Covid-19 cao - dường như chủ yếu dựa vào mô hình dịch tễ học do các cố vấn của chính họ thực hiện với ít kênh thông tin phản biện từ các chuyên gia bên ngoài.

Tuy nhiên, một tín hiệu không phải là bằng chứng. Và hệ thống chính trị xung quanh có thể vượt qua các quan điểm khác nhau mà một nhóm đa dạng có thể chỉ ra vấn đề. Khi Ruth Carlitz - một nhà khoa học chính trị tại Đại học Tulane (Mỹ) - phân tích hồ sơ của các thống đốc ở Mỹ, bà nhận thấy rằng các lãnh đạo là nữ không nhanh hơn trong việc áp đặt lệnh đóng cửa để chống lại đại dịch Covid-19.

Điều đó có thể là do mọi ảnh hưởng về giới đã bị bóp nghẹt bởi sức mạnh

toàn diện của đảng phái chính trị. Tiến sĩ Carlitz nhận thấy rằng các thống đốc đảng Cộng hòa ở Mỹ, cả nam và nữ, mất nhiều thời gian hơn trong việc áp đặt các lệnh phong tỏa, giãn cách xã hội so với những người đồng cấp thuộc đảng Dân chủ.

Thoát khỏi tình trạng tiến thoái lưỡng nan về giới tính

Năm 2020, cựu Tổng thống Mỹ Donald Trump bị chỉ trích vì không đeo khẩu trang khi xuất hiện trước công chúng. Nhà báo David Marcus đã lập luận trong một bài báo đăng trên tờ The Federalist rằng ông Trump đang “thể hiện sức mạnh của Mỹ”. Theo Marcus, nếu ông Trump đeo khẩu trang thì điều đó “sẽ như một dấu hiệu rằng Mỹ bắt lực trước kẻ thù vô hình, đến nỗi ngay cả tổng thống của họ cũng phải thu mình lại sau một chiếc khẩu trang”.

Việc trang bị thiết bị y tế thường không được coi là quá quan trọng đối với xung đột quyền lực lớn. Nhưng phân tích của ông Marcus thực sự khá phù hợp với ý tưởng truyền thống về một nhà lãnh đạo mạnh mẽ của Mỹ: Một người thể hiện quyền lực, hành động quyết liệt và trên hết là không hề sợ hãi, từ đó khiến kẻ thù của quốc gia phải khuất phục. Nói cách khác, một nhà lãnh đạo mạnh mẽ là người phù hợp với những lý tưởng đáng

kinh ngạc về nam tính.

Điều đó thường tạo ra khó khăn cho phụ nữ trong chính trị. “Có những kỳ vọng rằng các nhà lãnh đạo cần năng nổ, cầu tiến và quyết đoán. Nhưng nếu phụ nữ thể hiện những đặc điểm đó, thì họ bị coi là không phù hợp. Điều đó khiến phụ nữ rất khó thăng tiến thành người lãnh đạo” - bà Alice Evans - nhà xã hội học tại Đại học King's College London (Anh), người nghiên cứu cách phụ nữ giành được quyền lực trong cuộc sống cộng đồng - cho biết.

Cách tiếp cận của Thủ tướng New Zealand Jacinda Ardern trong cuộc chiến chống dịch không thể khác xa với nguyên mẫu truyền thống đó. Nhưng trong cuộc khủng hoảng mới này, sự lãnh đạo thận trọng của bà đã chứng tỏ thành công. Tiến sĩ Evans nói: “Tôi có thể nói rằng đóng cửa nền kinh tế sớm là một chiến lược tránh rủi ro. Bởi vì không ai biết điều gì sẽ xảy ra, vì vậy chiến lược là chỉ bảo vệ mạng sống trước tiên”.

Sau khi New Zealand đóng cửa đất nước vào ngày 25/3, bà Ardern đã phát biểu trước người dân quốc gia này thông qua một buổi trực tuyến trên Facebook mà bà thực hiện bằng điện thoại sau khi cho con đi ngủ. Mặc một chiếc áo len trông rất ấm cúng, bà đồng cảm với sự lo lắng của

người dân và gửi lời xin lỗi đến bất kỳ ai lo ngại hoặc hoảng sợ trước thông báo cảnh báo khẩn cấp lệnh đóng cửa.

Ngược lại, ông Trump đã cố gắng nhân hóa loại virus này thành một kẻ thù mà ông có thể chống lại, gọi Covid-19 là “kẻ thù lớn”. Nhưng điều đó đã không giúp hỗ trợ những nỗ lực của Mỹ trong việc ngăn chặn đại dịch. Bằng chứng là Mỹ có số tử vong do Covid-19 cao nhất trên thế giới.

Ở Anh, Thủ tướng Boris Johnson lên nắm quyền với tư cách là người ủng hộ Brexit nổi bật, hứa hẹn sẽ cứng rắn để giành được thỏa thuận tốt nhất trong quá trình nước này rút khỏi Liên minh châu Âu. Nhưng những kỹ năng mà ông sử dụng để tranh đấu với các quan chức Brussels hóa ra lại không hữu ích trong cuộc chiến chống lại đại dịch. Chính phủ của ông đã trì hoãn việc đóng cửa và các biện pháp bảo vệ quan trọng khác như tăng năng lực kiểm tra và đặt hàng thiết bị an toàn cho các bệnh viện. Số người chết ở Anh vì Covid-19 cũng thuộc dạng cao hàng đầu thế giới.

Tất nhiên, các nhà lãnh đạo nam có thể vượt qua những kỳ vọng về giới tính và nhiều người đã làm như vậy. Nhưng có thể ít tổn kém về mặt chính trị hơn đối với phụ nữ vì họ không phải vi phạm các chuẩn mực giới được nhận thức để áp dụng các chính sách phòng thủ thận trọng.

Phong cách lãnh đạo đó có thể ngày càng trở nên có giá trị khi hậu quả của biến đổi khí hậu ngày càng leo thang và có thể sẽ có thêm nhiều cuộc khủng hoảng phát sinh do thời tiết khắc nghiệt và các thảm họa thiên nhiên khác. Điều này có thể thay đổi nhận thức về sự lãnh đạo mạnh mẽ. “Những gì chúng tôi học được từ Covid-19 là trên thực tế, một kiểu lãnh đạo khác có thể rất có lợi. Có lẽ mọi người sẽ học cách nhận biết và đánh giá cao những nhà lãnh đạo không thích rủi ro, quan tâm và chu đáo” - Tiến sĩ Evans kết luận.

THANH THỦY (Theo New York Times)



Thủ tướng New Zealand Jacinda Ardern. Ảnh: New York Times



NỮ ANH HÙNG LAO ĐỘNG
TRẦN THỊ ĐƯỜNG

NỮ DOANH NHÂN ANH HÙNG NGÀNH DỆT MAY

Trong chuyến công tác vào Thành phố Hồ Chí Minh chúng tôi may mắn được gặp Bà Trần Thị Đường, người con của quê hương Hà Tĩnh. Anh hùng lao động của ngành dệt may Việt Nam. Bà là mẫu hình tiêu biểu của nữ Doanh nhân trong thời kỳ đổi mới, một phụ nữ tài năng, thông minh, năng động, luôn đau đầu, trăn trở vì sự nghiệp phát triển của đất nước.

ĐỔI MỚI KINH DOANH TỪ 120 TRIỆU ĐỒNG LÊN HÀNG NGÀN TỶ ĐỒNG/NĂM

Bà Trần Thị Đường, sinh ngày 1/11/1939 trong một gia đình nông dân tại xã Sơn Phố, huyện Hương Sơn, tỉnh Hà Tĩnh. Trải qua một hành trình phấn đấu học tập và làm việc cật lực, không ngừng nghỉ, từ một người công nhân trưởng thành lên chức tổng giám đốc, liên tục là Ủy viên Trung ương Đảng 3 khóa V, VI, VII và trở thành một Anh hùng lao động ngành dệt may. Năm 16 tuổi, đang học dở chương trình phổ thông, nhưng do học lực xuất sắc, bà được tuyển chọn đi học nghề dệt may ở Ba Lan.

Bà là một trong số 1.100 học sinh Việt Nam sang học tập ở các nước Xã hội chủ nghĩa năm 1956. Học xong chương trình đại học, năm 1966 bà về nước, làm công nhân ở Dệt may Nam Định. Sau đó phấn đấu trở thành Tổng giám đốc Công ty Dệt kim Đông Xuân Hà Nội, là Phó Tổng giám đốc Tổng Công ty Dệt may Việt Nam.

Trong suốt 37 năm công tác tại ngành Dệt May Việt Nam, nhất là thời gian 14 năm làm phó Tổng giám đốc Tổng công ty Dệt May Việt Nam (1989-2003), Bí thư Đảng ủy, Tổng giám đốc công ty Dệt Phong Phú, bà đã có những đóng góp đặc biệt xuất sắc cho sự phát triển của ngành. Bà đã góp phần đưa Công ty Dệt Phong Phú từ doanh nghiệp hạng trung

trở thành lá cờ đầu về đổi mới mô hình quản lý, sản xuất kinh doanh hiệu quả, tiên phong trong hợp tác quốc tế của ngành công nghiệp kể từ năm 1989, đến nay vẫn là mẫu hình của một liên doanh hiệu quả, nhân văn, có tốc độ tăng trưởng nhanh, từ doanh số khoảng hơn 120 triệu đồng lên hàng 1.000 tỷ đồng/năm.

Từ nhà máy dệt hoạt động theo cơ chế cũ, đã thoát hiểm, trở thành doanh nghiệp hàng đầu dệt may cả nước và là một thương hiệu mạnh, đứng vững trên thương trường trong và ngoài nước. Thành công có được ở Công ty Dệt Phong Phú chính là nhờ ở phát huy nguồn nhân lực, chăm sóc công nhân, là việc đào tạo, đào tạo lại liên tục, là chính sách trả lương hợp lý, thưởng, phạt công bằng trên cơ sở hiệu quả, khuyến khích sáng tạo...

NỮ ANH HÙNG ĐƯA NGÀNH DỆT MAY VN SÁNH VAI NĂM CHÂU

Ngày nay, Dệt may Phong Phú đã có đáng đáp của một doanh nghiệp



Nữ anh hùng lao động ngành dệt may Trần Thị Đường

đẳng cấp quốc tế, có dây chuyền kéo sợi khép kín, tự động, hiện đại nhất Đông Nam Á, cung cấp nhiều sản phẩm cho nhiều nhãn hiệu thời trang và có nhiều sản phẩm xuất khẩu sang Nhật Bản, Mỹ, Châu Âu..., đạt doanh số cao. Thành công đó có sự đóng góp to lớn của người tổng chỉ huy Trần Thị Đường. Bà luôn chịu khó học tập, áp dụng phương pháp quản lý hiện đại dựa trên nền tảng công nghệ tiên tiến.

Nữ doanh nhân Trần Thị Đường tâm sự, làm người lãnh đạo hiện nay phải có trí tuệ, phải nhanh nhạy nắm bắt thông tin, xử lý tình huống nhanh, kịp thời, có hiệu quả, phải có tầm nhìn và không bị rơi vào tình trạng lợi ích nhóm chi phối. Trong thời kỳ đổi mới, hội nhập sâu rộng, người lãnh đạo phải biết ngoại ngữ, càng biết nhiều ngoại ngữ càng tốt. Với bà,



niềm vui trong sự nghiệp, hạnh phúc trong gia đình luôn hài hòa. Chẳng bà là bộ đội chuyển ngành, học Đại học Bách khoa, sau làm việc ở Ban Kinh tế của Thành ủy, rồi về hưu.

Hai người con của ông bà học hành thành đạt, ai cũng có bằng thạc sĩ, giỏi ngoại ngữ. Công việc dù bận rộn nhưng bà vẫn thường xuyên quan tâm đến gia đình, lo việc ăn việc học cho con cái và mọi việc nội trợ trong gia đình. Với cương vị lãnh đạo một đơn vị sản xuất lớn, có nhiều phương tiện kỹ thuật hiện đại và nhiều lao động nữ, Bà luôn nghiên cứu tìm tòi sáng tạo ra những cách làm mới, nhất là về cơ chế quản lý và đào tạo nguồn nhân lực trong tiến trình đổi mới.

Trong quá trình công tác, bà đặc biệt quan tâm công tác đào tạo bồi dưỡng cán bộ. Bà đã trực tiếp bồi dưỡng đào tạo 2 Chủ tịch Hội đồng quản trị, 2 Tổng Giám đốc của tập đoàn Dệt May Việt Nam 10 Tổng Giám đốc các đơn vị thành viên và nhiều cán bộ lãnh đạo, quản lý của ngành Dệt may Việt Nam.

Với những thành tích xuất sắc đó, năm 2003 bà được Chủ tịch nước phong tặng danh hiệu Anh hùng Lao động. Với tập thể cán bộ dệt may, nhất là cán bộ Dệt Phong Phú, hình ảnh bà luôn là tấm gương sáng về tinh thần tự học, vượt khó vươn lên, gương mẫu, chí công vô tư, gần gũi với mọi người, công tâm, khách quan, tận tụy với công việc. Là người đồng nghiệp, người chị, người cô, người thầy chí tình của nhiều thế hệ cán bộ trong ngành.

Năm 2003 đến nay, bà được Nhà nước cho nghỉ hưu theo chế độ. Từ đó đến nay bà vẫn tiếp tục công việc với vai trò là Cố vấn Công ty Dệt Phong Phú, Phó Chủ tịch Hội Phát triển Nguồn nhân lực nhân tài Việt Nam. Dù sức khỏe có giảm sút nhưng bà vẫn cố gắng đi sát đơn vị, nắm chắc tình hình, kịp thời đưa ra được các ý kiến khuyến nghị xác đáng, góp



Dây chuyền sản xuất hiện đại nhà máy

phần đưa ngành dệt may ngày càng phát triển.

Tại Hội nghị tổng kết ngành dệt may năm 2019, ông Phạm Xuân Trinh - Tổng Giám đốc Tổng Công ty Dệt may VN khẳng định: “ Những thành quả đạt được như hôm nay của ngành Dệt may VN nói chung, Dệt may Phong Phú nói riêng là có sự đóng góp to lớn của Anh hùng lao động Trần Thị Đường, người đóng góp to lớn cho ngành Dệt may Việt Nam vươn ra hội nhập quốc tế như bây giờ. Hình ảnh người phụ nữ Việt Nam Trần Thị Đường luôn là tấm gương sáng về tinh thần tự học, vượt khó vươn lên, gương mẫu, chí công vô tư, gần gũi với mọi người, công tâm,

khách quan, tận tụy với công việc. Là người đồng nghiệp, người chị, người cô, người thầy chí tình của nhiều thế hệ cán bộ trong Ngành dệt may.

83 tuổi đời, 55 tuổi Đảng, bà Trần Thị Đường có một cuộc đời, sự nghiệp và gia đình trọn vẹn. Bà xứng đáng được Đảng, Nhà nước phong tặng danh hiệu Anh hùng Lao động trong thời kỳ đổi mới. Mùa xuân Tân Sửu năm 2021 này, “Nữ tướng” - doanh nhân Anh hùng lao động Trần Thị Đường đã đi vào cõi vĩnh hằng, để lại nỗi nhớ thương trong tâm khảm ngành dệt may Việt Nam đang trên con đường hội nhập quốc tế.

NGUYỄN TRỌNG THẮNG



NỮ DOANH NHÂN
PHAN THỊ DIỄM LÊ:

BIẾN VÙNG “ĐẤT THÉP” QUẢNG TRỊ THÀNH GẠO GIÁ TRỊ VÀNG

NGƯỜI TÌM LẠI THƯƠNG HIỆU GẠO QUẢNG TRỊ

Đó là lời ghi nhận thấu đáo của Chủ tịch UBND tỉnh Quảng Trị Võ Văn Hưng về nữ doanh nhân Phan Thị Diễm Lê khi tiếp xúc với cánh nhà báo chúng tôi. Còn bản thân người nữ doanh nhân này thì chia sẻ: “Nếu nói đến chặng đường 5 năm làm nên thương hiệu “gạo hữu cơ Quảng Trị” thì phải nhắc đến hai chữ “hữu duyên”.

Diễm Lê sinh ra và lớn lên trên mảnh đất Quảng Bình “khoai khoai rành khoai”, sau khi tốt nghiệp đại học ra trường công tác đã kết duyên với chàng kiến trúc sư Bùi Đức Huy tại nơi “mảnh đất thân thương hiền lành giản dị” Quảng Trị. Sống trên hai quê nơi khúc ruột miền Trung quanh năm phải hứng chịu thiên tai, bão lũ, chị càng thấu hiểu cảnh cơ cực của người nông dân quanh năm bán mặt cho đất, bán lưng cho trời suốt đời này qua đời khác mà không thể đổi đời được. Bao nhiêu vốn liếng, công

Quảng Trị vốn là vùng đất của những cánh đồng hằn sâu ngồn ngang bom đạn của cuộc chiến tranh để lại. Khi thời khói lửa kết thúc, Quảng Trị đã nhanh chóng rà phá bom mìn, san lấp hố bom, cải tạo lại đồng ruộng, bắt tay thực hiện tái cơ cấu ngành nông nghiệp. Vùng đất chết năm xưa nay đã trở thành những cánh đồng lúa hữu cơ mang thương hiệu “Gạo hữu cơ Quảng Trị” giá trị ngàn vàng cho sức khỏe người cộng đồng.



lao bỏ ra gần đến ngày thu hoạch cũng chỉ cần một cơn bão, lũ tràn về là mất sạch và trắng tay.

Trong sâu thẳm, doanh nhân Mỹ Lệ luôn đau đầu phải làm được điều gì đó cho quê hương. Từ trần trở của mình, cô tự bỏ ra hàng tỷ đồng để mua loại phân bón Ong Biển công nghệ cao, sản phẩm đặc hữu phục vụ nông nghiệp hữu cơ sạch, loại trừ được thuốc bảo vệ thực vật ra khỏi đồng ruộng. Chính vì vậy giá trị loại phân bón này đắt gấp nhiều lần so với các loại phân bón truyền thống xưa nay và phải vận chuyển từ Vũng Tàu ra. Cũng do suất đầu tư khá cao nên



Nữ doanh nhân Phan Diễm Lệ trên cánh đồng lúa hữu cơ huyện Gio Linh Quảng Trị

vợ chồng Lê đã phải bán hai căn nhà ở giữa Sài Thành hoa lệ, ôm tiền về Quảng Trị thực hiện bằng được quyết tâm của mình.

Bên cạnh đó, nỗ lực được thực hiện nhờ sự phối kết hợp của lãnh đạo tỉnh, lãnh đạo ngành nông nghiệp từ tỉnh xuống huyện, xã. Cũng trong lúc này Công ty Cổ phần hữu cơ Quảng Trị cũng được thành lập. Lê đứng ra thuê đất của nông dân theo từng vụ để gieo cấy, đồng thời cử cán bộ kỹ thuật cùng nông dân lội xuống ruộng hướng dẫn bà con thâm canh đúng quy trình để ra, đồng thời cấm tuyệt đối không được sử dụng bất kỳ loại thuốc bảo vệ thực vật nào.

Đến vụ thu hoạch công ty trực tiếp thu mua, trả tiền cho nông dân ngay tại chân ruộng, giá cao hơn giá thị trường bên ngoài, nông dân rất phấn khởi và tự hào về chuỗi giá trị của gạo hữu cơ Quảng Trị đã trở thành hàng hóa. Bởi khi còn sản xuất đại trà, giá trị mỗi kg chỉ bán được 10-12 ngàn, nhưng nay áp dụng công nghệ sản xuất gieo cấy theo hướng hữu cơ đã



nâng tầm giá trị gạo hữu cơ Quảng Trị lên tới 45 ngàn đồng/kg.

GẠO HỮU CƠ QUẢNG TRỊ - GIÁ TRỊ VÀNG

Một ngày đầu mùa hè năm 2019, cầm trên tay tờ kết quả xét nghiệm của hạt

gạo hữu cơ được gieo cấy trên đồng đất Quảng Trị, PGS-TS Trần Đăng Xuân, Trưởng phòng thí nghiệm khoa Sinh lý thực vật và hóa sinh (Đại học Hiroshima, Nhật Bản) không khỏi ngỡ ngàng.

Trước đó một tháng, khi nhận được



túi gạo của công ty hữu cơ Quảng Trị liên kết với người nông dân để làm chuỗi lúa gạo hữu cơ cùng lời đề nghị làm xét nghiệm xem loại gạo này có đạt tiêu chuẩn sạch không, vì PGS nghĩ, Quảng Trị vốn là vùng đất còn nhiều tàn dư của chiến tranh để lại, kể cả bao nhiêu năm nay nông dân canh tác đã sử dụng quá nhiều thuốc bảo vệ thực vật, phân bón hoá học. Trong khi đó, canh tác hữu cơ đòi hỏi phải khắt khe từ giống, đất, nước làm sao mà vùng đất này có thể tạo ra được thứ "hạt ngọc" quý như vậy.

Thế nhưng ông thật sự sửng sốt khi có kết quả phân tích. Cánh đồng chết ở vùng đất từng nhiễm rất nặng chất độc dioxin trong cuộc chiến tranh trước đây đã hồi sinh như một kỳ tích. Những hạt gạo hữu cơ Quảng Trị được tạo ra từ cánh đồng này không những sạch mà còn siêu sạch, đạt cả 545 chỉ tiêu về chất lượng.

PGS Trần Đăng Xuân tiếp tục khẳng định, không những vậy, hai hợp chất Momilactone A và Momilactone B (MA và MB) được tìm thấy trong hạt gạo có tác dụng chống tiểu đường, béo phì, gút, tim mạch, chống lão hóa được tìm thấy trong gạo hữu cơ Quảng Trị này. “Nhiều hoạt tính quý của 2 hợp chất này đang được chúng tôi tiếp tục nghiên cứu và đã đăng trên nhiều tờ tạp chí sinh học quốc tế. Chúng tôi cũng phát hiện sự có mặt của 2 hợp chất này trên gạo ở Quảng Trị”. Ông Xuân tiết lộ, hai hợp chất có trong gạo hữu cơ Quảng Trị này còn quý và đắt hơn vàng gấp 30.000 lần.

Được biết sau khi công bố kết quả trên nhiều nhà khoa học từ các nước như Mỹ, Anh, Nhật Bản, Campuchia... đã tìm đến và yêu cầu được đặt hàng mua gạo hữu cơ Quảng Trị.

PHAN TIẾN

Quầy giới thiệu, trưng bày các loại sản phẩm nông sản hữu cơ do Doanh nhân Phan Diễm Lệ tổ chức tại thành phố Đồng Hà

VƯỢT SÔNG COVID-19

Mời đặt Tạp chí

1.1 GIỚI THIỆU ẤN PHẨM:

Thương hiệu Việt là ấn phẩm in của Tạp chí Doanh nghiệp Việt Nam, Cơ quan ngôn luận của Hiệp hội Doanh nghiệp Khoa học và Công nghệ Việt Nam.

- ❖ Phát hành: Mỗi tháng 1 kỳ
- ❖ Số lượng phát hành:
- ❖ Số trang: 120 trang
- ❖ Quy cách: Khổ A4
- ❖ Giá bìa: 68.000đ/số/kỳ



1.2 NỘI DUNG CHÍNH CỦA ẤN PHẨM

1. ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Những bài viết chuyên sâu của các chính khách và chuyên gia trong nước và quốc tế về chiến lược đổi mới sáng tạo cho Việt Nam. Bên cạnh đó là bài viết về những sáng kiến, giải pháp phát triển sản phẩm mới, các mô hình kinh doanh mới của doanh nghiệp lấy đổi mới sáng tạo làm cốt lõi, qua đó góp phần đổi mới mô hình tăng trưởng cho quốc gia.

2. THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA

Thương hiệu quốc gia của Việt Nam ngày càng tăng thứ hạng trên thế giới. Đây là kết quả có được từ sự đóng góp của mỗi doanh nghiệp, bao gồm những doanh nghiệp khoa học công nghệ. Khối nội dung này có các bài viết chuyên sâu của giới chuyên gia, doanh nhân, nhà hoạch định chính sách về các vấn đề chiến lược và vĩ mô trong phát triển thương hiệu quốc gia.

3. DOANH NHÂN KHOA HỌC

Nội dung gồm những bài viết, phỏng vấn, phân tích, góc nhìn thực tiễn về các doanh nhân, đặc biệt là các chủ doanh nghiệp khoa học và công nghệ. Đây là diễn đàn để giới doanh nhân được chia sẻ quan điểm, kinh nghiệm của mình về các vấn đề lớn của đất nước và hoạt động sản xuất kinh doanh, qua đó có cơ hội quảng bá về hình ảnh cũng như thành tựu của doanh nghiệp tới công chúng.

4. KHỐI NỘI DUNG CHỦ ĐỀ

Mỗi số Tạp chí Thương Hiệu Việt đều có một khối thông tin đặc biệt cho một chủ đề riêng theo các vấn đề nóng của đất nước và doanh nghiệp trong tháng, như xây dựng chiến lược phát triển khoa học công nghệ quốc gia, doanh nhân nữ chèo lái doanh nghiệp vượt khó khăn, chiến lược phục hồi hậu đại dịch... Nội dung các bài viết của chuyên gia, nhà báo giàu kinh nghiệm đều chung một mạch xuyên suốt theo chủ đề của từng số tạp chí.

5. NỘI DUNG CHUYÊN BIỆT

Tạp chí Thương Hiệu Việt mong muốn trở thành ấn phẩm truyền thông đặc biệt cho các doanh nghiệp có nhu cầu, trong đó dành phần lớn nội dung và các vị trí nổi bật để phục vụ cho việc quảng bá của doanh nghiệp. Phần nội dung này được các chuyên gia, nhà báo và họa sỹ trình bày trang trọng, công phu, thông tin trực quan sinh động, để làm nổi bật nội dung đặc thù về doanh nghiệp đặt hàng và tạo hiệu ứng tốt đối với độc giả cũng như thị trường.

THÔNG TIN ĐƠN VỊ, CÁ NHÂN ĐĂNG KÝ MUA TẠP CHÍ:

Họ và tên:.....

Công ty/Tổ chức:

Số điện thoại: Email:.....

Số lượng tạp chí đặt mua mỗi kỳ:.....

Thông tin xuất hóa đơn:

Địa chỉ nhận Tạp chí:

Lựa chọn hình thức thanh toán:

☐ Chuyển khoản

☐ Nộp trực tiếp tại tòa soạn

Thông tin chuyển khoản:

Tạp chí Doanh nghiệp Việt Nam

Địa chỉ: A125, Trung tâm Hội nghị, 37 Hùng Vương, P.Điện Biên, Q.Ba Đình, Hà Nội | **Điện thoại:** 024.22169595

Tài khoản: 21610000699376 / Tại Ngân hàng: BIDV chi nhánh Đống Đa, PGD Cát Linh

Thông tin liên hệ chị Nguyễn Thị Phương Linh, Trưởng Phòng Tổng hợp

Mobile: 0932238688 | **E-mail:** ketoan@doanhnghiepv.vn

AquaCity

ĐÔ THỊ SINH THÁI THÔNG MINH

PHÍA ĐÔNG TP. HỒ CHÍ MINH



Lộc biếc mai vàng xuân hạnh phúc Đời vui sức khỏe Tết an khang

“ Sở hữu vị trí tâm điểm kết nối, vượng khí sinh tài, Aqua City được quy hoạch hiện đại và hoàn chỉnh tiện ích hướng tới kiến tạo chuẩn sống mới, nơi cư dân được đắm mình trong không gian sống sinh thái giao hòa và tiện nghi, để mỗi phút giây bên gia đình đều là những khoảnh khắc hạnh phúc trọn vẹn. ”

www.aquacity.com.vn

☎ 0943 79 79 79

**NOVA
LAND**
CHO CUỘC SỐNG BÙNG SÁNG