

THƯƠNG HIỆU VIỆT

TẠP CHÍ CỦA HIỆP HỘI DOANH NGHIỆP KH&CN VIỆT NAM ISSN 2815 - 6250

CHÀO MỪNG 99 NĂM

Ngày Báo chí Cách mạng Việt Nam

(21/6/1925 - 21/6/2024)

BÁO CHÍ & DOANH NGHIỆP “cộng sinh”

xây dựng thương hiệu
trong thời đại số



THIÊN QUÂN GROUP



Căn Hộ Cao Cấp
Thiên Quân Marina Plaza



www.thienquanmarinaplaza.com

Nhà Máy 2: CTY CP Thiên Quân
Chuyên sản xuất Thuốc Thú Y - Thuốc Thủy Sản

Toà nhà 69 Hùng Vương



Tập thể Thiên Quân Group



Gian hàng Thiên Quân Group
Hội chợ VIV tại Dubai



CÔNG TY CỔ PHẦN THIÊN QUÂN

39, Nguyễn Hữu Cẩu, Cồn Khương, P.Cái Khẽ, Q.Ninh Kiều, TP.Cần Thơ

(+84) 292 376 0396

www.thienquanjsc.com - www.thienquanmarinaplaza.com

THƯƠNG HIỆU VIỆT

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

TẠP CHÍ DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Cơ quan ngôn luận của Hiệp hội Doanh nghiệp
Khoa học và Công nghệ Việt Nam

Ấn phẩm Thương hiệu Việt
số 30-31-32, tháng 6 năm 2024
Giấy phép hoạt động Báo chí số 512/GP-BTTTT
do Bộ Thông tin và Truyền thông
cấp ngày 11/11/2020

Tổng Biên tập
PHAN HUY HIỂN

Phó Tổng biên tập
NGUYỄN THỊ BÍCH HƯỜNG

Tổng Thư ký Tòa soạn
ĐẶNG ĐỨC HIỆP

Biên tập
NGUYỄN DUY KHÁNH
NGUYỄN ĐỨC

Mỹ thuật
GIA LINH

Địa chỉ
A1.4 (A5A) Khu liên kế, 671 Hoàng Hoa Thám,
phường Vĩnh Phúc, quận Ba Đình, Hà Nội

Email
banbientap@doanhnghiepv.vn

Hotline
024 2216 9595

ẤN PHẨM ĐIỆN TỬ DOANH NGHIỆP VIỆT NAM



ISSN 2815 - 6250

www.doanhnghiepv.vn

In tại Công ty TNHH in Tân Huệ Hoa

Giá: 86.000đ



THƯƠNG HIỆU VIỆT
TẬP CHÍ CỦA HIỆP HỘI DOANH NGHIỆP KHÁCH VIỆT NAM

TRONG SỐ NÀY



CHUYÊN ĐỀ

Báo chí & doanh nghiệp “cộng sinh” xây dựng thương hiệu trong thời đại số	6
Doanh nghiệp và giải pháp tránh rủi ro về dữ liệu.....	10
Trao giải thưởng báo chí về KH&CN năm 2023	12
Đề thương hiệu Việt cất cánh cùng thương mại điện tử xuyên biên giới.....	14

NGHIÊN CỨU & TRAO ĐỔI

Khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo là con đường ngắn nhất để đạt được các mục tiêu.....	16
Phát triển kinh tế bền vững bằng các giải pháp tài chính sáng tạo	22
Ưu tiên quỹ đất và vốn phát triển nhà ở xã hội.....	25
Làm chủ khoa học công nghệ để tăng năng suất lao động. 27	
Gỡ khó cho xuất khẩu nông sản những tháng cuối năm....	30



THỜI CUỘC & KINH DOANH

Kiến nghị không quy định đại lý thanh toán duy trì số dư tại ngân hàng	34
Chuyển đổi “kép” để tận dụng cơ hội kinh doanh mới..	36
Doanh nghiệp lúng túng khi phân loại hàng hoá chịu thuế giá trị gia tăng	38
Giải pháp nào phát triển nhà ở xã hội cho công nhân? ..	40
Thị trường bất động sản khu công nghiệp hứa hẹn đà phát triển mạnh	42
Gỡ vướng cho các dự án điện khí	44

KINH TẾ SỐ

Cân bằng hoạt động chuyển đổi “kép” để phát triển bền vững	46
5 xu hướng định hình tương lai xuất khẩu thương mại điện tử của Việt Nam	48
Nâng tầm kế toán viên bằng AI.....	51
Doanh nghiệp logistics giảm chi phí, tăng đơn hàng nhờ ứng dụng công nghệ.....	53
Thị trường văn phòng phẩm: Cần chú trọng chuyển đổi số và sản phẩm “xanh”.....	56



THƯƠNG HIỆU

“Bí kíp” xây dựng thương hiệu thành công cho doanh nghiệp nhỏ và vừa.....	58
Doanh nghiệp ứng dụng nền tảng số và những đột phá thành công.....	60
Đổi mới sáng tạo để thích ứng, “trẻ hoá” thương hiệu già ..	62
Đề cây sào riêng giữ vững “ngôi vương”	64

DOANH NGHIỆP & DOANH NHÂN

Các yếu tố doanh nghiệp lớn luôn cần ở nhân sự trình độ cao “thời 4.0”	66
Trí tuệ nhân tạo: Động lực mới cho sự phát triển của startup Việt.....	68
Doanh nghiệp là trung tâm của đổi mới sáng tạo	70

THỊ TRƯỜNG & ĐẦU TƯ

Gỡ khó cho doanh nghiệp xuất nhập khẩu.....	72
Mục tiêu tăng trưởng tín dụng ngân hàng cao, doanh nghiệp “khó chồng khó”	75
Đồng bằng sông Cửu Long bắt tay “xanh hóa hạt gạo”, bán “không khí sạch”	77

KẾT NỐI

Bắc Giang: Nâng cao chất lượng sản phẩm OCOP bằng nhiều giải pháp.....	80
Cửa thông minh: Giải pháp mới cho gia đình đa thế hệ ...	83
Dấu ấn mới của thể thao Thanh Hóa.....	85
PVcomBank: Đa dạng ưu đãi dịch vụ thanh toán quốc tế..	87
Báo cáo phát triển bền vững của Vinamilk: Đề tâm thay đổi - Net Zero 2050.....	89



BÁO CHÍ & DOANH NGHIỆP

“cộng sinh”

xây dựng thương hiệu trong thời đại số

NGUYỆT MINH

Đây là nội dung cuộc trao đổi của phóng viên Tạp chí Thương hiệu Việt với chuyên gia Lại Tiến Mạnh - Giám đốc Công ty Cổ phần Mibrand Việt Nam.

Người tiêu dùng ngày càng... khôn

Trong bối cảnh doanh nghiệp có thể tự làm thương hiệu trên môi trường số nhưng theo giới chuyên gia, báo chí vẫn là một trong những kênh truyền thông không thể thiếu của doanh nghiệp, góp

phần lớn vào sự lan toả thương hiệu của doanh nghiệp đến gần hơn với công chúng.

Trong khi đó, doanh nghiệp chưa tận dụng được sức mạnh của báo chí trong việc xây dựng thương hiệu. Quan điểm của ông về vấn đề này như thế nào?

Ông Lại Tiến Mạnh: Doanh nghiệp có thể xây dựng thương hiệu trên các kênh kỹ thuật số theo nghĩa họ có thể nói bất kỳ những gì họ muốn nhằm truyền

Trong thời đại công nghệ thông tin phát triển mạnh mẽ, doanh nghiệp có nhiều kênh để xây dựng và quảng bá thương hiệu. Tuy nhiên, người tiêu dùng và các đối tác sau một thời gian bị mất niềm tin với những thông tin quảng cáo thiếu khách quan trên các nền tảng kỹ thuật số, thì giờ họ thường tìm tới nguồn tin chính thống từ báo chí, vì báo chí vốn có yêu cầu khắt khe về quy trình xuất bản và bảo đảm độ chính xác cao của thông tin. Do vậy, báo chí vẫn là kênh phát triển thương hiệu quan trọng của doanh nghiệp.



*Chuyên gia Lại Tiến Mạnh
Giám đốc Công ty Cổ phần Mibrand Việt Nam.*



tải thông tin đến khách hàng và đối tác.

Tuy vậy, thực tế cho thấy, có quá nhiều bên làm việc này và đưa những thông tin mang tính phóng đại, sai lệch, chưa được kiểm chứng, thiếu khách quan, thậm chí nói một cách vô trách nhiệm.

Trong khi đó, người tiêu dùng không có đủ khả năng nhận biết thông tin đó có chính xác hay không hoặc có bao nhiêu % độ chính xác. Do đó, thương hiệu của doanh nghiệp sẽ có độ lệch nhất định.

Những cú lừa quảng cáo kiểu “ba đời nhà tôi dùng thuốc này khỏi bệnh, khỏe mạnh đến già...” trên Facebook, YouTube khiến nhiều người dính bẫy. Theo thời gian, khách hàng cũng dần thông minh và “khôn” lên. Họ không thể tin tưởng hoàn toàn những gì doanh nghiệp tự nói. Họ hiểu rằng thông tin này không có tính khách quan, chưa được kiểm chứng bởi bên thứ 3 và hiệu quả của những lời quảng cáo doanh nghiệp tự “diễn” đó sẽ giảm dần.

Cần nhấn mạnh rằng, báo chí từ xưa đến nay vẫn luôn là bên thứ ba để xác nhận lại thông tin, có những nguyên tắc nhất định trong việc cung cấp thông tin. Trước khi được đưa lên mặt báo, thông tin đã được kiểm chứng, qua các bước kiểm duyệt kỹ càng. Báo chí chính thống vẫn bảo đảm nguyên tắc đúng, đủ, đa chiều... nên đây là nguồn thông tin uy tín. Thông tin từ báo chí vẫn được coi là nguồn tin đáng tin cậy, nhất là những đầu báo có tên tuổi và chính thống.

Những thông tin giới thiệu, truyền thông về sản phẩm doanh nghiệp dù trên loại hình báo chí nào, từ báo in, báo hình, báo điện tử đều có tác dụng lưu sâu hơn trong tâm trí độc giả; không thoáng qua và dễ quên như các kênh kỹ thuật số khác. Với loại hình báo điện tử, khách hàng dễ dàng tìm kiếm, kiểm tra thông tin về doanh nghiệp, sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp...

Đã từng có thời gian báo chí có phần bị coi nhẹ bởi sự tiện lợi, tốc độ cập nhật thông tin nhanh

chóng từ các kênh kỹ thuật số. Tuy nhiên, đến thời điểm này, mọi người đều hiểu rằng thông tin từ báo chí là đáng tin cậy, có tính đa chiều, phản biện, bảo đảm tính khách quan. Có thể nói, nguồn thông tin trên báo chí ngày càng tạo ra sự khác biệt so với nguồn thông tin mà doanh nghiệp tự đưa ra.

Như ông vừa nói thì sức mạnh của báo chí trong việc truyền thông thương hiệu doanh nghiệp là không thể phủ nhận. Vậy ông có khuyến nghị gì dành cho doanh nghiệp?

Ông Lại Tiến Mạnh: Tùy theo loại hình doanh nghiệp, tùy theo mục đích của doanh nghiệp và nhóm khách hàng mục tiêu mà doanh nghiệp chọn kênh truyền thông phù hợp. Có những nhóm khách hàng chỉ tin tưởng và trông chờ vào nguồn thông tin chính thống từ báo chí để ra quyết định cho mình.

Do vậy, với mỗi nhóm khách hàng mục tiêu, doanh nghiệp cần phải tìm hiểu thật kỹ xem họ đang quan tâm đến những kênh nào. Độ sâu của sự quan tâm không chỉ dừng lại ở chỗ họ dành bao nhiêu thời gian cho kênh mà phải đi sâu đến mức họ dùng thông tin từ kênh đó vào việc gì và những thông tin từ kênh đó ảnh hưởng như thế nào đến quyết định của họ.

Mối quan hệ “cộng sinh” báo chí - doanh nghiệp

Ở chiều ngược lại, với các cơ quan báo chí, ông có lời khuyên nào để tiếp tục làm tốt hơn công tác truyền thông thương hiệu doanh nghiệp trong thời đại số hiện nay?

Ông Lại Tiến Mạnh: Tôi cho rằng, trong thời đại công nghệ phát triển mạnh mẽ hiện nay, báo chí nên tiến hành khảo sát về người dùng, khách hàng về độ tin cậy của các nguồn thông tin.

Kết quả khảo sát đó sẽ cho ra con số cụ thể về việc người dân tin tưởng vào nguồn thông tin nào, chú trọng nguồn tin nào, nguồn nào người dùng dùng quan tâm, tham khảo và mức độ thông tin họ tham khảo từ các nguồn khác nhau sẽ được họ đánh giá ở những mức độ khác nhau như thế nào?

Nếu có kết quả khảo sát như thế và chỉ ra được độ tin cậy thông tin trên báo chí ở mức cao thì đây hoàn toàn là cơ sở vững chắc hơn để các doanh nghiệp điều chỉnh trong quyết định truyền thông trên báo chí.

Theo tôi, kết quả khảo sát sẽ chỉ ra cho doanh nghiệp về thực tế nguồn thông tin báo chí có vai trò cực lớn, tác động đến quyết định của doanh nghiệp trong chiến lược truyền thông thương hiệu để khách hàng bỏ tiền ra mua sản phẩm, dịch vụ; các tổ chức, đơn vị thực hiện hoạt động hợp tác, kết nối.

Đây là căn cứ để doanh nghiệp cân đối lại chi tiêu vì tất cả các công ty khi lập kế hoạch marketing, truyền thông đều cần cơ sở để quyết định chi tiền cho xây dựng thương hiệu trên báo chí hay kênh kỹ thuật số.

Còn khách hàng, người tiêu dùng khi muốn tìm hiểu sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp để ra quyết định, họ cũng sẽ tìm đến báo chí. Trong đó, những bài báo có tính chất học thuật, đầy đủ thông tin và thông tin tổng quát với thông tin đa chiều từ những đơn vị chính thống được mọi người quan tâm và tin tưởng.

Có thể nói, số liệu từ khảo sát sẽ chỉ ra được rằng báo chí luôn là nguồn tạo ra sự ảnh hưởng lớn hơn trong quá trình doanh nghiệp ra quyết định. Điều này tạo cơ sở rõ ràng cho việc các doanh nghiệp điều chỉnh ngân sách cho phù hợp cho hoạt động truyền thông trên báo chí, từ đó góp phần nâng cao vị thế, thương hiệu, hình ảnh doanh nghiệp trong mắt công chúng.

Ngoài việc bảo đảm vai trò dẫn dắt, định hướng dư luận xã hội, trong thời đại số, các đơn vị báo chí cũng cần đổi mới cách thức trải nghiệm của độc giả bằng việc đa dạng hình thức thể hiện để đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp cũng như độc giả, đặc biệt để mối quan hệ “cộng sinh” doanh nghiệp - báo chí ngày càng bền vững khi cả hai đang phải đối mặt với những thay đổi của công nghệ.

Xin cảm ơn ông!



Doanh nghiệp và giải pháp tránh rủi ro về dữ liệu

MINH NGHUYỆT

Được coi là tài sản giá trị của doanh nghiệp (DN), dữ liệu cũng là mục tiêu của tin tặc, gây nhiều rủi ro cho an toàn hệ thống. Những rủi ro liên quan đến an toàn dữ liệu không chỉ gây tổn thất lớn về mặt tài chính mà thương hiệu, danh tiếng của DN trên thương trường cũng bị ảnh hưởng lớn. Cuộc trao đổi giữa phóng viên Tạp chí Thương hiệu Việt và ông Phan Văn Sáng - Tổng giám đốc Công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển ITSUPRO làm rõ hơn về vấn đề này.

Theo giới chuyên gia, sự phát triển nhanh chóng của công nghệ đồng nghĩa với việc rủi ro về an toàn dữ liệu ngày càng gia tăng. Ông đánh giá như thế nào về thực trạng bảo vệ dữ liệu cũng như rủi ro dữ liệu của DN Việt Nam hiện nay?

Ông Phan Văn Sáng: Hiện các DN Việt Nam, không chỉ là DNNVV mà cả các DN lớn, đều phải đối mặt với rất nhiều rủi ro về dữ liệu. Trường hợp VnDiet bị hacker tấn công mới đây là ví

dụ điển hình cho thấy rủi ro dữ liệu hiệu quả cho máy tính của nhân



Ông Phan Văn Sáng - Tổng giám đốc Công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển ITSUPRO.

liệu có thể xảy ra đối với bất cứ DN ở quy mô nào.

Thực tế, những năm gần đây đã diễn ra một số vụ việc doanh nghiệp bị lộ thông tin dữ liệu khách hàng và bị hacker rao bán trên mạng. Điều này không chỉ gây tổn thất rất lớn không thể đo đếm được cả về mặt tài chính mà thương hiệu, danh tiếng của các tổ chức doanh nghiệp trên thương trường cũng bị ảnh hưởng lớn.

Rủi ro mất mát dữ liệu có thể đến từ phần cứng do những tình huống như ổ cứng bị hỏng bất cứ lúc nào, gây mất dữ liệu quan trọng nếu không có biện pháp sao lưu kịp thời, hoặc việc sử dụng máy tính không bảo mật. Trên thực tế, nhiều DN của Việt Nam không có các biện pháp bảo mật

viên, tạo ra lỗ hổng cho tin tặc thâm nhập vào hệ thống.

Bên cạnh đó, rủi ro khi sử dụng Wifi chung cũng không thể xem nhẹ. Những nguyên nhân nghiêm trọng hơn có thể dẫn đến mất mát dữ liệu mà DN Việt phải đối mặt với số lần nguy cơ bị tấn công từ các hacker hoặc gián điệp kinh tế, đánh cắp thông tin hoặc phá hoại hệ thống.

Với tiềm lực tài chính và hạn chế, DNNVV Việt Nam chưa thực sự quan tâm đến bảo mật dữ liệu. Ông nghĩ sao về vấn đề này?

Ông Phan Văn Sáng: Hiện tại, trọng tâm chính của các DNNVV Việt Nam là tập trung nguồn ngân sách cho hoạt động sản xuất, kinh doanh mà “quên” đi

việc bảo vệ an toàn dữ liệu. Với xu thế hội nhập mạnh mẽ hiện nay, bảo đảm an toàn dữ liệu là một trong những yếu tố thiết yếu và quan trọng, là điều kiện để có thể đáp ứng yêu cầu thị trường quốc tế, tìm cách bắt nhịp với thế giới. DN phải bảo đảm yêu cầu an toàn dữ liệu mới ký được hợp đồng với đối tác nước ngoài. Do đó, việc bảo đảm an toàn dữ liệu không thể là không có.

Như ông vừa đề cập đến việc ngân sách của DN. Vậy theo ông, ngân sách chi cho bảo vệ dữ liệu nên chiếm bao nhiêu % tổng ngân sách của DN?

Ông Phan Văn Sáng: Ở nhiều nước phát triển, ngân sách cho an ninh mạng được lập ra ngay từ khi DN thành lập. Tuy nhiên, tại Việt Nam, phần lớn các DN vẫn chưa nhận thức đầy đủ về tầm quan trọng của việc này, cũng như thiếu về nguồn lực tài chính, nên DN còn thiếu đầu tư cho các biện pháp bảo mật.

Sẽ không thể có con số cụ thể nào áp cho tất cả các DN bởi vì nó còn phụ thuộc vào nguồn dữ liệu của DN, DN có nguồn nhân lực ra sao, có những loại thiết bị gì. Khi đó, DN mới đưa ra được giải pháp phù hợp. Có những giải pháp chỉ giá trị vài trăm, vài triệu đồng nhưng có những giải pháp lên đến vài trăm triệu hoặc vài tỷ đồng.

Khuyến nghị của ông để DN hạn chế rủi ro về thông tin dữ liệu?

Ông Phan Văn Sáng: Với tiềm lực tài chính và nhân lực hạn chế, DNNVV cần kiểm tra, thống kê xem mình có những dữ liệu gì, nguồn thiết bị DN đang có và công nghệ gì DN có thể áp dụng. Hiện tại có rất nhiều công nghệ

có thể đáp ứng được yêu cầu bảo đảm an toàn dữ liệu không chỉ dành cho các DN lớn mà các DNNVV cũng có thể áp dụng.

Một trong những biện pháp quan trọng nhất để bảo vệ dữ liệu là sao lưu thường xuyên thông qua nhiều công cụ sao lưu khác nhau như USB, TAPE (lưu trữ dùng hệ thống băng từ), ổ cứng. Đối với các hệ thống dữ liệu lớn và quan trọng, DN cần áp dụng những công nghệ hiện đại hơn như SAN (mạng lưu trữ chuyên biệt), Cloud Backup (lưu trữ đám mây).

Việc phòng chống virus và cập nhật phần mềm thường xuyên cũng rất cần thiết. Các DN nên cài đặt phần mềm chống virus cho tất cả các thiết bị và bảo đảm các phần mềm luôn được cập nhật bản vá lỗi mới nhất sẽ giảm thiểu nguy cơ bị tấn công.

Cũng cần lưu ý rằng, yếu tố nguồn nhân lực là quan trọng nhất trong hành trình bảo mật dữ liệu của DN. Theo đó, mọi cấp bậc, vị trí đều phải cùng nhau đồng lòng, nhận thức rõ ràng về an toàn thông tin, dữ liệu. Nếu không, mọi giải pháp hướng đến như quy trình giải quyết chuyên nghiệp, chính sách doanh nghiệp rõ ràng, công nghệ bảo mật hiện đại, tiên tiến sẽ đều không có tác dụng.

Để bảo đảm chỉ những người có thẩm quyền mới được truy cập vào các dữ liệu quan trọng, DN cần phân quyền truy cập dữ liệu một cách rõ ràng và sử dụng hệ thống xác thực đa bước để tăng cường bảo mật. An toàn hệ thống mạng cũng cần được chú trọng, bao gồm việc thiết lập và duy trì các biện pháp bảo mật mạng như sử dụng tường lửa, mã hóa dữ liệu và VPN để bảo vệ dữ

liệu khi truyền tải qua mạng. Có thể nói, nhận thức đúng đắn và đầu tư hợp lý cho các biện pháp bảo vệ dữ liệu trở nên vô cùng cần thiết. Việc thực hiện nghiêm túc các biện pháp trên sẽ giúp DN giảm thiểu rủi ro, bảo vệ dữ liệu một cách hiệu quả, đặc biệt thương hiệu DN đã dày công gây dựng và phát triển trong thời gian dài sẽ không bị tác động. Từ đó, duy trì niềm tin với khách hàng và ngày càng phát triển bền vững.

Với cơ quan quản lý Nhà nước, ông có đề xuất gì để hỗ trợ DN bảo vệ dữ liệu an toàn?

Ông Phan Văn Sáng: Tôi cho rằng, cơ quan quản lý nên có những buổi chia sẻ, hội thảo, đào tạo để nâng cao nhận thức cho DN về tầm quan trọng của bảo vệ dữ liệu. Bởi lẽ tại Việt Nam nhận thức về vấn đề bảo mật dữ liệu vẫn ở mức thấp. Việc chúng ta chứng kiến công ty trị giá hàng nghìn tỷ đồng bị hacker tấn công vừa rồi cũng cố cho điều này.

Những buổi đào tạo nâng cao nhận thức để DN hiểu rằng cần thiết phải có giải pháp bảo vệ an toàn dữ liệu. Giải pháp bảo vệ dữ liệu an toàn cũng giống như việc tiêm phòng, là việc làm cần thiết, không thể bỏ qua vì ảnh hưởng đến sức khỏe con người và “sức khỏe” DN.

Ngay trong nội bộ các DN cũng cần có các buổi chia sẻ, đào tạo để nâng cao nhận thức của mỗi thành viên trong DN. Những buổi đào tạo như thế sẽ giúp nhân viên ý thức hơn trong việc bảo vệ dữ liệu, giảm thiểu sự lo lắng cho chủ DN trong vấn đề bảo mật thông tin của đơn vị mình.

Xin cảm ơn ông!



Đây là lần đầu tiên giải thưởng xét tặng loại hình báo ảnh; các cơ quan báo chí và tác giả trực tiếp gửi tác phẩm tham dự thay vì được Cơ quan Thường trực tổng hợp như trước đây; các tác phẩm báo chí đã đoạt giải báo chí quốc gia và giải của các bộ, ngành Trung ương không được tham dự...

Sáng ngày 16/5 tại Hà Nội, Bộ Khoa học và Công nghệ (KH&CN) đã tổ chức lễ trao giải thưởng báo chí về KH&CN năm 2023.

Giải thưởng báo chí về KH&CN được tổ chức hằng năm nhằm tôn vinh các tác giả có tác phẩm báo chí xuất sắc về KHCN. Đây là sự ghi nhận của Bộ KH&CN trong việc vinh danh những nhà báo có tinh thần khoa học, đã nỗ

lực hết mình, tìm tòi, phát hiện, phản ánh các kết quả của hoạt động KHCN trong sự phát triển của đất nước.

Sau 12 năm tổ chức, giải thưởng lần này có nhiều điểm mới, trong đó lần đầu tiên giải thưởng xét tặng loại hình báo ảnh; các cơ quan báo chí và tác giả trực tiếp gửi tác phẩm tham dự thay vì được Cơ quan Thường trực tổng hợp như trước đây; các tác phẩm báo chí đã đoạt Giải báo chí Quốc gia và giải của các bộ, ngành Trung ương không được tham dự giải thưởng...

Năm qua, báo chí cũng tập trung phản ánh kịp thời, đậm nét kết quả hoạt động, sự kiện lớn của Bộ và ngành KHCN, các chủ đề mang tính thời sự như: Xây dựng cơ chế chính sách nhằm tháo gỡ các nút thắt đẩy nhanh phát triển khoa học và công nghệ; Tác động của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ Tư với đời sống xã hội; Chuyển đổi số; Trí tuệ nhân tạo; Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo...

Thông qua các tác phẩm, vai trò, vị trí của khoa học và công nghệ được khẳng định trong việc tham gia giải quyết tốt các vấn đề thực tiễn cuộc sống đặt ra như: Nhóm tác phẩm: Phát triển khoa học, công nghệ: Cơ chế đặc thù và “chìa khóa” vốn; Gói tin tức đa phương tiện “Trí tuệ nhân tạo Việt Nam”; Khoa học công nghệ - Điểm tựa để nông nghiệp vững vai trò “trụ đỡ”; Hôi sinh; Rác thải cho tiền tỷ...

Ông Nguyễn Đức Lợi - Phó Chủ tịch Thường trực Hội Nhà báo Việt Nam, Chủ tịch Hội đồng Chung khảo Giải thưởng báo chí về KH&CN năm 2023 cho biết, giải thưởng đã khẳng định được vai trò, vị thế của một giải thưởng có uy tín và ngày càng lan tỏa, là sân chơi trí tuệ của các phóng viên, biên tập viên quan tâm đến KH&CN.

Qua 2 vòng chấm Sơ khảo và Chung khảo đã có 23 tác phẩm và nhóm tác phẩm được Bộ KH&CN phê duyệt và trao giải.

DANH SÁCH CÁC TÁC PHẨM ĐOẠT GIẢI THƯỞNG BÁO CHÍ KH&CN NĂM 2023

* Giải nhất

- Nhóm tác phẩm: Phát triển khoa học, công nghệ: Cơ chế đặc thù và “chìa khóa” vốn, Tạp chí Kinh tế Việt Nam.
- Nhóm tác phẩm: Gói tin tức đa phương tiện “Trí tuệ nhân tạo Việt Nam”, Báo Nhân Dân điện tử.
- Tác phẩm: Khát vọng phát triển lĩnh vực khoa học công nghệ, VTV1
- Đài Truyền hình Việt Nam.
- Tác phẩm: Rác thải cho tiền tỷ, Đài Phát thanh - Truyền hình và Báo Bình Phước.

* Giải nhì

- Nhóm tác phẩm: Cơ hội vàng cho ngành bán dẫn Việt Nam, Báo Quân đội Nhân dân.
- Nhóm tác phẩm: Gập ghềnh khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, Báo Sài Gòn Giải phóng.
- Nhóm tác phẩm: Khoa học công nghệ - Điểm tựa để nông nghiệp vững vai trò “trụ đỡ”, Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam.
- Nhóm tác phẩm: Hồi sinh, Đài Phát thanh và Truyền hình Lạng Sơn.
- Tác phẩm: A.I. Nỗi sợ bị thay thế?, Đài Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh.
- Nhóm tác phẩm: Chiến lược phát triển khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo: Phát huy mạnh mẽ trí tuệ và sức sáng tạo của người Việt Nam, Ban Thời sự VOV1- Đài Tiếng nói Việt Nam.

* Giải ba

- Nhóm tác phẩm: “Đưa đất nước phát triển trên “đường ray” khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo”, Báo Đại biểu Nhân dân.
- Nhóm tác phẩm: Chuyển đổi số gắn với đổi mới sáng tạo: Trên đường băng cất cánh, Báo Đồng Nai.
- Tác phẩm: Xử lý đạn dược hóa học - Nhiệm vụ đặc biệt trong thời bình, Kênh Truyền hình Quốc phòng Việt Nam.
- Nhóm tác phẩm: Chuyển đổi số trong giáo dục - nền tảng để Thành phố Hồ Chí Minh hướng đến nền giáo dục hội nhập, Đài tiếng nói nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh.

* Giải khuyến khích

- Nhóm tác phẩm: Liêm chính nghiên cứu khoa học, Báo Thanh Niên.
- Nhóm tác phẩm: Phụ nữ với sở hữu trí tuệ, Báo Pháp luật Việt Nam.
- Nhóm tác phẩm: Chuyện người Nhật Bản làm nông nghiệp ở Sơn La, Báo Điện tử Dân Việt.
- Nhóm tác phẩm: Sẵn sàng đón “sóng” đầu tư, không để lỡ thời cơ những ngành, lĩnh vực mới nổi, Báo Điện tử Chính phủ.
- Nhóm tác phẩm: Cần cơ chế đặc thù, chấp nhận rủi ro trong nghiên cứu khoa học, Ban Thời sự - Đài Truyền hình Việt Nam.
- Nhóm tác phẩm: Kết nối khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo câu chuyện từ Đà Nẵng, Truyền hình Thông tấn (Chi nhánh tại Đà Nẵng).
- Nhóm tác phẩm: Khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo - động lực phát triển bền vững, Đài Phát thanh và Truyền hình Thanh Hóa.
- Tác phẩm: Bệnh viện Bạch Mai điều trị thành công cho bệnh nhân tim bằng phương pháp triệt đốt rung nhĩ, Thông tấn xã Việt Nam.
- Tác phẩm: Ứng dụng công nghệ trong sản xuất và tiêu thụ hàng thủ công, Thông tấn xã Việt Nam.



Nhóm tác giả đoạt giải nhất.



Nhóm tác giả đoạt giải nhì.



Nhóm tác giả đoạt giải ba.



Nhóm tác giả đoạt giải khuyến khích.

Đề thương hiệu Việt cắt cánh cùng thương mại điện tử xuyên biên giới

THU TRANG



Thương mại điện tử xuyên biên giới (TMĐTXBG) đang là một xu thế bùng nổ tại nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam. TMĐTXBG được giới chuyên gia coi là mảnh đất nhiều tiềm năng, màu mỡ mà doanh nghiệp Việt Nam cần tận dụng để có thể mang lại doanh thu cao hơn và bền vững trên sân chơi rộng lớn này.

Nỗ lực tận dụng lợi thế của TMĐTXBG

Theo ông Nguyễn Văn Thành - Giám đốc Trung tâm phát triển TMĐT (Cục TMĐT và Kinh tế số, Bộ Công Thương), TMĐTXBG không chỉ giúp doanh nghiệp (DN) mở rộng tệp khách hàng, tăng phạm vi tiếp cận thị trường mà còn góp phần đưa thương hiệu hàng Việt đến tay người tiêu dùng nhiều thị trường trên thế giới.

Nhiều thương hiệu của Việt Nam đã thành công khi tham gia xuất khẩu thông qua các nền tảng

TMĐT xuyên biên giới. Đơn cử, thông qua nền tảng TMĐT xuyên biên giới Amazon, hàng hóa Việt Nam có cơ hội tiếp cận trực tuyến với hơn 2 tỷ người mỗi năm ở các thị trường khu vực Bắc Mỹ, châu Âu và rất nhiều quốc gia khác như Australia, Nhật Bản, Singapore, Ấn Độ...

Với sự hỗ trợ của công nghệ và các sàn thương mại điện tử, DN hoàn toàn có thể chủ động tiếp nhận đơn hàng ở bất cứ đâu, bất cứ lúc nào, kiểm soát và vận hành hoạt động bán hàng một cách hiệu quả.

“TMĐTXBG hiện nay cũng là xu hướng tất yếu, nhiều DN nhỏ và siêu nhỏ của Việt Nam đã tham gia được sân chơi này, đã có những đơn hàng, doanh số cho DN. Từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh cho DN Việt Nam chinh phục thị trường thế giới”, ông Thành nêu.

Trên thực tế, các DN dệt may Việt Nam rất nhanh nhạy trong việc tận dụng lợi thế của TMĐTXBG và đã có những thành công nhất định.

Ông Trương Văn Cẩm - Phó Chủ tịch kiêm Tổng thư ký Hiệp hội Dệt may Việt Nam (VITAS) cho biết, dệt may là một trong những

ngành hàng có tốc độ tăng trưởng tốt, đạt doanh thu cao khi tham gia xuất khẩu qua các nền tảng TMĐTXBG.

Dệt may là một trong những ngành được Amazon nhắc đến là 1 trong 5 ngành có kết quả kinh doanh qua TMĐTXBG khá tốt. Mặc dù sản lượng qua TMĐT ở mức nhỏ lẻ nhưng đây là một trong những lĩnh vực, phương thức mua bán tiện lợi với người tiêu dùng, giúp DN xây dựng thương hiệu một cách nhanh và hiệu quả.

Thông qua Amazon, sản phẩm dệt may đến với các khách hàng trực tiếp và qua kênh TMĐTXBG cũng khẳng định vị trí của sản phẩm dệt may Việt Nam bằng giá cả, cạnh tranh, chất lượng tốt, thời gian giao hàng nhanh”, ông Cẩm chia sẻ.

Với ngành gỗ, ông Ngô Sỹ Hoài - Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam (VIFOREST) cũng cho biết, sản phẩm gỗ của Việt Nam có doanh số bán hàng thuộc Top đầu trên sàn Amazon và được người tiêu dùng ưa chuộng. Nhiều doanh nghiệp đã gặt hái thành công khi xuất khẩu đồ gỗ, nội thất qua Amazon.

Đây là kết quả của việc DN nỗ lực tận dụng cơ hội từ TMĐT XBG. Trong đó, DN đã nỗ lực rất nhiều để đầu tư cho chuyển đổi số, cải thiện thiết kế, mẫu mã cũng như xây dựng thương hiệu.

Song, theo Phó Chủ tịch VITAS, tuy là ngành xuất khẩu mũi nhọn của đất nước nhưng sự hiện diện của DN dệt may Việt Nam trên bản đồ dệt may thế giới còn ít. Đây chính là điểm yếu của ngành dệt may Việt Nam, chưa đạt được mục tiêu xây dựng thương hiệu và từng bước xuất khẩu sản phẩm dệt may bằng chính thương hiệu của mình.

Trong khi đó, nêu khó khăn của ngành gỗ, ông Hoài cho rằng, xuất phát từ những yếu kém nội tại nên DN chủ yếu gia công từ các đơn hàng đặt từ bên ngoài. Công nghiệp gỗ vẫn phải dựa vào một số lợi thế so sánh đang cạn dần như nguyên liệu từ vùng trồng của người nông dân nên giá tương đối rẻ, giá trị gia tăng của sản phẩm không cao. Năng lực tiếp thị và xúc tiến thương mại còn yếu kém...

Ngành gỗ vẫn còn đối mặt với nhiều khó khăn khi các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam ngày càng yêu cầu chặt chẽ liên quan đến sản xuất xanh, chống phá rừng, giảm phát thải khí nhà kính, phát triển bền vững.

Tăng cường xây dựng thương hiệu

Theo Phó Chủ tịch VITAS Trương Văn Cẩm, để thương hiệu dệt may Việt Nam đến được người tiêu dùng thế giới, các DN dệt may phải chủ động hơn, thay đổi phương thức xuất khẩu và một trong những phương thức đó



Ông Trương Văn Cẩm - Phó Chủ tịch kiêm Tổng thư ký Hiệp hội Dệt may Việt Nam (VITAS).

có thể là những phương thức rất mới, đó là TMĐT XBG.

“Hiệp hội mong muốn các nền tảng TMĐT XBG giúp doanh nghiệp thấy được những điểm mạnh, điểm yếu, công đoạn cần phải thay đổi nhằm từng bước nâng cao trong chuỗi giá trị, từ đó đạt nhiều thành công hơn qua hình thức kinh doanh tiềm năng này,” ông Cẩm đề xuất.

Còn bản thân các DN cần tìm hiểu kỹ thị hiếu người tiêu dùng tại thị trường quốc tế DN nhắm đến để có những thay đổi về thiết kế, sản phẩm.

Thời gian tới, các đơn vị quản lý Nhà nước hay các hiệp hội ngành hàng nên cùng phối hợp để xây dựng thương hiệu cho từng loại sản phẩm ở Việt Nam, cộng hưởng các sản phẩm của địa phương để xây dựng thương hiệu chung cho quốc gia. Có như vậy mới thâm nhập thị trường thế giới bài bản, chuyên nghiệp hơn, sản phẩm sẽ bán được giá cao hơn cũng như trữ lượng, số lượng nhiều hơn.

Phó Chủ tịch VIFOREST cho rằng, một trong những điều cực kỳ quan trọng trong thời gian tới là tăng cường hoạt động TMĐT XBG. Để làm được điều này, DN phải tăng được sức cạnh tranh của sản phẩm gỗ sản xuất tại Việt Nam, phải tăng cường xây dựng thương hiệu, nghiên cứu thị hiếu người tiêu dùng trên toàn cầu để làm sao các sản phẩm gỗ của Việt Nam thực sự chiếm lĩnh được lòng tin của khách hàng.

Chia sẻ kinh nghiệm kinh doanh thành công trên nền tảng TMĐT XBG, ông Vũ Hoàng - Trưởng phòng TMĐT Tập đoàn An Phát Holdings cho biết, ngành hàng mà công ty sản xuất ra khi lên Amazon tìm kiếm vào thời điểm ban đầu gặp rào cản rất lớn do đã có 1 thương hiệu đến từ Trung Quốc, chiếm đến hơn 50% thị phần của cả thị trường. Nếu áp dụng các biện pháp thông thường, lựa chọn sản phẩm thông thường để bán thì DN không thể đấu với “ông lớn” này.

“Tuy nhiên, chúng tôi phải bắt buộc bán được sản phẩm và phải chiếm lĩnh được thị trường đang tăng trưởng tốt. Cách duy nhất làm được việc đó là xây dựng một thương hiệu khác biệt với thương hiệu mà đang tồn tại mạnh trên thị trường”, ông Hoàng nói.

Với chiến lược này, công ty đã tập trung vào 2 tiêu chí mạnh nhất của sản phẩm DN, đó là chất lượng cao và “made in Vietnam”. Ngoài truyền thông qua các công cụ của Amazon thì DN phải truyền thực tế vào sản phẩm cũng như dịch vụ chăm sóc khách hàng.



Khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo là con đường ngắn nhất để đạt được các mục tiêu

AN NHIÊN



Thủ tướng Phạm Minh Chính dự lễ chào mừng Ngày KHCN Việt Nam, kỷ niệm 65 năm thành lập Bộ KH&CN (1959-2024), lễ trao Giải thưởng Tạ Quang Bửu năm 2024.

Nhấn mạnh khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo là nguồn tài nguyên vô tận, không gian phát triển vô hạn, đồng thời cũng là con đường ngắn nhất để đạt được các mục tiêu, Thủ tướng Phạm Minh Chính đã chỉ rõ 6 nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm.

Ngành KHCN đã có những bước phát triển vượt bậc

Mới đây tại Hà Nội, Thủ tướng Phạm Minh Chính dự lễ chào mừng Ngày Khoa học và Công nghệ (KHCN) Việt Nam (18/5), kỷ niệm 65 năm thành lập Bộ KH&CN (1959-2024), lễ trao Giải thưởng Tạ Quang Bửu năm 2024 với chủ đề “KHCN và đổi mới sáng tạo - Nâng tầm vị thế quốc gia”.

Phát biểu tại buổi lễ, Thủ tướng Phạm Minh Chính nêu rõ, Ngày KHCN Việt Nam năm 2024 có ý nghĩa đặc biệt, cũng là dịp kỷ niệm 65 năm thành lập Bộ KH&CN (1959-2024) và trao Giải thưởng khoa học mang tên cố giáo sư Tạ Quang Bửu - một trong những người đặt nền móng trong việc xây dựng và phát triển các lĩnh vực khoa học cơ bản ở Việt Nam.

Đây là dịp để cùng nhìn lại chặng đường hình thành và phát triển của ngành KHCN Việt Nam, cùng tri ân sự nỗ lực cống hiến không mệt mỏi của biết bao thế hệ nhà khoa học, cán bộ quản lý, đóng góp quan trọng, thiết thực cho sự nghiệp đấu tranh giải phóng dân tộc, thống nhất đất nước, xây dựng và bảo vệ Tổ quốc qua các thời kỳ.

Thủ tướng nhắc lại, cách đây 61 năm, ngày 18/5/1963, Chủ tịch Hồ Chí Minh kính yêu đã đến dự Đại hội đại biểu Hội Phổ biến khoa học và kỹ thuật Việt Nam toàn quốc lần thứ nhất (tiền thân của Liên hiệp các Hội Khoa học và Kỹ thuật Việt Nam). Người căn dặn “Khoa học phải từ sản xuất mà ra và phải trở lại phục vụ sản xuất, phục vụ quần chúng, nhằm nâng cao năng suất lao động và



Thủ tướng nhấn mạnh KHCN và đổi mới sáng tạo là tài nguyên vô tận, là con đường ngắn nhất để đạt các mục tiêu.

không ngừng cải thiện đời sống của nhân dân, bảo đảm cho chủ nghĩa xã hội thắng lợi... Các cô, các chú phải ra sức đem hiểu biết khoa học và kỹ thuật của mình truyền bá rộng rãi trong nhân dân lao động, để nhân dân thi đua sản xuất nhiều, nhanh, tốt, rẻ...”.

Lời căn dặn của Bác Hồ kính yêu đã trở thành kim chỉ nam cho hoạt động KHCN nước nhà trong suốt hơn 60 năm qua. Theo Thủ tướng, những lời của Bác rất giản dị, sâu sắc. Khoa học phải xuất phát từ thực tiễn, quay lại phục vụ thực tiễn, góp phần nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của nhân dân. Đảng, Nhà nước ta không có mục tiêu nào khác cao hơn là bảo vệ độc lập, chủ quyền, thống nhất, toàn vẹn lãnh thổ của Tổ quốc, xây dựng đất nước hùng cường, thịnh vượng, đời sống nhân dân ngày càng ấm no, hạnh phúc. KHCN phải hướng đến mục tiêu này.

Thủ tướng nhấn mạnh, với nhiều chủ trương, chính sách của Đảng,

Nhà nước về phát triển KHCN và phát huy vai trò đội ngũ trí thức, nhà khoa học, ngành KHCN nước ta đã có những bước phát triển vượt bậc, đạt những thành tựu quan trọng, đóng góp thiết thực vào sự nghiệp đấu tranh giải phóng dân tộc, xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.

Thứ nhất, trong công cuộc kháng chiến, kiến quốc, các nhà khoa học và đội ngũ cán bộ kỹ thuật của chúng ta đã vượt lên hoàn cảnh, mang tinh thần và nhiệt huyết của mình đóng góp quan trọng vào các chiến công, chiến thắng của quân và dân ta như Chiến thắng Điện Biên Phủ năm 1954, Chiến thắng “Điện Biên Phủ trên không” năm 1972 và đỉnh cao là Đại thắng mùa Xuân năm 1975 với Chiến dịch Hồ Chí Minh lịch sử...

Thứ hai, bước sang giai đoạn hòa bình, đội ngũ nhà khoa học, cán bộ khoa học và kỹ thuật đã phát huy tinh thần sáng tạo, đóng góp vào các công trình có



Bộ trưởng Bộ KH&CN Huỳnh Thành Đạt.

ý nghĩa quan trọng, thay đổi diện mạo của đất nước (như Nhà máy thủy điện Hòa Bình, Nhà máy thủy điện Sơn La, Đường dây 500 kV Bắc - Nam, các công trình dầu khí, các công trình cầu, đường, sân bay, bến cảng, khai hoang, cải tạo vùng Đồng Tháp Mười, nghiên cứu y học, vaccine, ghép tạng...).

Thứ ba, cùng với các kết quả trong lĩnh vực nghiên cứu cơ bản, trong lĩnh vực nghiên cứu ứng dụng, KHCN và đổi mới sáng tạo đóng góp thực hiện mục tiêu nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh ngày càng rõ nét. Có thể khẳng định, lực lượng KHCN Việt Nam tham gia tích cực và đóng góp quan trọng vào công cuộc đổi mới, xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế.

Đặc biệt, trong lĩnh vực khoa học xã hội và nhân văn, chúng ta đã hình thành được hệ thống lý luận về chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội tại

Việt Nam; về các yếu tố nền tảng, đường lối phát triển cơ bản, các chính sách về kinh tế, văn hóa, quốc phòng-an ninh, đối ngoại, bảo đảm an sinh xã hội, xây dựng Đảng và hệ thống chính trị; đúc rút được các bài học kinh nghiệm quý báu.

Thứ tư, đội ngũ những người làm khoa học ngày càng lớn mạnh. Nhiều nhà khoa học Việt Nam có tầm ảnh hưởng khu vực, quốc tế, mang lại vinh dự, tự hào cho đất nước, là tấm gương sáng cho thế hệ trẻ, trong đó có các nhà khoa học xuất sắc đi đầu trong các lĩnh vực nghiên cứu. “Tuy mạnh yếu từng lúc khác nhau, nhưng hào kiệt về KHCN lúc nào cũng có”, Thủ tướng phát biểu.

Thứ năm, xếp hạng quốc tế về KHCN và đổi mới sáng tạo của Việt Nam không ngừng được cải thiện. Năm 2023, Việt Nam xếp thứ 46, tăng 2 bậc so với năm 2022. Trong 10 năm qua, tính từ năm 2013, thứ hạng của Việt Nam tăng 30 bậc, từ vị trí 76 lên 46. Việt Nam liên

tục duy trì vị trí dẫn đầu trong nhóm các quốc gia thu nhập trung bình thấp.

Việt Nam được Tổ chức Sở hữu trí tuệ Thế giới (WIPO) coi là quốc gia đạt tiến bộ về đổi mới sáng tạo một cách có hệ thống và có tiềm năng lớn, nhất là trong thế hệ trẻ. Đến nay, Việt Nam đã có 4 “kỳ lân” khởi nghiệp lĩnh vực công nghệ (MoMo, Sky, Mavis, VNLIFE), xếp thứ 3 trong khu vực Đông Nam Á.

Theo Thủ tướng, bên cạnh những kết quả đạt được là cơ bản, nền KHCN của đất nước vẫn còn những hạn chế, bất cập và tiếp tục gặp nhiều khó khăn, thách thức. Nhận thức của các cấp, các ngành và các địa phương về vai trò của KHCN và đổi mới sáng tạo còn chưa đầy đủ, toàn diện, nhất là với khoa học xã hội và nhân văn.

Cơ chế, chính sách quản lý KHCN còn nhiều điểm chưa phù hợp, chưa dựa trên đặc thù của hoạt động KHCN; chưa có đột phá trong chính sách thu hút, sử dụng, trọng dụng nhà khoa học tài năng; trong khi đó cạnh tranh thu hút nhân tài KHCN đang là một cuộc chạy đua khốc liệt ở nhiều nơi trên thế giới.

Kinh phí đầu tư còn hạn hẹp; cơ sở vật chất kỹ thuật và trang thiết bị phục vụ hoạt động KHCN và đổi mới sáng tạo chưa đáp ứng được yêu cầu thực tiễn, nhất là trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

Thị trường KHCN phát triển còn chậm; chưa xây dựng được sản phẩm công nghệ hoạt động hiệu quả; kết nối cung cầu về KHCN, đổi mới sáng tạo còn hạn



chế; cơ chế thương mại hoá sản phẩm KH&CN còn chưa đột phá để đáp ứng yêu cầu thực tiễn.

Đội ngũ các nhà khoa học, người làm KH&CN còn chưa nhiều, chưa đồng đều; việc đào tạo nhà khoa học và công tác tổ chức các hoạt động nghiên cứu và phát triển KH&CN chưa được chú trọng ở cả cấp độ cơ sở giáo dục đào tạo, nghiên cứu, doanh nghiệp và cơ quan quản lý...

Theo Bộ trưởng Bộ KH&CN Huỳnh Thành Đạt, hiện nay Bộ đang tập trung rà soát, đề xuất Thủ tướng Chính phủ các giải pháp nhằm nâng cao năng suất lao động dựa trên nền tảng KH&CN và đổi mới sáng tạo. Bộ cũng đang tập trung sửa đổi toàn diện Luật KH&CN năm 2013 nhằm tạo hành lang pháp lý cho hoạt động KH&CN và đổi mới sáng tạo, phục vụ phát triển kinh tế - xã hội cho giai đoạn tới.

Ý nghĩa sống còn đối với quá trình “bắt kịp, tiến cùng, bứt phá và vượt lên”

Thủ tướng đánh giá trong thế giới ngày nay, dưới tác động của cách mạng công nghiệp lần thứ 4, KH&CN đã phát triển bùng nổ trên tất cả các lĩnh vực và đang làm thay đổi sâu sắc thế giới, các hoạt động sản xuất, kinh doanh, tiêu dùng nói riêng và nền kinh tế toàn cầu nói chung theo hướng thông minh hơn, hiệu quả hơn và với tốc độ nhanh hơn, biến động khó lường.

Các bài học kinh nghiệm thành công trên thế giới, nhất là ở Hàn Quốc, Đài Loan (Trung Quốc), Nhật Bản, Trung Quốc, Hoa Kỳ, Đức, Phần Lan..., cho thấy vai

Giải thưởng Tạ Quang Bửu được trao cho PGS.TS Trần Mạnh Trí và TS. Nguyễn Thị Kim Thanh.

PGS.TS. Trần Mạnh Trí đang công tác tại trường Đại học Khoa học Tự nhiên, Đại học Quốc gia Hà Nội. Ông được trao giải thưởng qua cụm ba công trình được công bố trên các tạp chí khoa học thuộc top 5% hàng đầu thế giới trong các ngành kỹ thuật môi trường, độc học, sức khỏe và đột biến gen. Cụm công trình này góp phần giải quyết vấn đề cấp bách mang tính toàn cầu hiện nay là ô nhiễm môi trường do sự phát tán của các hóa chất tổng hợp.

TS Nguyễn Thị Kim Thanh công tác tại Viện Vật lý, Viện Hàn lâm KH&CN Việt Nam được trao giải thưởng qua 1 công trình được công bố trên tạp chí Physical Review Letters, là tạp chí khoa học hàng đầu thế giới của ngành vật lý. Công trình thể hiện 3 kết quả đột phá về hướng nghiên cứu, có ý nghĩa quan trọng cho phát triển công nghệ máy tính lượng tử. GS Kiselev (đồng tác giả của công trình) nói ý tưởng của TS Nguyễn Thị Kim Thanh là một kiệt tác tạo nhã về vật lý hiện đại.

Thay mặt lãnh đạo Chính phủ, Thủ tướng đánh giá cao và nhiệt liệt chúc mừng các tác giả, các nhà khoa học được trao tặng Giải thưởng Tạ Quang Bửu năm nay, đồng thời, ghi nhận và biểu dương sự nỗ lực, kết quả đạt được và những đóng góp của đội ngũ các nhà khoa học nói riêng và ngành KH&CN nói chung cho đất nước.

Thủ tướng cũng đánh giá cao điểm đặc biệt của giải thưởng năm nay là bên cạnh việc chọn ra đề tài xuất sắc, còn xét tới cả những nghiên cứu được thực hiện trong điều kiện khó khăn, nỗ lực vượt qua các rào cản để giúp nền khoa học Việt Nam hội nhập thế giới.



trò to lớn của KHCN đối với sự phát triển và vượt lên của các quốc gia. Mặt khác, những bài học kinh nghiệm thất bại, rơi vào bẫy thu nhập trung bình của nhiều quốc gia trên thế giới cũng cho thấy sự thất bại của chính sách KHCN ở những nơi này.

Xác định rõ những thời cơ, thuận lợi và khó khăn, thách thức, từ những bài học kinh nghiệm quốc tế và thực tiễn, Đảng và Nhà nước ta đã chủ trương “Phát triển và ứng dụng KHCN là quốc sách hàng đầu, là một trong những động lực quan trọng nhất để phát triển kinh tế - xã hội và bảo vệ Tổ quốc; là một nội dung cần được ưu tiên tập trung đầu tư trước một bước trong hoạt động của các ngành, các cấp...”.

Những kết quả thành công và đóng góp của KHCN như đã nêu trên là minh chứng rõ nét khẳng định: Đây là một chủ trương, đường lối hết sức đúng đắn, phù hợp với bối cảnh tình hình quốc tế, trong nước trong thời gian qua và còn giá trị trong giai đoạn mới, những năm tới.

Văn kiện Đại hội XIII của Đảng đã xác định: “Phát triển mạnh mẽ KHCN, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số là động lực chính để tăng trưởng kinh tế” và “Đẩy mạnh chuyển đổi số quốc gia; phát triển kinh tế số trên nền tảng KHCN, đổi mới sáng tạo”.

“Có thể nói, KHCN và đổi mới sáng tạo chính là một yếu tố nền tảng của chuyển đổi số và chuyển đổi xanh - hai trong các yếu tố quan trọng nhất của quá trình chuyển đổi cơ cấu kinh tế trên phạm vi toàn cầu và đặc biệt quan trọng đối với nước ta hiện nay. KHCN và đổi mới sáng tạo

là con đường ngắn nhất để đạt được các mục tiêu.

Phát triển KHCN, đổi mới sáng tạo với vai trò nền tảng phát triển đất nước nhanh, bền vững là yêu cầu khách quan, lựa chọn khôn ngoan và cần có ưu tiên về nguồn lực (thể chế, cơ chế, chính sách, hạ tầng, con người...)”, Thủ tướng nói.

Vì vậy, Thủ tướng mong rằng, tinh thần say mê nghiên cứu, dấn thân vì KHCN của các thế hệ đi trước tiếp tục được lan tỏa, phát huy mạnh mẽ, tạo động lực, truyền cảm hứng trong thế hệ trẻ, nhất là đội ngũ nhà khoa học hôm nay và tương lai, trong đó có các nhà khoa học nữ.

“Cho dù ở bất cứ nơi đâu, làm bất cứ công việc gì, chúng ta tin rằng, những chủ nhân tương lai của đất nước, với tinh thần yêu nước, lòng tự hào dân tộc trong trái tim, với sự thông minh, can đảm, ý chí tự lực, tự cường, sự quyết tâm cao độ và nỗ lực vươn lên, cũng sẽ có những đóng góp thiết thực cho sự nghiệp phát triển KHCN của đất nước.

Không chỉ những nhà khoa học mới đóng góp cho KHCN, tất cả chúng ta đều có thể góp sức cho sự nghiệp KHCN ở những góc độ khác nhau, công việc, nhiệm vụ khác nhau, nhất là thế hệ trẻ. Chúng ta hãy nỗ lực, cố gắng hơn nữa, để KHCN, đổi mới sáng tạo đồng hành cùng sự phát triển nhanh và bền vững của đất nước, vì tương lai tươi sáng của dân tộc, vì hạnh phúc, ấm no của nhân dân. Đây chính là một yếu tố đặc biệt quan trọng để góp phần cùng toàn Đảng, toàn dân ta quyết tâm phấn đấu, thực hiện được mục tiêu xây dựng đất

nước hiện đại, phồn vinh, văn minh, hạnh phúc và phát triển bền vững”, Thủ tướng phát biểu.

Người đứng đầu Chính phủ khẳng định: Nếu các nguồn tài nguyên thiên nhiên là hữu hạn, trở nên ngày càng khan hiếm, thì KHCN, đổi mới sáng tạo là nguồn tài nguyên vô tận, không gian phát triển vô hạn và có thể xuất phát từ những ý tưởng đơn giản nhất, những con người bình dị nhất, không phân biệt giới tính, màu da, trình độ, tuổi tác, tầng lớp trong xã hội.

Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2021-2030 khẳng định, phát triển nguồn nhân lực gắn với KHCN và đổi mới sáng tạo là một trong 3 đột phá chiến lược, là quốc sách hàng đầu cho phát triển đất nước nhanh và bền vững trong giai đoạn mới. Trong điều kiện phát triển kinh tế thị trường định hướng XHCN, có thể khẳng định, đây chính là một động lực rất quan trọng để thúc đẩy tăng trưởng, tạo bứt phá về năng suất, chất lượng, hiệu quả, sức cạnh tranh; là một yếu tố có ý nghĩa sống còn đối với quá trình vươn lên “bắt kịp, tiến cùng, bứt phá và vượt lên” trong thế giới ngày nay.

6 nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm

Để góp phần thực hiện thành công Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng, thúc đẩy phát triển nhanh và bền vững, trong thời gian tới, Thủ tướng chỉ rõ, cần phát huy hơn nữa vai trò của KHCN, đổi mới sáng tạo trên tất cả các lĩnh vực, coi đây là một nhiệm vụ chính trị quan trọng của các cấp, các ngành, các địa phương, với phương châm “hạ tầng thông suốt, cơ chế thông thoáng, quản



trị thông minh”, trong đó tập trung vào 6 nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm sau:

Thứ nhất, các cấp ủy Đảng, chính quyền từ Trung ương đến địa phương tổ chức thực hiện có hiệu quả các Nghị quyết, Kết luận của Trung ương, Bộ Chính trị, nhất là Kết luận số 69-KL/TW của Bộ Chính trị, Nghị quyết số 20-NQ/TW Trung ương khóa XI về phát triển KHCN phục vụ sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng XHCN và hội nhập quốc tế, trước mắt tập trung vào 3 nội dung: Xây dựng cơ chế, chính sách phát triển bao trùm, toàn diện; đầu tư thích đáng về hạ tầng; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, nhất là nhân lực khoa học xã hội và nhân văn.

Thứ hai, tăng cường thu hút, đa dạng hóa các nguồn lực cho KHCN và đổi mới sáng tạo; phát triển mạnh nhân lực KHCN, khuyến khích khu vực tư nhân, các doanh nghiệp, tăng cường các hình thức hợp tác công tư tham gia đào tạo nhân lực KHCN. Tập trung phát triển mạnh thị trường KHCN để góp phần tạo bứt phá về năng suất, chất lượng, hiệu quả, tăng sức cạnh tranh của nền kinh tế.

Thứ ba, các bộ, ngành, địa phương cần kiên trì, mạnh dạn đề xuất, triển khai các chính sách vượt trội cho KHCN về thể chế, cơ sở vật chất, nhân lực, trong đó có các chính sách ưu đãi, trọng dụng, tôn vinh, khen thưởng cho người làm công tác KHCN và đổi mới sáng tạo nhằm khơi dậy niềm đam mê, khuyến khích sự dấn thân trong thực hiện các nhiệm vụ KHCN, nhất là nhà khoa học trẻ, các nhà khoa học

đang hoạt động trong điều kiện khó khăn như ở vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo...

Thứ tư, đối với các doanh nghiệp, cần coi hoạt động nghiên cứu, phát triển, ứng dụng KHCN và đổi mới sáng tạo là một trong các yếu tố quan trọng nâng cao năng lực năng suất, chất lượng, sức cạnh tranh và sự phát triển của doanh nghiệp, nhất là các lĩnh vực chuyển đổi số, chuyển đổi xanh, ứng phó biến đổi khí hậu, cạn kiệt tài nguyên, già hóa dân số, chăm sóc và bảo vệ sức khỏe người dân...

Thứ năm, có chính sách phù hợp tăng cường thu hút các nhà khoa học Việt Nam, quốc tế có uy tín đang làm việc ở các nước có thể đóng góp phù hợp vào sự phát triển khoa học trong nước thông qua các cơ chế hợp tác đa dạng (Tham gia giảng dạy, nghiên cứu, nhận hướng dẫn nghiên cứu sinh Việt Nam...) để đào tạo đội ngũ nghiên cứu trong nước tiếp cận với KHCN tiên tiến, hội nhập thế giới.

Thứ sáu, đối với các nhà khoa học, Thủ tướng đề nghị cần đặt lợi ích quốc gia, dân tộc lên trên hết. Các nhà khoa học cần nhận thức trọng trách lớn lao đối với đất nước, dám dấn thân, dám hy sinh, dám chấp nhận rủi ro. Lịch sử đã ghi nhận nhiều tấm gương cống hiến của các nhà khoa học đối với vận mệnh quốc gia.

Thủ tướng nhấn mạnh: “Đất nước ta, xã hội chúng ta đang rất cần sự dấn thân, vượt qua khó khăn, trở ngại của các nhà khoa học để thực hiện thành công các nhiệm vụ KHCN, đổi mới sáng tạo, góp phần phụng sự Tổ quốc, phục vụ nhân dân, mang lại niềm vinh dự, tự hào cho cá

nhân, gia đình, cộng đồng, dân tộc và đất nước.

Một đất nước Việt Nam hào hùng với truyền thống lịch sử, văn hoá 4.000 năm - với mỗi con người Việt Nam mang trong mình tinh thần yêu nước nồng nàn, sự kiên trì, bền bỉ, tự lực, tự cường, nỗ lực vươn lên, càng áp lực lại càng nỗ lực, càng khó khăn lại càng thông minh - không thể thiếu KHCN, đổi mới sáng tạo trong hành trang, con đường phát triển của mình - dám đương đầu với khó khăn, thử thách và cả dấn thân, hy sinh để dẫn đến thành công. Nguồn lực bắt nguồn từ tư duy, động lực bắt nguồn từ sự đổi mới, sức mạnh bắt nguồn từ nhân dân, doanh nghiệp”.

Với tinh thần đó, chúng ta mong muốn và tin tưởng rằng, với truyền thống tốt đẹp 65 năm qua của ngành KHCN, đội ngũ các nhà khoa học sẽ đồng hành cùng cả nước vượt qua mọi khó khăn, thách thức, phát huy truyền thống yêu nước, đoàn kết, chung sức, đồng lòng, tinh thần vượt khó, sự say mê, đam mê trong nghiên cứu KHCN để có những đóng góp ngày càng nhiều hơn cho sự nghiệp xây dựng đất nước Việt Nam ngày càng hùng cường, thịnh vượng; nhân dân Việt Nam ngày càng ấm no, hạnh phúc.

Trong khuôn khổ sự kiện, Thủ tướng Phạm Minh Chính và các đại biểu đã tham quan triển lãm giới thiệu những thành tựu KHCN tiêu biểu trong 65 năm qua và khu vực gian hàng trưng bày các kết quả nghiên cứu, sản phẩm của các lĩnh vực quốc phòng, ngân hàng, nông nghiệp, công nghiệp, giao thông, y tế, khoa học xã hội và nhân văn... thời gian qua.



Phát triển kinh tế bền vững bằng các giải pháp tài chính sáng tạo

THU AN

Tài chính, kế toán và kiểm toán là những cột trụ quan trọng định hình và thúc đẩy sự phát triển kinh tế của mỗi quốc gia và khu vực. Trong bối cảnh hiện nay, việc phát triển các giải pháp tài chính sáng tạo sẽ giúp giải quyết những thách thức chung mà các quốc gia đang đối mặt và thúc đẩy phát triển kinh tế bền vững.

Tại diễn đàn “Đối thoại châu Á - Thái Bình Dương” do Hiệp hội Kế toán Công chứng Anh Quốc (ACCA) tổ chức mới đây tại Hà Nội, Thứ trưởng Bộ Tài chính Võ Thành Hưng cho biết, châu Á - Thái Bình Dương tiếp tục nổi lên như một trung tâm năng động, duy trì được xu thế tăng trưởng kinh tế cao so với thế giới, cùng những bước tiến mới trong hợp tác khu vực với trên 350 hiệp định thương mại tự do (FTA) đã được các nước trong khu vực ký kết với nhau và với các đối tác ngoài khu vực.

Tuy nhiên, cùng với sự phát triển mạnh mẽ đó, khu vực này cũng



đã trở thành trọng tâm cạnh tranh chiến lược địa chính trị, tiềm ẩn nhiều nguy cơ bùng phát xung đột, đe dọa hòa bình và phát triển ổn định của khu vực.

Thứ trưởng nhấn mạnh, tài chính, kế toán và kiểm toán là những trụ cột quan trọng định hình và thúc đẩy sự phát triển kinh tế của mỗi quốc gia và khu vực. Việc xây dựng một nền tảng vững chắc cho hợp tác kinh tế và phát triển bền vững đòi hỏi sự đồng thuận và nỗ lực chung từ các quốc gia trong khu vực.

Trong bối cảnh hiện nay, việc hợp tác nghiên cứu và phát triển các giải pháp tài chính sáng tạo sẽ



Thứ trưởng Bộ Tài chính Võ Thành Hưng.

giúp giải quyết những thách thức chung mà các quốc gia trong khu vực đang đối mặt và thúc đẩy phát triển kinh tế bền vững.

Do đó, Thứ trưởng tin tưởng, việc thúc đẩy hợp tác giữa các quốc gia

trong lĩnh vực tài chính, kế toán và kiểm toán không chỉ nâng cao hiệu quả quản lý tài chính, chia sẻ nguồn lực và thúc đẩy đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển kinh tế bền vững.



Bà Helen Brand - Giám đốc điều hành ACCA toàn cầu.

Ngoài ra, việc hoàn thiện khuôn khổ pháp lý và nâng cao năng lực nhân lực về kế toán, kiểm toán trên cơ sở thông lệ quốc tế là một yêu cầu thiết yếu trong quá trình hội nhập và phát triển kinh tế của mỗi quốc gia.

“Chúng ta cần phải hỗ trợ nhau, chia sẻ kinh nghiệm và học hỏi từ nhau để bảo đảm rằng chúng ta đều đạt được tiêu chuẩn quốc tế và có thể cùng nhau xây dựng một môi trường kinh doanh lành mạnh và minh bạch.

Cần xây dựng chương trình đào tạo đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế và nhu cầu thực tiễn của thị trường lao động, bảo đảm các kế toán viên, kiểm toán viên hành nghề được trang bị kiến thức chuyên môn và kỹ năng thực hành cần thiết.

Đồng thời, cần khuyến khích hợp tác giữa các cơ sở đào tạo với doanh nghiệp và tổ chức quốc tế để chia sẻ kinh nghiệm và học hỏi những phương pháp đào tạo tiên tiến”, Thứ trưởng nêu.

Bà Helen Brand - Giám đốc điều hành ACCA toàn cầu bày tỏ ấn tượng bởi ý định nghiêm túc và có hệ thống của Chính phủ trong việc xây dựng nghề kế toán tại Việt Nam, và cách mà Việt Nam hỗ trợ các tiêu chuẩn quốc tế và khung pháp lý. Điều này bao gồm việc thành lập các tổ chức chuyên nghiệp quốc gia, giúp các kế toán viên Việt Nam đạt được các tiêu chuẩn chuyên nghiệp cao nhất. ACCA tự hào đã đóng góp vào nhiều quan hệ đối tác để làm cho tiến bộ quốc gia này trở nên khả thi.

Trong bối cảnh căng thẳng và bất ổn toàn cầu, sự mong manh của các nền kinh tế, tác động của các sự kiện thời tiết cực đoan đối với an toàn cộng đồng và an ninh lương thực, các doanh nghiệp phải điều chỉnh lại các chiến lược chuỗi cung ứng của mình để phản ứng với các điều kiện thương mại thay đổi nhanh chóng, thêm các lớp phức tạp vào bức tranh kinh tế.

ACCA sẵn sàng phục vụ ở mọi cấp độ của kinh doanh - từ các

doanh nghiệp nhỏ và vừa đến các tập đoàn đa quốc gia lớn - và tư vấn cho các Chính phủ, các cơ quan công cộng và các tổ chức thuộc mọi loại hình - về cách đưa ra quyết định tốt, tối đa hóa giá trị đồng tiền và thúc đẩy lòng tin của công chúng...

Ông Pulkit Abrol - Giám đốc ACCA khu vực châu Á - Thái Bình Dương cho biết, diễn đàn “Đối thoại châu Á - Thái Bình Dương” cung cấp cơ hội không giới hạn cho cộng đồng doanh nghiệp và tài chính trong khu vực nhằm chia sẻ kiến thức và khám phá các giải pháp sáng tạo cho những thách thức đương đại.

“Bằng cách tạo điều kiện cho những cuộc thảo luận quan trọng này, chúng tôi trang bị cho các chuyên gia khả năng thúc đẩy sự thay đổi tích cực, tăng cường bền vững và chấp nhận biến đổi số, từ đó góp phần vào sự phát triển của nền kinh tế châu Á - Thái Bình Dương”, ông Pulkit Abrol bày tỏ.

Đối thoại châu Á Thái Bình Dương là một sự kiện quan trọng, thu hút sự tham gia của đông đảo các chuyên gia, học giả và nhà quản lý trong lĩnh vực quản lý, tài chính, kế toán và kiểm toán từ khắp khu vực châu Á - Thái Bình Dương.

Các diễn giả chia sẻ kinh nghiệm, bàn thảo về các vấn đề chung và cùng nhau bàn các giải pháp nhằm hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp nói riêng, các nền kinh tế khu vực nói chung vượt qua những khó khăn thách thức, tăng trưởng và phát triển bền vững, hợp tác vì sự thịnh vượng chung của khu vực.

Ưu tiên quỹ đất và vốn phát triển nhà ở xã hội

HÀ ANH

Chỉ thị của Ban Bí thư về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với công tác phát triển nhà ở xã hội trong tình hình mới yêu cầu đưa chỉ tiêu phát triển nhà ở xã hội vào hệ thống chỉ tiêu phát triển kinh tế - xã hội 5 năm và hàng năm của địa phương.

Mục tiêu đặt ra là đến năm 2030 cả nước xóa bỏ hoàn toàn nhà tạm, nhà dột nát cho hộ nghèo, hộ cận nghèo, người dân bị ảnh hưởng bởi thiên tai, biến đổi khí hậu; hoàn thành xây dựng ít nhất 1 triệu căn nhà ở xã hội cho đối tượng thu nhập thấp, công nhân khu công nghiệp tại khu vực đô thị.

Để đạt mục tiêu đến năm 2030 cả nước hoàn thành ít nhất 1 triệu căn nhà ở xã hội cho người thu nhập thấp, Ban Bí thư vừa ra Chỉ thị về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với công tác phát triển nhà ở xã hội trong tình hình mới. Chỉ thị nhấn mạnh cần ưu tiên bố trí quỹ đất và nguồn vốn cho chủ trương này.

Chỉ thị cũng yêu cầu thực hiện tốt việc hỗ trợ nhà ở theo các chương trình mục tiêu, nhất là đối với người có công với cách mạng, thân nhân của người có công với cách mạng khó khăn về nhà ở, hộ nghèo tại khu vực nông thôn, vùng dân tộc thiểu số và miền núi. Bảo đảm 100% người có công và gia đình người có công với cách mạng được chăm lo tốt về nhà ở.

Đáng lưu ý, Ban Bí thư yêu cầu thực hiện quy hoạch, bố trí các dự án nhà ở xã hội độc lập, hoặc trong các dự án nhà ở thương mại tại vị trí thuận tiện về giao



NGHIÊN CỨU & TRAO ĐỔI





thông. Gắn với trung tâm công nghiệp, bảo đảm đồng bộ về hạ tầng kỹ thuật và hạ tầng xã hội thiết yếu.

Nhà nước ưu tiên bố trí quỹ đất, nguồn vốn, tạo môi trường thuận lợi cho phát triển nhà ở xã hội. Có cơ chế, chính sách ưu đãi thực chất, đủ hấp dẫn để thu hút, khuyến khích các thành phần kinh tế trong nước và nước ngoài tham gia đầu tư, phát triển nhà ở xã hội, thực hiện các chính sách hỗ trợ nhà ở cho các đối tượng.

Việc phát triển nhà ở xã hội cần đa dạng về loại hình, cơ chế, chính sách mua, thuê, thuê mua nhà ở xã hội, nhà lưu trú, ký túc xá cho công nhân, người thu nhập thấp khu vực đô thị, học sinh, sinh viên, lực lượng vũ trang với giá phù hợp khả năng chi trả của từng đối tượng thụ hưởng.

Cùng với đó, theo Ban Bí thư, cần tăng tỷ lệ nhà ở xã hội cho thuê. Chú trọng hỗ trợ nhà ở và đất cho người có công với cách mạng, người nghèo và các đối tượng chính sách, bảo đảm phù hợp quy hoạch và kế hoạch sử dụng đất, quy hoạch xây dựng và

kế hoạch phát triển nhà ở trong từng giai đoạn của địa phương...

Nhà ở xã hội và nhà ở được Nhà nước hỗ trợ tại các chương trình mục tiêu, nhà lưu trú công nhân phải bảo đảm về chất lượng xây dựng, kiến trúc, cảnh quan, đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn, quy chuẩn, an ninh, an toàn, phòng cháy chữa cháy, đồng bộ cơ sở hạ tầng kỹ thuật và xã hội thiết yếu...

Chính sách hỗ trợ, ưu đãi phải bảo đảm công khai, minh bạch, công bằng, đúng đối tượng; thực hiện tính đúng, đủ các chi phí hợp lý, hợp lệ trong xác định nhà ở xã hội. Có ưu đãi cho các dự án theo mô hình xanh, tiết kiệm năng lượng.

Chỉ thị cũng yêu cầu nghiên cứu ban hành cơ chế, chính sách đặc thù về nhà ở xã hội cho công nhân và lực lượng vũ trang nhân dân. Hoàn thiện pháp luật và tạo thuận lợi về cơ chế, chính sách để Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam tham gia phát triển nhà ở xã hội bằng nguồn tài chính công đoàn.

Các cơ quan, đơn vị liên quan cần ban hành cơ chế, chính sách

tạo thuận lợi và chủ động cho địa phương trong việc dành ngân sách đầu tư xây dựng dự án nhà ở xã hội. Thực hiện công tác bồi thường, giải phóng mặt bằng, hỗ trợ tái định cư để có quỹ đất sạch làm nhà ở xã hội...

Ban Bí thư định hướng việc đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp tham gia đầu tư phát triển nhà ở xã hội, các đối tượng thụ hưởng được tiếp cận dễ dàng với loại hình này.

Việc phát triển nhà ở xã hội cần có cơ chế, chính sách ưu đãi cho các mô hình xanh, sử dụng tiết kiệm năng lượng, phát triển bền vững, phát thải carbon thấp. Ưu tiên bố trí nguồn vốn ngân sách nhà nước từ Trung ương và địa phương tương xứng, đẩy mạnh xã hội hóa nguồn vốn, đặc biệt là của các doanh nghiệp trong và ngoài nước.

Chỉ thị cũng đề cập đến việc nghiên cứu hình thành quỹ phát triển nhà ở xã hội hoặc mô hình định chế tài chính phù hợp để phát triển dài hạn, bền vững, mở rộng nguồn vốn từ quỹ đầu tư phát triển địa phương và từ nước ngoài.

Khuyến khích hình thành các quỹ đầu tư, quỹ tín thác đầu tư và hoạt động liên doanh, liên kết thực hiện...

Ban Bí thư yêu cầu phân cấp, phân quyền đi đôi với tăng cường kiểm tra, thanh tra, giám sát. Có chế tài đủ mạnh, ngăn ngừa và kịp thời xử lý nghiêm những sai phạm, trục lợi chính sách. Nghiên cứu thành lập, thiết lập cơ chế hoạt động của doanh nghiệp Nhà nước chuyên đầu tư phát triển nhà ở xã hội..



Làm chủ khoa học công nghệ để tăng năng suất lao động

BÌNH MINH

Việt Nam có thể tăng suất lao động nhiều hơn nữa nếu từng doanh nghiệp, từng người lao động luôn nỗ lực hàng ngày. Trong đó, việc thường xuyên học hỏi, trau dồi kỹ năng, tiếp cận, làm chủ khoa học công nghệ được coi là cần thiết.

Năng suất lao động của Việt Nam khá thấp

Theo số liệu của Ngân hàng Thế giới (WB), năng suất (NSLĐ) của Việt Nam năm 2022 tính bằng USD 2017 theo ngang giá sức mua PPP là 2.400 USD, chỉ bằng 11,4% so với Singapore, 35,4% so với Malaysia, 79% so với Indonesia...

Tại diễn đàn “Nâng cao năng suất lao động Quốc gia năm 2024” mới đây tại Hà Nội, TS Nguyễn Tú Anh - Vụ trưởng Vụ Kinh tế tổng hợp, Ban Kinh tế Trung ương cho biết, nếu nhìn con số này thì NSLĐ của Việt Nam thấp. Lý do là cơ cấu nền kinh tế Việt Nam phần lớn lao động làm việc trong khu vực phi chính thức và hộ gia đình, số lượng lao động làm việc trong khu vực doanh nghiệp chỉ chiếm 29,2% lao động có việc làm trong năm 2022.

Mặc dù vậy, số lượng lao động này lại tạo ra khoảng 60% GDP cho cả nền kinh tế. Trong đó, khu vực tư nhân tạo ra khoảng 10%, khu vực doanh nghiệp FDI tạo ra khoảng 20,14% và khu vực doanh nghiệp nhà nước tạo ra khoảng 29% GDP.

GDP của Việt Nam năm 2022 theo ngang giá sức mua PPP bằng đồng USD 2017 là 1.321.694,15 triệu USD. Như vậy, với việc tạo ra 60% GDP NSLĐ của các lao động trong doanh nghiệp Việt Nam sẽ tạo ra là 53.582 USD/lao động. Như vậy sẽ bằng 30% so với lao động của Singapore làm việc tại doanh nghiệp hoặc cơ quan nhà nước.

“Với con số này thì NSLĐ của người lao động trong các doanh nghiệp Việt Nam sẽ bằng



TS Nguyễn Tú Anh - Vụ trưởng Vụ Kinh tế tổng hợp, Ban Kinh tế Trung ương.

khoảng 30% NSLĐ của người lao động trong các doanh nghiệp Singapore. Mặc dù vậy, NSLĐ của Việt Nam khá là thấp.

Vì vậy, một trong những việc chúng ta cần làm để tăng NSLĐ trên góc nhìn vĩ mô thì cần phải đẩy nhanh phát triển nhiều hơn nữa hệ thống doanh nghiệp nhiều hơn mục tiêu 1,5 triệu doanh nghiệp vào năm 2025, mục tiêu quan trọng để thúc đẩy NSLĐ”, ông Tú Anh nêu.

Giải pháp nào tăng năng suất lao động?

Từ thực tế công việc của một người lao động trực tiếp, chị Phùng Thị Hạnh - công nhân Xí nghiệp Sơ mi Hà Nội - Tổng Công ty May 10 cho rằng, NSLĐ trong nước còn có thể nâng cao nhiều hơn nữa, nếu từng doanh nghiệp, từng người lao động luôn nỗ lực hằng ngày. Mỗi công nhân, dù làm những công việc rất bình thường, nhưng phải có mục tiêu, khát vọng và cả lòng tự trọng.

Phải thường xuyên học hỏi, trau dồi kỹ năng, tiếp cận, làm chủ

khoa học công nghệ, hôm nay tốt hơn hôm qua và ngày mai tốt hơn hôm nay. Chỉ khi có nâng cao năng suất, chúng ta mới có cơ hội nâng cao thu nhập, giảm thời giờ làm việc để chăm sóc gia đình, con cái và tái tạo sức lao động.

Đại diện cho công nhân dệt may, chị Hạnh đề xuất với Chính phủ và các bộ, ngành nghiên cứu ban hành chính sách hỗ trợ công tác đào tạo cho các doanh nghiệp sử dụng đông lao động, đặc biệt là lao động mới.

Đồng thời bày tỏ mong muốn Chính phủ có các chính sách để nhân rộng mô hình doanh nghiệp có trường mầm non, trung tâm y tế, trường nghề như May 10 cho các doanh nghiệp sử dụng nhiều lao động nữ.

Ông Mai Thiên Ân - đoàn viên công đoàn cơ sở Công ty TNHH Intel Products Việt Nam, có trụ sở tại TP Hồ Chí Minh cho rằng, doanh nghiệp muốn nâng cao chất lượng sản phẩm và thương hiệu đòi hỏi người lao động phải có trình độ học vấn, tay nghề, kỹ năng mềm và ý thức lao động tốt. Người lao động muốn nâng cao



thu nhập cho bản thân phải có kỹ năng nghề nghiệp, thái độ, ý thức và tác phong tốt.

Tuy nhiên, thực tế hiện nay vẫn còn nhiều người lao động, đặc biệt là anh chị em công nhân, chưa thực sự quan tâm và đặt việc rèn luyện, nâng cao ý thức, tổ chức kỷ luật và tác phong công nghiệp lên hàng đầu.

Ông Ân đề xuất, kiến nghị có thêm các hình thức giảng dạy, trang bị tác phong công nghiệp cho người lao động từ sớm để trở thành “thói quen, nếp nghĩ, nếp làm” khi còn ngồi trên ghế nhà trường, xem xét định hướng ở các cấp bậc phù hợp.

Có quy chế tài chính cho phép công đoàn cơ sở có đủ nguồn lực trong việc đầu tư, chi tiêu cho các hoạt động đào tạo, tuyên truyền, khen thưởng về tác phong công nghiệp và kỷ luật lao động.

Trong khi đó, nhấn mạnh vai trò quan trọng của phong trào thi đua trong doanh nghiệp, ông Nguyễn Đình Thắng - Chủ tịch Công đoàn các KCN Hà Nội đề nghị duy trì và mở rộng hội thi thợ giỏi ở các tỉnh, thành phố nơi có đông công nhân với sự tham gia của chính quyền và người sử dụng lao động. Các doanh nghiệp cần quan tâm đầu tư hơn nữa về thời gian, cơ sở vật chất, kinh phí để tổ chức các hội thi thợ giỏi nhằm nâng cao năng suất lao động, chất lượng sản phẩm và đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao.

Bà Trương Thị Thu Hà - Công ty Cổ phần Lọc hóa dầu Bình Sơn (BSR), Tập đoàn Dầu khí Việt Nam kiến nghị Bộ KH&CN xem xét, có thông tư hướng dẫn chi



Ông Mai Thiên Ân - đoàn viên công đoàn cơ sở Công ty TNHH Intel Products Việt Nam.



Bà Trương Thị Thu Hà - Công ty Cổ phần Lọc hóa dầu Bình Sơn (BSR), Tập đoàn Dầu khí Việt Nam.

tiết về việc chi trả thù lao cho tác giả, đồng tác giả của sáng kiến cải tiến được công nhận. Đây là sự ghi nhận, tạo động lực rất lớn cho người lao động đam mê nghiên cứu khoa học.

Cho rằng, chế độ lương, thưởng, phúc lợi thỏa đáng là động lực quan trọng thúc đẩy nâng cao NSLĐ, TS Phạm Thu Lan, Viện Công nhân - Công đoàn, Tổng Liên đoàn lao động Việt Nam kiến nghị Chính phủ chỉ đạo Hội đồng Tiền lương quốc gia trong thời gian tới nghiên cứu và xác lập mức lương tối thiểu thỏa

đáng, tư vấn cho Chính phủ để tiền lương thực sự là động lực tăng năng suất.

Tăng độ bao phủ BHXH đến năm 2030 đạt 60% như kế hoạch tổ chức công đoàn đề ra, đáp ứng mong mỏi của người lao động.

Ngoài ra, Chính phủ cần đẩy nhanh tiến độ xây dựng nhà ở xã hội đi kèm với cơ sở hạ tầng về trường học, bệnh viện và các tiện ích cơ bản khác để người lao động thu nhập thấp đạt được ước mơ sở hữu căn nhà riêng của mình trong những năm tới.



GỠ KHÓ

CHO XUẤT KHẨU NÔNG SẢN những tháng cuối năm

TIẾN DŨNG

Hoạt động sản xuất, xuất khẩu gạo và rau quả thời gian qua bên cạnh những kết quả đạt được vẫn còn những hạn chế, yếu kém cần tập trung tháo gỡ để những tháng cuối năm 2024 khởi sắc.



Liên Bộ Công Thương - NN&PTNT chủ trì cuộc họp bàn giải pháp gỡ khó cho xuất khẩu gạo và rau quả.

Nhiều hạn chế cần khắc phục

Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, trong 4 tháng đầu năm 2024, kết quả xuất khẩu gạo và rau quả của Việt Nam tăng cao cả về sản lượng và giá trị xuất khẩu. Trong đó, xuất khẩu gạo tăng 9,5% về lượng và tăng 33,6% về trị giá so với cùng kỳ năm trước. Xuất khẩu rau quả tăng 38,1% về trị giá. Kết quả xuất khẩu sang các thị trường trọng điểm, thị trường tiềm năng đều đạt tăng trưởng đáng khích lệ.

Tại cuộc họp ngày 28/5 bàn giải pháp tháo gỡ khó khăn, thúc đẩy xuất khẩu những tháng cuối năm do liên Bộ Công Thương - NN&PTNT chủ trì, Bộ trưởng Công Thương Nguyễn Hồng Diên cho biết, kết quả trên có được là do các hiệp hội, doanh nghiệp đã khai thác có hiệu quả các thị trường truyền thống,

đồng thời khai mở thêm nhiều thị trường mới, tiềm năng. Nhiều doanh nghiệp, người sản xuất đã tiếp cận tốt hơn và khai thác tốt hơn các lợi thế từ các FTA mà nước ta là thành viên...

Ông Nguyễn Ngọc Nam - Chủ tịch Hiệp hội lương thực Việt Nam (VFA) - thông tin, Việt Nam cũng tập trung vào thị trường lớn như Philippines, Trung Quốc, Indonesia... Trong 5 tháng đầu năm, giá gạo trong nước tăng hơn so với cùng kỳ, bảo đảm hiệu quả bà con nông dân, người trồng lúa.

Dự báo, xuất khẩu gạo của Việt Nam năm 2024 sẽ khởi sắc khi các thị trường lớn tăng khối lượng nhập khẩu. Các nước đang nghe ngóng xem Ấn Độ có dỡ bỏ hạn chế xuất khẩu cấm xuất khẩu gạo do El Niño, khả năng đến tháng 9 chưa dỡ bỏ, đây là cơ hội cho Việt Nam.

Tuy vậy, Bộ trưởng Công Thương Nguyễn Hồng Diên nhìn nhận, bên cạnh những điểm tích cực, hoạt động sản xuất, xuất khẩu gạo và rau quả của nước ta thời gian qua vẫn còn những hạn chế, yếu kém cần tập trung khắc phục.

Trong đó, một số vùng trồng phát triển quá nóng về quy mô, nhưng không tuân thủ quy trình bảo đảm tiêu chuẩn chất lượng. Doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu chưa nghiên cứu kỹ yêu cầu, tín hiệu của thị trường xuất khẩu, nên không khẳng định được thương hiệu sản phẩm. Vai trò của hiệp hội ngành hàng trong tạo sự đồng thuận để bảo vệ quyền lợi hội viên, doanh nghiệp và quyền lợi quốc gia còn hạn chế...

Bộ trưởng NN&PTNT Lê Minh Hoan đánh giá, hiện Việt Nam mới đang xuất khẩu một sản phẩm của doanh nghiệp chứ



Bộ trưởng NN&PTNT Lê Minh Hoan nêu yếu kém trong khâu hợp tác.

không phải xuất khẩu sản phẩm của một ngành hàng. Khâu liên kết và hợp tác đang là điểm yếu của doanh nghiệp.

Nêu yếu kém trong khâu hợp tác, liên kết, Bộ trưởng Lê Minh Hoan dẫn chứng: “Khi chúng tôi đi hội chợ quốc tế, các bạn Trung Quốc trưng bày là cả 1 không gian, nhưng với Việt Nam, có những doanh nghiệp vẫn thuê riêng 1 góc ngoài chứ không đi chung với hiệp hội hay bộ, ngành. Rõ ràng, nếu bản thân các doanh nghiệp không thay đổi thì sẽ không thể đi xa được.

Cần phải nhấn mạnh việc chúng ta xuất khẩu gạo Việt Nam, nói đến hình ảnh gạo Việt Nam, hình ảnh nông sản Việt chứ không chỉ nói về gạo Trung An, hay một doanh nghiệp gạo nào khác. Có

như vậy, nông sản Việt mới có thể lớn lên được”.

Theo đó, Bộ trưởng Lê Minh Hoan đặt câu hỏi “liệu các hiệp hội đã làm hết vai trò của mình chưa? Nếu hiệp hội chỉ là người cộng các con số xuất khẩu của doanh nghiệp thành viên thì đây không phải là chức năng của hiệp hội. Hiệp hội phải là người kết nối các doanh nghiệp”.

Trong khi đó, Chủ tịch VFA cũng nêu một số vấn đề tồn tại như: việc doanh nghiệp nợ tiền lúa nông dân, hay việc doanh nghiệp xuất khẩu gạo cạnh tranh không lành mạnh về giá.

Trong số 157 đầu mối xuất khẩu gạo, chỉ 70 doanh nghiệp thuộc hiệp hội, nên họ không báo cáo và khó chỉ đạo. Theo quy định thì

cũng không có biện pháp nào để chế tài.

Ông Nguyễn Thanh Bình - Chủ tịch Hiệp hội rau quả Việt Nam phản ánh, các doanh nghiệp thuộc hiệp hội gặp nhiều khó khăn, trong năm 2023 đều lỗ. Lý do là doanh nghiệp ký hợp đồng rồi nên phải thực hiện. Doanh nghiệp mua, đặt hàng với các nông hộ nhưng khi giá tăng gấp đôi họ sẵn sàng bỏ và phải chấp nhận mua với giá thị trường, khiến doanh nghiệp lỗ...

Đề nông sản Việt khởi sắc

Để tiếp tục đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả hoạt động xuất khẩu gạo, rau quả theo hướng bền vững, đồng thời bảo đảm vững chắc an ninh lương thực quốc gia, Bộ trưởng Công Thương Nguyễn Hồng Diên đề nghị các hiệp hội ngành hàng và các đơn vị chức năng thuộc các Bộ: Công Thương, NN&PTNT, Nội vụ tập trung thực hiện một số nội dung trọng tâm.

Trong đó, các hiệp hội ngành hàng cần tập trung tuyên truyền, hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận thông tin, khai thác tối đa những ưu đãi từ các FTA và những yêu cầu của từng thị trường, cũng như những yêu cầu của nước nhập khẩu.

Bộ NN&PTNT cần tiếp tục đẩy mạnh tái cơ cấu ngành lúa, gạo, rau quả theo hướng nâng cao chất lượng, hiệu quả. Làm tốt công tác định hướng quy hoạch vùng trồng, tổ chức sản xuất, cơ cấu giống, kỹ thuật canh tác, ứng dụng công nghệ trong sản xuất, thu hoạch, bảo quản...

Tiếp tục hoàn thiện các cơ chế chính sách để thu hút đầu tư,



đẩy mạnh thực hiện có hiệu quả các chính sách khuyến khích, hỗ trợ xây dựng vùng nguyên liệu và nhân rộng các mô hình chuỗi liên kết giữa sản xuất và tiêu thụ sản phẩm.

Đối với Bộ Nội vụ, người đứng đầu Bộ Công Thương đề nghị nghiên cứu, hướng dẫn hiệp hội rà soát, sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện các điều lệ, quy chế hoạt động theo hướng cần phải có các quy định cần thiết để bảo đảm hiệp hội hoạt động đúng tôn chỉ, mục đích; các doanh nghiệp hội viên tuân thủ quy định của pháp luật và các quy chế, quy định.

Bộ trưởng Lê Minh Hoan nhấn mạnh việc các hội và hiệp hội cần phải thay đổi hoàn toàn tư duy, cách làm việc. Khi và chỉ khi doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng thay đổi từ tư duy mua bán sang tư duy liên kết, hợp tác, khi

đó, mới nâng cao sức mạnh của một ngành hàng, tăng được sức cạnh tranh của sản phẩm khi ra trường quốc tế.

Về vấn đề này, bà Thang Thị Hạnh - Vụ trưởng Vụ Tổ chức phi Chính phủ Bộ Nội vụ cho rằng, hiện nay, trong danh mục các hội, ngành hàng, Bộ Nội vụ cho phép thành lập 3 hiệp hội (lương thực, lúa gạo, rau quả). Góc độ quản lý, hội thuộc lĩnh vực nào sẽ chịu sự quản lý của Bộ chuyên ngành, do vậy các bộ có thẩm quyền với các hiệp hội đó.

“Các hiệp hội rà soát lại số lượng thành viên để tăng tính thực hiện văn hóa của hiệp hội. Bên cạnh đó, vai trò của hiệp hội cũng cần làm tốt vị thế của mình từ đó mới có thể kêu gọi được các doanh nghiệp tham gia hiệp hội”, bà Hạnh nói.

“Liệu các hiệp hội đã làm hết vai trò của mình chưa? Nếu hiệp hội chỉ là người cộng các con số xuất khẩu của doanh nghiệp thành viên thì đây không phải là chức năng của hiệp hội. Hiệp hội phải là người kết nối các doanh nghiệp”.

**Bộ trưởng NN&PTNN
Lê Minh Hoan.**





Kiến nghị không quy định đại lý thanh toán duy trì số dư tại ngân hàng

THÁI HÀ

VCCI kiến nghị không quy định bắt buộc đại lý thanh toán duy trì số dư tại ngân hàng để bảo đảm nghĩa vụ. Thay vào đó, cho phép các ngân hàng thoả thuận với đại lý về biện pháp kiểm soát rủi ro một cách linh hoạt, phù hợp với thực tế và nhu cầu của ngân hàng.



Theo các doanh nghiệp, quy định đại lý phải duy trì tài khoản thanh toán tại bên giao đại lý là không hợp lý.

Góp ý cho Dự thảo Thông tư quy định về hoạt động đại lý thanh toán (Dự thảo) do Bộ Tài chính soạn thảo, Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đưa ra một số kiến nghị trên cơ sở tổng hợp ý kiến từ doanh nghiệp thành viên.

Về duy trì số dư tại tài khoản thanh toán, Điều 7.4 Dự thảo yêu cầu bên đại lý là tổ chức khác phải duy trì tài khoản thanh toán tại bên giao đại lý để thực hiện nghiệp vụ giao đại lý trong phạm

vi số dư do bên giao đại lý và bên đại lý thỏa thuận.

Đồng thời, Điều 5.1.b Dự thảo quy định bên đại lý chỉ được thực hiện giao dịch cho khách hàng trong phạm vi số dư tài khoản thanh toán.

Theo VCCI, về bản chất, tài khoản thanh toán của bên đại lý là khoản tiền ký quỹ để bảo đảm nghĩa vụ với khách hàng, và số tiền ký quỹ có thể lên tới 200 triệu đồng - tương ứng với hạn

mức giao dịch tối đa mỗi ngày.

Theo phản ánh của doanh nghiệp, quy định này là chưa phù hợp bởi lẽ ngân hàng có trách nhiệm bảo đảm quyền lợi cho khách hàng trong mọi trường hợp, kể cả trường hợp bên đại lý có vi phạm (Điều 9.2 Dự thảo).

Ngân hàng có nhiều biện pháp kiểm soát rủi ro khác bên cạnh việc ký quỹ như bảo lãnh từ bên thứ ba, dùng tài sản khác để bảo đảm nghĩa vụ. Ngân hàng là một



tổ chức kinh tế nên có thể đánh giá và chấp nhận mức độ rủi ro nhất định để khuyến khích phát triển đại lý trong giai đoạn đầu, trong đó có tự quyết định về mức độ kiểm soát rủi ro thích hợp.

Ngoài ra, việc yêu cầu ký quỹ sẽ khó phát triển mạng lưới các đại lý nhỏ, đặc biệt là ở các địa bàn thu nhập thấp, phải ứng trước và duy trì số dư tài khoản trong khi lợi ích chưa rõ ràng.

Từ những lý do trên, VCCI đề nghị cơ quan soạn thảo không quy định bắt buộc đại lý duy trì số dư tại ngân hàng để bảo đảm nghĩa vụ. Thay vào đó, cho phép các ngân hàng thỏa thuận với đại lý về biện pháp kiểm soát rủi ro một cách linh hoạt,

phù hợp với thực tế và nhu cầu của ngân hàng.

Về phí đại lý, Điều 7.5 Dự thảo quy định mức phí mà ngân hàng thu của khách hàng thông qua bên đại lý không cao hơn mức phí mà ngân hàng cung ứng dịch vụ đang áp dụng. Theo phản ánh của doanh nghiệp, quy định này là không phù hợp.

Hiện nay, mức phí ngân hàng áp dụng đối với các giao dịch thanh toán rất thấp, trung bình 0,025 - 0,04%. Trong trường hợp hạn mức giao dịch không quá 200 triệu đồng/ngày như Dự thảo, tiền phí thu được của mỗi điểm đại lý sẽ không quá 50.000 - 80.000 đồng/ngày. Mức này là mức quá thấp để thu hút các tổ

chức, cá nhân tham gia hoạt động này khi phải đầu tư cơ sở vật chất và đáp ứng các điều kiện kinh doanh khác theo quy định.

Một tình huống khác là ngân hàng có thể thỏa thuận trả phí đại lý với mức cao hơn phí giao dịch thu được từ khách hàng, nhưng như vậy là ngân hàng bù lỗ cho hoạt động đại lý, dẫn đến mô hình hợp tác không thể ổn định và lâu dài.

Do vậy, để khuyến khích hoạt động đại lý và bảo đảm tính bền vững trong hoạt động kinh doanh, đề nghị cơ quan soạn thảo sửa đổi quy định theo hướng cho phép các ngân hàng và đại lý thỏa thuận mức phí dịch vụ phù hợp với điều kiện thực tế.

Chuyển đổi “kép” để tận dụng cơ hội kinh doanh mới

HẢI VÂN

Xu hướng chuyển đổi “kép”, tức chuyển đổi số đồng hành cùng chuyển đổi xanh, đang ngày càng được chú trọng. Tuy vậy, hiện chủ yếu diễn ra một cách riêng lẻ, chưa có tính đồng bộ, theo đó doanh nghiệp mất cơ hội kinh doanh, không mang lại lợi ích cho xã hội và môi trường.

Điều kiện tiên quyết để doanh nghiệp tồn tại

Việc chuyển đổi xanh và chuyển đổi số đã trở thành một xu hướng không thể phủ nhận. Tại Việt Nam, những nỗ lực chuyển đổi này không chỉ mang lại lợi ích cho môi trường và xã hội mà còn giúp doanh nghiệp nâng cao sức cạnh tranh và bền vững trong thời đại mới.

Tại hội thảo thúc đẩy chuyển đổi xanh và số hướng tới phát triển bền vững, mới đây tại Hà Nội, ông Nguyễn Hải Hùng - Phó giám đốc Trung tâm Hỗ trợ doanh nghiệp Hà Nội (Sở KH&ĐT Hà Nội) chia sẻ, những năm trở lại



đây, mục tiêu chuyển đổi số và chuyển đổi xanh đã trở thành sự ưu tiên của hầu hết các lãnh đạo doanh nghiệp và các Chính phủ.

Chuyển đổi số giúp doanh nghiệp tối ưu hóa quy trình sản xuất, kinh doanh, giảm thiểu chi phí và tăng cường khả năng cạnh tranh thông qua tự động hóa, phân tích dữ liệu và quản lý thông tin hiệu quả.

Trong khi đó, chuyển đổi xanh tập trung vào việc giảm thiểu ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường bằng cách sử dụng năng lượng tái tạo, áp dụng công nghệ sạch và phát triển sản phẩm thân thiện với môi trường.

Sự kết hợp giữa chuyển đổi số và xanh tạo ra một mô hình phát triển bền vững, cân bằng giữa tăng trưởng kinh tế, bảo vệ môi trường và nâng cao chất lượng cuộc sống. Hơn nữa, nó tăng cường khả năng thích ứng và chống chịu trước biến đổi khí hậu và các khủng hoảng khác, thông qua các hệ thống quản lý thông minh và công nghệ tiên tiến.

Ngoài ra, chuyển đổi này còn mở ra nhiều cơ hội mới trong việc phát triển các ngành công nghiệp và dịch vụ mới, tạo ra việc làm và thúc đẩy sáng tạo.

TS Nguyễn Xuân Thor - Cố vấn cấp cao DigiwinSoft nhấn mạnh,

chuyển đổi xanh và chuyển đổi số là điều kiện tiên quyết giúp doanh nghiệp có thể tồn tại.

“Với chuyển đổi xanh, nếu doanh nghiệp không thể thực hiện được điều này cũng sẽ rất khó để tham gia vào chuỗi cung ứng. Và một khi tham gia được rồi, kiểm soát được rồi thì doanh nghiệp sẽ có những chương trình bền vững, những giá trị bền vững, cũng như trở nên trách nhiệm hơn với xã hội”, ông Thơ nói.

Phải thay đổi nhận thức

Tuy nhiên, theo Phó giám đốc Trung tâm Hỗ trợ doanh nghiệp Hà Nội Nguyễn Hải Hùng, hai quá trình này hiện chủ yếu diễn ra một cách riêng lẻ, chưa có tính đồng bộ. Do vậy, thay vì chỉ tập trung vào mục tiêu số hóa, các doanh nghiệp cần chủ động tích hợp yếu tố bền vững trong chiến lược chuyển đổi số, để tận dụng cơ hội kinh doanh mới cũng như mang lại lợi ích cho xã hội và môi trường. Vấn đề này cũng đòi hỏi sự quan tâm và hỗ trợ mạnh mẽ từ phía Chính phủ và các tổ chức liên quan.

Với doanh nghiệp, TS Nguyễn Xuân Thơ khuyến nghị cần chuẩn hóa quy trình vận hành thông qua hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp (ERP) giúp quy hoạch và tăng tính minh bạch, nắm bắt thông số sản xuất tức thời qua công nghệ IoT. Việc tự động hóa dây chuyền sản xuất và thông minh hóa thiết bị sẽ nâng cao hiệu suất và chất lượng, đồng thời kiểm soát và cải thiện hiệu quả sử dụng thiết bị.

Ngoài ra, nắm bắt lượng phát thải, tiêu thụ năng lượng và triển



Ông Nguyễn Hải Hùng
Phó giám đốc Trung tâm
Hỗ trợ doanh nghiệp Hà Nội

khai quản lý năng lượng theo các tiêu chuẩn ISO là cần thiết để giảm phát thải và tiết kiệm năng lượng trong quá trình sản xuất, bảo đảm phát triển bền vững.

Cũng theo chuyên gia, để thúc đẩy hơn quá trình chuyển đổi xanh và chuyển đổi số, doanh nghiệp cần ý thức được rằng đây là tiêu chuẩn chung mà doanh nghiệp và lãnh đạo phải chuẩn bị, xây dựng cũng giống như quá trình họ xây dựng kế hoạch kinh doanh.

“Thực tế hiện nay đòi hỏi doanh nghiệp phải thực hiện song hành chuyển đổi số và chuyển đổi xanh. Đây cũng sẽ là khó khăn đòi hỏi doanh nghiệp phải thực hiện điều đó quyết liệt hơn”, ông Thơ nói.

Ông Đoàn Đức Thảo - Giám đốc phát triển kinh doanh và đối tác tại Siemens Digital Industries Software cho rằng, đích đến cuối cùng của chuyển đổi là giá trị, mang lại giá trị doanh thu, giảm chi phí cho doanh nghiệp cũng như mang lại lợi ích cho cộng đồng.

Do đó, trước hết, doanh nghiệp cần định vị doanh nghiệp thuộc đơn vị sản xuất hay đơn vị

thương mại... để từ đó có kế hoạch, chiến lược chuyển đổi như thế nào cho phù hợp. Lý do là khi tiến hành chuyển đổi, có rất nhiều thách thức liên quan đến thị trường, công nghệ, giải pháp mà doanh nghiệp có thể phải đối mặt.

Ông Đỗ Tiến Thịnh - Phó Giám đốc Trung tâm Đổi mới sáng tạo quốc gia (NIC) nhấn mạnh, sự vào cuộc của Chính phủ với tiến trình chuyển đổi “kép” này rất rõ ràng và tích cực. Trong đó, Bộ KH&ĐT là 1 trong những bộ được Chính phủ giao thực hiện một số nhiệm vụ quan trọng.

Tuy vậy, theo ông Thịnh, dù chuyển đổi số và chuyển đổi xanh là yêu cầu tất yếu nhưng không phải là điều gì đó quá lớn. Mọi doanh nghiệp đều có thể thực hiện ngay mà không cần phải cơ chế chính sách nào, vấn đề quan trọng là nhận thức.

“Đơn cử doanh nghiệp nên dùng đèn cảm ứng để tiết kiệm điện thay vì mắc nhiều đèn gây tốn điện không cần đến các mô hình hoành tráng, quan trọng nhất là nhận thức. Do đó, trong chính sách, cần đẩy mạnh truyền thông để thay đổi nhận thức”, ông Thịnh nêu.



Doanh nghiệp lúng túng khi phân loại hàng hoá chịu thuế giá trị gia tăng

BÍCH HÀ



Theo ghi nhận của VCCI, các doanh nghiệp gặp khá nhiều vướng mắc khi áp dụng chính sách giảm thuế giá trị gia tăng, chủ yếu xuất phát từ việc phân loại hàng hóa nào phải chịu thuế 10%, hàng hoá nào được giảm thuế xuống 8%.

Sau khi tham vấn một số doanh nghiệp và chuyên gia, Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đưa ra một số góp ý cho dự án Nghị quyết của Quốc hội về giảm thuế giá trị gia tăng (GTGT).

Theo VCCI, chính sách giảm thuế GTGT từ 10% xuống 8% được thực hiện trong thời gian qua mang lại nhiều tác động tích cực cho nền kinh tế Việt Nam. Trong bối cảnh nền kinh tế còn nhiều khó khăn, việc tiếp tục chính sách giảm thuế GTGT từ

tháng 7 đến cuối năm 2024 là hết sức cần thiết.

Mặc dù vậy, theo ghi nhận của VCCI, các doanh nghiệp gặp khá nhiều vướng mắc khi áp dụng chính sách này, chủ yếu xuất phát từ việc phân loại hàng hoá nào phải chịu thuế 10%, hàng hoá nào được giảm thuế xuống 8%.

Dù Chính phủ đã ban hành Nghị định 15 và Nghị định 44 hướng dẫn, nhưng quá trình triển khai vẫn còn nhiều lúng túng. Hai

ngị định được xây dựng dựa trên mã ngành kinh tế Việt Nam, trong khi văn bản này trước nay chủ yếu được sử dụng với mục đích thống kê chứ hiếm khi được coi là căn cứ để xác định quyền và nghĩa vụ của doanh nghiệp.

Việc cụ thể hoá các nhóm hàng hoá, dịch vụ rất khó khăn, đặc biệt là đối với những trường hợp không có pháp luật chuyên ngành. Đơn cử, nhóm hàng hóa viễn thông và công nghệ thông tin rất khó xác định do không có định nghĩa rõ ràng trong các văn bản pháp luật khác. Nhiều loại hàng hoá, dịch vụ khác cũng gặp vướng mắc phân loại như sản xuất sản phẩm từ kim loại đúc sẵn, sản xuất hoá chất cũng rất chung chung và khó phân loại.



Nhiều trường hợp doanh nghiệp tra cứu phụ lục của Nghị định 15 và 44 nhưng không dám khẳng định hàng hoá, dịch vụ của mình thuộc diện thuế suất 10% hay 8%.

Một số doanh nghiệp hỏi cơ quan thuế, cơ quan hải quan, Bộ Tài chính nhưng các cơ quan này cũng trả lời rất chung chung. Chẳng hạn như “Đề nghị công ty căn cứ Quyết định số 43/2018/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ, đối chiếu mã sản phẩm của hàng hóa, dịch vụ mà công ty cung cấp với mã sản phẩm của hàng hóa, dịch vụ tại Phụ lục I, II, III ban hành kèm theo Nghị định số 44/2023/NĐ-CP để thực hiện đúng theo quy định”.

Cũng theo VCCI, khó khăn trong việc xác định thuế suất 8% hay 10% gây nhiều chi phí xã hội và làm tăng rủi ro của hoạt động sản xuất kinh doanh. Nhiều doanh nghiệp phản ánh họ phải thuê thêm người làm kế toán để điều chỉnh hoá đơn và sổ sách cho đúng với mức thuế mới. Không ít doanh nghiệp phản ánh tình trạng đàm phán mua bán hàng hoá, thoả thuận xong hết với khách hàng về số lượng, chất lượng, giá cả nhưng không thống nhất về mức thuế 8% hay 10% nên không ký được hợp đồng.

Đã có trường hợp doanh nghiệp thực hiện các gói thầu xây lắp phát sinh tranh chấp với đối tác khi quyết toán chỉ vì hai bên có quan điểm khác nhau về mức thuế suất.

Với những lý do trên, VCCI đề nghị cơ quan soạn thảo cân nhắc phương án giảm thuế GTGT cho tất cả các loại hàng hoá, dịch vụ từ mức 10% xuống mức 8%.



Việc phân loại hàng hóa nào phải chịu thuế 10%, hàng hoá nào được giảm thuế xuống 8% gây lúng túng cho doanh nghiệp.

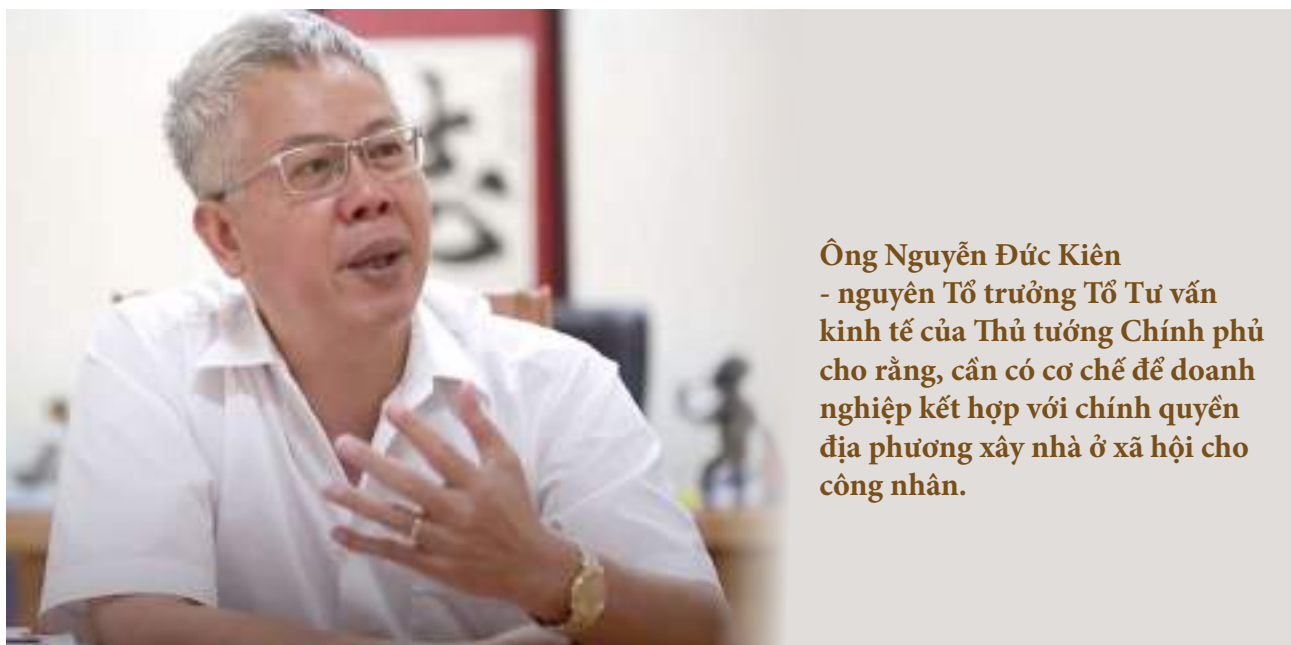


Giải pháp nào phát triển nhà ở xã hội cho công nhân?

HOÀI ANH



THỜI CUỘC & KINH DOANH



Ông Nguyễn Đức Kiên
- nguyên Tổ trưởng Tổ Tư vấn kinh tế của Thủ tướng Chính phủ cho rằng, cần có cơ chế để doanh nghiệp kết hợp với chính quyền địa phương xây nhà ở xã hội cho công nhân.

Theo ông Nguyễn Đức Kiên - nguyên Tổ trưởng Tổ Tư vấn kinh tế của Thủ tướng Chính phủ, có nhiều giải pháp phát triển nhà ở xã hội cho công nhân. Trong đó, rất cần sự quan tâm sâu của doanh nghiệp trong thực hiện chính sách an sinh xã hội, sự hỗ trợ về cơ sở hạ tầng của chính quyền địa phương và sự đi đầu của các doanh nghiệp tiên phong.

Chia sẻ với Tạp chí Thương hiệu Việt, ông Nguyễn Đức Kiên - nguyên Tổ trưởng Tổ Tư vấn kinh tế của Thủ tướng Chính phủ cho rằng, công nhân không thể đủ điều kiện để mua hoặc thuê nhà chung cư đang có giá quá cao. Cho công nhân thuê lại nhà xã hội đang là xu hướng hiện nay vì đáp ứng nhu cầu của phần lớn công nhân không có khoản tiền tiết kiệm nào hoặc không có được sự hỗ trợ của người thân trong gia đình.

Muốn triển khai hiệu quả Đề án “Đầu tư xây dựng ít nhất 1 triệu căn hộ nhà ở xã hội cho đối tượng thu nhập thấp, công nhân

khu công nghiệp giai đoạn 2021 - 2030” của Chính phủ, theo ông Kiên, cần thực thi nhiều giải pháp. Trong đó, rất cần sự quan tâm sâu của doanh nghiệp trong thực hiện chính sách an sinh xã hội, sự hỗ trợ về cơ sở hạ tầng của chính quyền địa phương và sự đi đầu của các doanh nghiệp tiên phong.

“Theo tôi, doanh nghiệp xây dựng nhà ở xã hội cho công nhân mua hoặc thuê phải là các doanh nghiệp công ích của chính quyền địa phương phối hợp với doanh nghiệp thực sự chú trọng chính sách an sinh xã hội cho công nhân của mình.

Làm sao để kết hợp hài hòa, doanh nghiệp muốn giữ chân được người lao động lành nghề thì doanh nghiệp đầu tư vào nhà ở. Chính quyền địa phương muốn mời chào được nhà đầu tư tốt thì phải đầu tư vào hạ tầng cơ sở và doanh nghiệp làm nhà ở xã hội trên tinh thần là không có lãi”, ông Kiên nhấn mạnh.

Bởi vì, các doanh nghiệp cùng chính quyền địa phương bỏ tiền ra xây chung cư vừa là chính sách an sinh xã hội, vừa là tạo điều kiện giữ chân công nhân, trực tiếp góp phần hiệu quả vào kết quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp và sự phát triển kinh tế địa phương.

Ví dụ, một doanh nghiệp điện tử xây nhà ở cho công nhân nhưng

lại đòi phải có lãi từ xây dựng thì không hợp lý. Doanh nghiệp cần chính quyền địa phương hỗ trợ về cơ sở hạ tầng (đường, trường, trạm) để thành khu dân cư hoàn chỉnh.

“Xây dựng nhà ở xã hội cho công nhân mới thu hút được lao động có tay nghề cao, có khả năng phát triển tay nghề với thời gian lâu dài. Công nhân có điều kiện nâng cao năng suất lao động, gắn bó với nhà máy, từ đó tạo ra được văn hóa doanh nghiệp.

Nếu doanh nghiệp đặt vấn đề lợi nhuận khi bỏ nguồn vốn, địa phương đặt vấn đề thu được bao nhiêu lợi ích sử dụng đất thì rất bất cập”, ông Kiên nói.

Một trong những giải pháp quan trọng trong việc thúc đẩy xây nhà ở xã hội cho công nhân, theo ông Kiên là cần sự gương mẫu đi đầu của các doanh nghiệp lớn - doanh nghiệp tiên phong. Tập đoàn Vingroup đang bắt đầu đăng ký với Chính phủ và các địa phương làm nhà xã hội (tại Hải Phòng, Thanh Hóa, Quảng Trị và Khánh Hòa)

Nhưng vấn đề ở đây là cần có cơ chế để doanh nghiệp kết hợp với chính quyền địa phương, tạo ra ưu đãi thực sự, doanh nghiệp như Vingroup phải có trách nhiệm đến cùng với khu nhà ở xã hội này. Nếu không làm được thì phải trả lại ưu đãi thuế dành cho doanh nghiệp khác đi sau làm nhà ở xã hội cho công nhân.



Xây dựng nhà ở xã hội cho công nhân cần sự gương mẫu đi đầu của các doanh nghiệp lớn.



Thị trường bất động sản khu công nghiệp hứa hẹn đà phát triển mạnh

HOA ANH

Dữ liệu nghiên cứu của VARS cho thấy, tính đến hết quý I/2024, cả nước có 418 khu công nghiệp đã thành lập tại 61/63 tỉnh, thành phố với tổng diện tích đất tự nhiên đạt khoảng 129,9 nghìn ha.

Tổng diện tích đất công nghiệp đạt khoảng 89,2 nghìn ha. Bao gồm 371 khu công nghiệp nằm ngoài các khu kinh tế, 39 khu công

Theo Hội môi giới bất động sản Việt Nam (VARs), thị trường bất động sản khu công nghiệp Việt Nam vẫn còn rất nhiều dư địa tăng trưởng trong tương lai. Thị trường này hứa hẹn sẽ tiếp tục duy trì đà phát triển mạnh mẽ và đóng vai trò then chốt trong nền kinh tế.

niệp nằm trong các khu kinh tế ven biển, 8 khu công nghiệp nằm trong các khu kinh tế cửa khẩu.

Các khu công nghiệp, khu kinh tế đã thu hút trên 10.400 dự án đầu tư trong nước và trên 11.200 dự án FDI còn hiệu lực. Tổng vốn đầu tư đăng ký tương ứng trên 2,54 triệu tỷ đồng và 231 tỷ USD. Vốn FDI trong khu công nghiệp, khu kinh tế chiếm khoảng 35 - 40% tổng



Giá thuê đất khu công nghiệp đang có xu thế tăng trên toàn quốc.

vốn FDI đăng ký tăng thêm của cả nước trong những năm gần đây.

Tính đến năm 2023, các khu công nghiệp, khu kinh tế trên địa bàn cả nước đã tạo việc làm cho khoảng 4,15 triệu lao động trực tiếp. Tỷ lệ lấp đầy và giá thuê duy trì tốc độ tăng trưởng ổn định.

Các khu công nghiệp đang hoạt động có tỷ lệ lấp đầy ước tính trên 75%. Trong đó các tỉnh trọng điểm phía Bắc đạt 82% và các tỉnh trọng điểm phía Nam đạt 92%.

Nhu cầu ở cao và đang trong xu hướng tăng đang đẩy giá thuê đất khu công nghiệp lên cao, với mức tăng ổn định từ 8-12% theo năm. Khu vực miền Bắc chứng kiến mức tăng giá mạnh nhất với giá thuê khu công nghiệp trung bình 135 USD/m²/chu kỳ thuê. Tại miền Nam, giá thuê trung bình 188 USD/m²/chu kỳ thuê.

Bên cạnh đó, nhu cầu kho bãi, nhà xưởng xây sẵn cho thuê cũng tiếp tục phát triển mạnh mẽ, chủ yếu đến từ ngành công nghiệp sản xuất; thương mại điện tử, máy móc, linh kiện điện tử. Bắc Ninh là địa phương có mức giá thuê kho xưởng tăng cao nhất, dao động từ 4,5 - 5,6 USD/m²/tháng, theo sau là Hải Phòng.

Từ những phân tích trên, VARS cho rằng, thị trường Việt Nam như “ngôi sao đang lên” của khu vực Đông Nam Á. Do vậy, bất động sản công nghiệp Việt Nam vẫn còn rất nhiều dư địa tăng trưởng trong tương lai, hứa hẹn sẽ tiếp tục duy trì đà phát triển mạnh mẽ và đóng vai trò then chốt trong nền kinh tế.

Cụ thể, sự phát triển của ngành logistics sẽ kéo theo nhu cầu về



kho bãi và trung tâm logistics gia tăng mạnh mẽ, đặc biệt khi thương mại điện tử bùng nổ. Các doanh nghiệp logistics trong và ngoài nước cũng đã và đang tích cực mở rộng quy mô và phạm vi hoạt động tại Việt Nam.

“Các “ông lớn” bất động sản khu công nghiệp cũng đã nhanh chóng đón đầu cơ hội bằng cách nghiên cứu phát triển các khu công nghiệp hiện đại, áp dụng công nghệ cao và tự động hóa vào sản xuất. Từ đó, nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, đồng thời giảm thiểu chi phí và tăng tính cạnh tranh trên thị trường quốc tế”, VARS nhận định.

Cũng theo VARS, dù thị trường bất động sản khu công nghiệp Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ với nhiều dư địa tăng trưởng, nhưng cũng đối diện với nhiều thách thức. Các khu vực kinh tế trọng điểm như TP Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai đang gặp khó khăn trong việc mở rộng quỹ đất công nghiệp do tình trạng đô thị hóa nhanh chóng và sự cạnh tranh cao về đất đai.

Cơ sở hạ tầng mặc dù đã có cải thiện nhưng vẫn chưa đáp ứng kịp tốc độ phát triển của các khu công nghiệp.

Cùng với đó là chính sách và thủ tục hành chính còn nhiều phức tạp, mất thời gian và chi phí, gây khó khăn cho các nhà đầu tư. Việt Nam vẫn thiếu hụt lao động trình độ cao, việc quản lý môi trường còn nhiều hạn chế, đặc biệt là tại các khu công nghiệp cũ và các khu vực phát triển nhanh.

Thị trường phải đối mặt với sức ép cạnh tranh từ các nước trong khu vực có các chính sách ưu đãi và hạ tầng phát triển tốt như Thái Lan, Indonesia và Malaysia. Rủi ro đầu tư khi chi phí đất đai và xây dựng đang tăng cao.

VARS khuyến nghị, Nhà nước cần tiếp tục đẩy mạnh đầu tư và nâng cấp hạ tầng giao thông, logistics, và các tiện ích công nghiệp để hỗ trợ sự phát triển của các khu công nghiệp. Tiếp tục cải cách thủ tục hành chính, tạo môi trường đầu tư thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp.

Đầu tư vào giáo dục và đào tạo nghề, đặc biệt trong các lĩnh vực công nghệ cao và tự động hóa, để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, tận dụng 15 năm còn lại của thời kỳ dân số vàng. Đồng thời, tạo ra các chính sách ưu đãi hấp dẫn và ổn định để thu hút đầu tư nước ngoài.





Gỡ vướng cho các dự án điện khí

THU HƯƠNG



THỜI CUỘC & KINH DOANH

Theo Bộ Công Thương, tính đến thời điểm hiện tại, hầu hết các dự án điện khí đang trong quá trình chuẩn bị đầu tư vẫn chưa có nhiều tiến triển, nhiều vướng mắc cần được khẩn trương tháo gỡ để bảo đảm tiến độ.



Bộ Công Thương họp với các địa phương, chủ đầu tư về các dự án nhiệt điện sử dụng khí thiên nhiên trong nước và khí LNG.

Mới đây, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên đã có buổi làm việc với các địa phương, chủ đầu tư về các dự án nhiệt điện sử dụng khí thiên nhiên trong nước và khí LNG.

Tại buổi làm việc, ông Tô Xuân Bảo - Cục trưởng Cục Điện lực và Năng lượng tái tạo cho biết, theo Quy hoạch điện VIII, tổng quy mô công suất các dự án nhà máy điện khí được đầu tư xây dựng và đưa vào vận hành đến năm 2030 là 30.424 MW. Trong đó, tổng công suất nhà máy điện khí sử dụng khí khai thác trong nước là 7.900 MW, tổng công suất nhà máy điện khí sử dụng LNG là 22.524 MW.

Cục trưởng Tô Xuân Bảo cho biết thêm, trên cơ sở nội dung cuộc

họp ngày 12/4 vừa qua và kết luận của Bộ trưởng tại Thông báo số 94 ngày 12/4, tính đến thời điểm hiện tại, hầu hết các dự án điện khí đang trong quá trình chuẩn bị đầu tư vẫn chưa có nhiều tiến triển. Đặc biệt là 3 dự án Cà Ná, Nghi Sơn, Quỳnh Lập với tổng công suất 4.500 MW vẫn chưa lựa chọn được nhà đầu tư.

Các dự án đang trong quá trình chuẩn bị đầu tư như Hải Lăng giai đoạn 1, Quảng Ninh vẫn chưa hoàn thiện FS theo ý kiến thẩm định của Cục Điện lực và Năng lượng tái tạo để trình lại Bộ Công Thương thẩm định. Dự án LNG Bạc Liêu, Hiệp Phước giai đoạn 1, Ô Môn 2 chưa hoàn thành công tác đàm phán PPA. Dự án Long An I và II chưa hoàn thành công tác điều chỉnh chủ

trương đầu tư, chưa phê duyệt FS. Với 2 dự án BOT Sơn Mỹ I, BOT Sơn Mỹ II, các chủ đầu tư vẫn chưa hoàn thiện FS theo quy định để đủ điều kiện phê duyệt.

Đối với dự án Nhà máy điện NT3&4, đã có tiến triển trong công tác thi công, đã hoàn thành công tác nhận điện ngược từ đường dây 220kV vào SPP 220kV Nhà máy điện NT3. Cùng đó, Tỉnh ủy và UBND tỉnh Đồng Nai đã tích cực chỉ đạo để giải quyết các tồn tại còn lại trong công tác thuê đất...

Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên nêu rõ, sau cuộc họp ngày 12/4 vừa qua, Bộ Công Thương đã có thông báo kết luận cuộc họp số 94/TB-BCT. Tuy nhiên, qua thông tin báo cáo của một số địa

phương cũng như quá trình theo dõi của các đơn vị chuyên môn của Bộ Công Thương, tình hình thực hiện các dự án điện khí chưa có nhiều thay đổi, ngoại trừ Dự án Nhà máy điện Nhơn Trạch 3 và 4.

Hiện nay 15 tỉnh, thành phố có dự án nhà máy nhiệt điện sử dụng khí thiên nhiên và khí LNG đang khẩn trương phối hợp để tháo gỡ vướng mắc, bảo đảm tiến độ.

Các vướng mắc chủ yếu liên quan đến việc đàm phán ký kết các hợp đồng, tiến độ giải phóng mặt bằng tại các địa phương. Một số địa phương chưa thể đàm phán, ký kết thỏa thuận đầu nối cho dự án do chưa xác định được chủ đầu tư các dự án đường dây truyền tải để giải tỏa công suất; các đề xuất ưu đãi, bảo đảm đầu tư của nhà đầu tư chưa phù hợp với quy định pháp luật hiện hành...

Ông Trịnh Minh Hoàng - Phó Chủ tịch UBND tỉnh Ninh Thuận cho biết, cùng với đơn vị tư vấn tỉnh đã thông qua hồ sơ đấu thầu, tuy nhiên còn một số nội dung vướng mắc. Đầu tháng 6/2024 tỉnh sẽ phát hành hồ sơ đấu thầu, ngoài ra tỉnh cũng đang tập trung chỉ đạo nhằm đạt được tiến độ đề ra. Hiện có 6 nhà thầu liên danh quan tâm dự án đang gửi hồ sơ đấu thầu.

Theo ông Nguyễn Văn Thi - Phó Chủ tịch UBND tỉnh Thanh Hóa, Thanh Hóa có dự án LNG Nghi Sơn với quy mô xây dựng 1 nhà máy điện LNG có công suất 1.500 MW; 1 bến cảng nhập khí LNG; đê chắn sóng dài khoảng 1km và các công trình hạ tầng phục vụ phục vụ cảng nhập LNG.



Một Nhà máy điện khí LNG.

Ông Nguyễn Văn Thi cam kết và cho biết, dự án Nhiệt điện LNG Nghi Sơn đi vào hoạt động sẽ góp phần bảo đảm an ninh năng lượng khu vực phía Bắc, hướng tới mục tiêu không phát thải ròng vào năm 2050 như cam kết của Việt Nam tại hội nghị COP26.

Để bảo đảm tiến độ dự án LNG Hải Lăng, Phó Chủ tịch UBND tỉnh Quảng Trị Hà Sỹ Đồng đề xuất, kiến nghị nhiều nội dung liên quan như: về thỏa thuận đầu nối dự án LNG Hải Lăng giai đoạn 1 vào hệ thống điện quốc gia, hợp đồng mua bán điện, chuyển ngang giá LNG sang giá điện, hợp đồng mua nhiên liệu LNG...

Các chủ đầu tư cũng khẳng định, sẽ đồng hành cùng địa phương tháo gỡ khó khăn, vướng mắc để bảo đảm tiến độ của các dự án điện khí.

Ông Nguyễn Anh Tuấn - Tổng Giám đốc EVN cho biết, liên quan đến đường dây truyền tải, EVN rất quan tâm đến tiến độ của các nhà máy điện khí. EVN đang nỗ lực đẩy mạnh tiến độ triển khai thực hiện các dự án đường dây truyền tải do EVN làm chủ đầu tư, bảo đảm đồng bộ

với tiến độ các dự án nguồn điện để kịp thời giải tỏa công suất cho các nhà máy điện.

Đại diện PVN cũng cho biết, hiện đơn vị đang khẩn trương triển khai thực hiện chuỗi dự án điện khí Lô B và các dự án điện Ô Môn III, Ô Môn IV; đang khẩn trương hoàn thiện, ký kết hợp đồng cho các dự án điện sử dụng khí Lô B. Cùng đó, PVN cũng đang tích cực đẩy nhanh tiến độ triển khai thực hiện các dự án điện, khí đã được giao làm chủ đầu tư để sớm đưa vào vận hành...

Tại buổi làm việc, Bộ trưởng Công Thương Nguyễn Hồng Diên nêu rõ, các dự án điện khí trong Quy hoạch điện VIII là nguồn năng lượng vô cùng quan trọng, không chỉ bảo đảm đủ tổng nguồn trong quy hoạch, mà còn là nguồn điện nền để huy động, khai thác nguồn năng lượng tái tạo như gió, mặt trời.

Do vậy, trong thẩm quyền của mình, Bộ Công Thương sẽ nỗ lực giải quyết vướng mắc, đồng thời kiến nghị Chính phủ, bộ, ngành xem xét tháo gỡ khó khăn, với quyết tâm cao nhất là bảo đảm tiến độ các dự án.



Cân bằng hoạt động chuyển đổi “kép” để phát triển bền vững

BẰNG LẺ



KINH TẾ SỐ



Bà Claudia Anselmi - Tổng giám đốc Công ty May và Nhuộm Hưng Yên, Phó Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp châu Âu tại Việt Nam (EuroCham).

Bắt buộc phải chuyển đổi “kép”

Tại tọa đàm “Đổi mới chính sách cho một châu Á - Thái Bình Dương xanh và cập nhật kỹ thuật số” trong khuôn khổ diễn đàn ACCA châu Á - Thái Bình Dương, cuối tháng 5 tại Hà Nội, bà Claudia Anselmi - Tổng giám đốc Công ty May và Nhuộm Hưng Yên, đồng thời là Phó Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp châu Âu tại Việt Nam (EuroCham) cho biết, khi thực hành ESG và các chiến lược phát triển bền vững, doanh nghiệp đối diện với không ít khó khăn, trong đó có 3 trở ngại chính.

Trở ngại thứ nhất liên quan tới kiến thức, sự hiểu biết. Thực tế nhiều doanh nghiệp thấy đây là vấn đề rất mới, không phải doanh

nh nghiệp nào cũng có nguồn lực và nhân sự có chuyên môn về vấn đề này.

Thứ hai, chi phí đầu tư ban đầu quá cao. Việc thực hành ESG đòi hỏi phải đầu tư vào máy móc, công nghệ, thiết bị năng lượng... Tất cả đều là các hệ thống phức tạp, đòi hỏi nhiều vốn, phải tính toán tỷ lệ hoàn vốn đầu tư, mất nhiều thời gian trước khi đi vào vận hành...

Thứ ba là tiếp cận nguồn vốn tài chính xanh. Tại Việt Nam, dòng vốn cho tín dụng xanh chỉ mới chiếm khoảng 4-5% vốn tín dụng toàn thị trường, đây là con số ở mức rất thấp. Điều này là thách thức thực tế với doanh nghiệp, bởi vốn chính là yếu tố tiên quyết với

Chuyển đổi “kép”, tức chuyển đổi xanh và chuyển đổi số, được coi là bắt buộc nếu doanh nghiệp, quốc gia muốn tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu. Tuy vậy, trong hoạt động xanh hóa và số hóa, chuyên gia khuyến nghị cần bảo đảm yếu tố cân bằng để phát triển bền vững.

các quyết định đầu tư - kinh doanh và phát triển của doanh nghiệp.

Dù đối mặt với nhiều trở ngại nhưng để cạnh tranh trong nền kinh tế toàn cầu trong bối cảnh sức ép cạnh tranh quá lớn, doanh nghiệp buộc phải chuyển đổi “xanh” và “số”.

Bên cạnh đó, để có vị trí nhất định trong chuỗi cung ứng, các tiêu chuẩn bền vững cũng là yếu tố phải thực tế. Đây là yêu cầu bắt buộc doanh nghiệp phải chuyển hướng tới quá trình chuyển đổi xanh và số.

“Nếu không làm như vậy, chúng tôi có nguy cơ phải ra khỏi thị trường”, bà Claudia Anselmi cho biết và nhấn mạnh việc tuân thủ

chiến lược bền vững ngay từ đầu giúp công ty có thể tuân thủ dễ dàng quy định của các thị trường như châu Âu.

Từ khóa “cân bằng”

Trong khi đó, ông Hu Jie - Giáo sư thực hành, Giám đốc Trung tâm Đổi mới FinTech (Nanjing), Giám đốc Trung tâm Đông Nam Á, Viện Tài chính tiên tiến Thượng Hải, nhấn mạnh đến sự cân bằng trong hoạt động xanh hóa và số hóa nền kinh tế.

Ông cho rằng, mỗi quốc gia phải cân bằng giữa các mục tiêu khác nhau, một bên là xanh hóa nền kinh tế, một bên là phát triển kinh tế.

“Các quốc gia hướng tới mục tiêu cao nhất là xanh hơn. Tuy nhiên cách tiếp cận khác nhau. Nếu cách đây 10 năm, chúng ta nói về ô nhiễm môi trường, về cạn kiệt tài nguyên thì hiện tại nhiều doanh nghiệp đã bắt đầu cảm thấy hối hận khi đánh đổi môi trường lấy tăng trưởng.

Đây là lý do việc cân bằng các yếu tố phát triển đòi hỏi không chỉ tập trung vào mục tiêu ngắn hạn mà phải có những phương thức phù hợp với tăng trưởng dài hạn. Mỗi quốc gia có những điều kiện, cân nhắc khác nhau và họ phải lựa chọn cách làm, lộ trình khác nhau để đạt được điểm cân bằng”, chuyên gia nhấn mạnh.

Ông Hu Jie cũng khuyến nghị việc quan tâm tới sự tương tác giữa yếu tố kinh tế số và tăng trưởng bền vững.

“Số hóa nếu không được quản lý thận trọng thì có thể gây nhiều tổn thương cho phát triển bền



Các diễn giả trao đổi tại phiên tọa đàm “Đổi mới chính sách cho một châu Á - Thái Bình Dương xanh và cập nhật kỹ thuật số”.



Toàn cảnh Diễn đàn ACCA châu Á - Thái Bình Dương 2024.

vững. Vậy nên phải phát triển công nghệ đi cùng với nguyên tắc về phát triển bền vững”.

Cùng quan điểm, bà Julia Tay - Lãnh đạo chính sách công cộng châu Á - Thái Bình Dương, EY cho rằng, có sự giao thoa giữa bền vững và công nghệ. Công nghệ, trí tuệ nhân tạo (AI) phục vụ tính bền vững và ngược lại.

“Cách đây 2-3 năm khi đại dịch COVID-19 diễn ra, các quốc gia đều tăng cường bảo vệ chủ quyền hơn, điều này phần nào ảnh hưởng tới cách thức chúng ta trao đổi, liên kết với nhau. Tại diễn đàn này có nhiều nhà lãnh đạo, đơn vị quản lý, tôi mong các nhà hoạch định chính sách sẽ đổi theo các bước đi trong chiến lược bền vững một cách sát sao”, bà Julia cho biết.

Theo bà Julia, với câu chuyện bền vững tại châu Á - Thái Bình

Dương, hiện tại phải áp dụng từ trên xuống, tức là chính sách được ban hành và doanh nghiệp tuân thủ, nguyên nhân bởi phạm vi và mức độ thực hiện còn đa dạng, nhiều bên liên quan cùng tham gia vào hệ thống, nên các nhà hoạch định chính sách phải là người đưa ra tiêu chuẩn và bước đi phù hợp với thời kỳ.

“Chẳng hạn, tại Singapore, các doanh nghiệp niêm yết có giai đoạn 2 năm để thực hiện yêu cầu báo cáo ESG. Trung Quốc cũng có giai đoạn thử nghiệm quản lý để doanh nghiệp có đủ thời gian và số liệu để thực hiện thu thập dữ liệu báo cáo. Một số quốc gia khác sử dụng các quy định liên quan tới thực hành để bám sát và thúc đẩy tuân thủ. Khi doanh nghiệp có định hướng và lộ trình thì họ có thể thực hiện một cách cuốn chiếu các tiêu chuẩn ESG”, bà Julia Tay chia sẻ.



5 xu hướng định hình tương lai xuất khẩu thương mại điện tử của Việt Nam

ĐỨC NGUYỄN

Amazon Global Selling mới đây đã công bố các xu hướng TMĐT xuyên biên giới nổi bật, định hình nền kinh tế xuất khẩu trực tuyến Việt Nam. Đồng thời, khởi động giai đoạn 2 của chương trình “TMĐT xuyên biên giới: Kỷ nguyên bút phá” hợp tác cùng Cục TMĐT và Kinh tế số (iDEA) - Bộ Công thương.

5 xu hướng phát triển

Qua 5 năm với nhiều chuyển biến, Amazon Global Selling tổng hợp và công bố 5 xu hướng phát triển quan trọng, đặt nền móng cho ngành xuất khẩu qua TMĐT sôi động, mở ra cơ hội tăng trưởng bền vững cho các doanh nghiệp Việt Nam:

Tăng tốc mở rộng kinh doanh toàn cầu: Các doanh nghiệp Việt Nam ngày càng mở rộng phạm vi kinh doanh quốc tế với số lượng sản phẩm bán ra trên Amazon tăng 300% trong 5 năm qua. Chỉ số tăng trưởng mạnh mẽ thể hiện sự linh hoạt, tinh thần chủ động vươn ra toàn cầu và sẵn sàng đa dạng hóa danh mục sản phẩm nhằm đáp ứng thị hiếu tiêu dùng quốc tế của các doanh nghiệp địa phương.

Năng lực xuất khẩu qua TMĐT của Việt Nam ngày càng tăng: TMĐT xuyên biên giới tại Việt Nam đang chứng kiến sự tăng trưởng ấn tượng với thành công của các DN từ Việt Nam. Cụ thể, số lượng doanh nghiệp Việt Nam đạt doanh số 1 triệu USD/



năm trên Amazon tăng vọt gấp 10 lần trong vòng 5 năm. Sự đột phá này phản ánh nỗ lực cất cánh toàn cầu mạnh mẽ của các doanh nghiệp địa phương, và củng cố vị thế của Việt Nam ngày càng tăng trong lĩnh vực xuất khẩu qua TMĐT.

Tăng cường xây dựng thương hiệu: Trong 5 năm, số lượng các đối tác bán hàng Việt Nam tham gia chương trình Đăng ký Thương hiệu (Brand Registry) của Amazon tăng gấp 35 lần. Đầu tư xây dựng thương hiệu quốc tế mạnh mẽ là một bước đi chiến lược, góp phần tăng cường sự trung thành của khách hàng, tăng tỉ lệ mua hàng lặp lại và sức mạnh định giá.

Sự tăng trưởng nhanh chóng của TMĐT xuyên biên giới của Việt Nam đã khiến các doanh nghiệp này tự tin và quyết tâm mở rộng quy mô hiện diện cho thương hiệu trên toàn cầu, nâng cao khả năng hiển thị trực tuyến và khả năng cạnh tranh trên toàn thế giới.

Tinh giản quá trình mở rộng và vận hành kinh doanh toàn cầu: Hiểu rõ tầm quan trọng của logistics trong tăng trưởng toàn cầu, các doanh nghiệp Việt Nam ngày càng sử dụng hiệu quả các công cụ hỗ trợ nhà bán hàng của Amazon để tinh giản khâu vận hành kinh doanh. Năm 2023, số lượng các đối tác bán hàng Việt Nam sử dụng Hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA) tăng hơn 300% so với năm 2019.

Thông qua FBA, các doanh nghiệp có thể giảm tải khâu vận hành, tập trung vào cải tiến sản phẩm, và làm thông suốt



Bà Nguyễn Thị Minh Huyền - Phó Cục trưởng Cục TMĐT và Kinh tế số (Bộ Công Thương).

quá trình xuất khẩu trực tuyến đề hướng đến nấc thang tăng trưởng cao hơn. Việc tận dụng giải pháp vận hành từ Amazon tạo điều kiện cho doanh nghiệp mở rộng hiện diện thương hiệu ra quốc tế một cách nhanh chóng, song song mang đến trải nghiệm mua sắm liền mạch cho khách hàng.

Đa dạng hóa danh mục sản phẩm: Dữ liệu trong 5 năm qua từ Amazon cho thấy danh mục sản phẩm có tỷ lệ tăng trưởng cao nhất từ các đối tác bán hàng Việt gồm: sức khỏe & chăm sóc cá nhân, nhà cửa, nhà bếp, may mặc và làm đẹp.

Xu hướng này phản ánh nỗ lực đổi mới không ngừng của các doanh nghiệp, liên tục mở rộng, đa dạng hóa danh mục sản phẩm, đáp ứng thị hiếu ngày càng tăng của khách hàng. Lấy khách hàng làm trọng tâm là cách tiếp cận tạo yếu tố cạnh tranh quan trọng cho

các doanh nghiệp Việt, cho thấy khả năng thích ứng linh hoạt để phát triển trên trường quốc tế, trở thành nhà cung ứng ngày một quan trọng trong TMĐT xuyên biên giới.

4 lĩnh vực trọng tâm

Theo Amazon Global Selling, TMĐT xuyên biên giới đang mở ra một kỷ nguyên mới cho thương mại toàn cầu, và là phương thức mới cho nhiều doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận khách hàng trên thế giới. Dù vậy, thực tế còn nhiều doanh nghiệp trong nước chưa thực sự sẵn sàng, thiếu nguồn lực và nhân lực phù hợp để bắt đầu chuyển đổi số và nắm bắt cơ hội kinh doanh mới.

Amazon Global Selling định hình tầm nhìn và lộ trình giúp các doanh nghiệp Việt Nam phát triển và khai thác tiềm năng xuất khẩu TMĐT. Kế hoạch này tập trung vào 4 lĩnh vực trọng tâm:



Ông Gijae Seong - Giám đốc điều hành Amazon Global Selling Việt Nam chia sẻ về 5 xu hướng phát triển quan trọng của xuất khẩu TMĐT Việt Nam.

Ươm mầm nguồn nhân lực TMĐT xuyên biên giới cho Việt Nam: Tăng cường các chương trình giáo dục và nâng cao kỹ năng kỹ thuật số để phát triển đội ngũ nhân lực và lãnh đạo cho ngành TMĐT xuyên biên giới.

Thúc đẩy mạng lưới nhà cung cấp dịch vụ TMĐT xuyên biên giới bằng cách mở rộng và tăng cường năng lực cho các nhà cung cấp dịch vụ trong ngành thuộc các lĩnh vực khác nhau để hỗ trợ nhiều doanh nghiệp trong nước hơn.

Kết nối & Tăng cường nội lực cho sản xuất địa phương bằng cách kết nối các đối tác bán hàng

và chủ sở hữu thương hiệu với các nhà sản xuất trên cả nước để mở rộng lựa chọn sản phẩm mới từ Việt Nam.

Quảng bá thương hiệu Việt Nam ra thế giới: Khuyến khích các doanh nghiệp xây dựng & phát triển thương hiệu, góp phần gia tăng giá trị của hàng Việt Nam trên thị trường toàn cầu.

Theo định hướng của kế hoạch này, Amazon Global Selling công bố giai đoạn 2 của chương trình “TMĐT xuyên biên giới: Kỷ nguyên đột phá”, hợp tác cùng Cục TMĐT và Kinh tế số (iDEA), thuộc Bộ Công Thương. Với nỗ lực mở rộng này, sáng

kiến “Liên kết Ngành nghề - Tăng trưởng cùng Thương mại Điện tử Xuyên biên giới” chính thức được công bố.

Qua đó, chương trình sẽ phối hợp với các hiệp hội ngành hàng quan trọng để cùng nhau thúc đẩy, tăng cường năng lực TMĐT xuyên biên giới cho các ngành hàng đầu tàu cho xuất khẩu, bao gồm việc tăng cường nhận thức, cung cấp thêm các nguồn tài nguyên đào tạo và hỗ trợ doanh nghiệp thành viên của các hiệp hội ngành hàng này phát triển và thành công với TMĐT toàn cầu.

Bà Nguyễn Thị Minh Huyền - Phó Cục trưởng, Cục TMĐT và Kinh tế số, Bộ Công Thương, cho biết: “Xuất khẩu trực tuyến đã mang đến cơ hội rộng mở trên toàn cầu cho các doanh nghiệp Việt Nam thuộc mọi quy mô. Để thúc đẩy TMĐT trở thành một trụ cột tiên phong của nền kinh tế số vào năm 2025, chính phủ đã thực hiện các chính sách chiến lược tích hợp các công nghệ tiên tiến của Cách mạng Công nghiệp 4.0. Điều này sẽ thúc đẩy hiệu quả trong các chu kỳ kinh doanh, hiện đại hóa hệ thống phân phối, tăng cường khả năng cạnh tranh và thúc đẩy tăng trưởng ở cả thị trường trong nước và xuất khẩu.

Kích hoạt giai đoạn 2 của chương trình ‘TMĐT xuyên biên giới: Kỷ nguyên đột phá’ đánh dấu cột mốc quan trọng trong nỗ lực không ngừng nghỉ của chúng tôi với Amazon Global Selling nhằm trao quyền cho hàng nghìn doanh nghiệp Việt Nam tăng cường chuyển đổi kỹ thuật số, tiếp cận xu hướng tiêu dùng toàn cầu, tận dụng các công cụ phù hợp và thành công trong việc xuất khẩu thông qua TMĐT”.

Nâng tầm kế toán viên bằng AI

THÙY LINH



Ông Pulkit Abrol - Giám đốc Hiệp hội Kế toán công chứng Anh quốc (ACCA) khu vực châu Á - Thái Bình Dương.

Việc phân tích, khai thác dữ liệu là một thách thức lớn với ngành kế toán, các kế toán viên cần nâng tầm bắt nhịp với công nghệ mới, trong đó có trí tuệ nhân tạo (AI), để có thể khai thác và hạch toán tốt hơn.

Theo Chỉ số Sẵn sàng Trí tuệ nhân tạo AI (AI Readiness Index) của Cisco năm 2023, chỉ 27% tổ chức tại Việt Nam sẵn sàng triển khai công nghệ AI. Điều này cho thấy nhiều doanh nghiệp

vẫn chưa đủ tự tin ứng dụng AI toàn diện và hoạt động sản xuất - kinh doanh.

Trong khi đó, theo giới chuyên gia, AI đóng vai trò quan trọng

trong việc nâng cao năng suất và hiệu quả vận hành, thúc đẩy sự phát triển của doanh nghiệp.

Ông Lê Hồng Quang - Phó Tổng giám đốc thường trực Công ty Cổ phần MISA (MISA) cho biết, ứng dụng AI nâng cao năng suất lao động vượt trội.

“AI có thể viết email nhanh hơn 36 lần, thiết kế ảnh thời trang nhanh hơn 24 lần và lập trình giao diện website nhanh hơn 10 lần so với con người. Những con số ấn tượng này cho thấy tiềm năng của AI, khẳng định đây chính là giải pháp công nghệ giúp doanh nghiệp tối ưu hóa thời gian, quy trình làm việc và gia tăng lợi thế cạnh tranh”, ông Quang nêu.

Ông Pulkit Abrol - Giám đốc Hiệp hội Kế toán công chứng Anh quốc - (ACCA) khu vực châu Á - Thái Bình Dương cho rằng, AI đang mang lại nhiều cơ hội, nếu sử dụng đúng AI có trách nhiệm và đạo đức có thể biến dữ liệu thành tiền và nhiều giá trị hơn.

“Khu vực ASEAN và châu Á - Thái Bình Dương sẵn có lượng



Ông Duleesha Kulasooriya - Giám đốc điều hành, Trung tâm Deloitte Edge, Đông Nam Á.

dữ liệu rất lớn. Các tuyên bố của hãng công nghệ lớn như Google, Amazon, Microsoft... đều cho thấy tầm quan trọng của dữ liệu và cơ hội tuyệt vời mà chúng mang lại. Ước tính có khoảng 500 tỷ USD đang nằm trong các giá trị dữ liệu mà chúng ta có thể khai thác”, ông Pulkit Abrol đánh giá.

Tuy vậy, theo chuyên gia, việc phân tích, khai thác dữ liệu là một thách thức lớn. Do đó, kế toán viên cần nâng tầm bắt nhịp với công nghệ mới để có thể khai thác và hạch toán tốt hơn.

Ông Pulkit Abrol cho hay, các mô hình AI có thể hỗ trợ ngành kế toán, kiểm toán trong việc tập hợp, phân tích dữ liệu lớn. Những mô hình dữ liệu mang tính phức tạp, những việc con người không làm được thì công nghệ có thể làm. Nếu sử dụng đúng AI có trách nhiệm và đạo đức, con người có thể khai thác sức mạnh chưa từng có từ công nghệ.

Kế toán có vai trò cực kỳ quan trọng trong việc thu thập và báo

cáo các dữ liệu, giải mã các tài liệu, báo cáo liên quan tới bền vững. Báo cáo bền vững nghe có vẻ đơn giản nhưng thực ra là rất phức tạp vì liên quan đến môi trường, phát thải mà những dữ liệu này chúng ta sử dụng để đánh giá tác động.

“Việt Nam đã đưa cam kết Net Zero, hơn bao giờ việc thu thập dữ liệu xanh và dữ liệu môi trường trở nên cấp thiết. Việc cần làm là phải thu thập dữ liệu về môi trường, phát triển nguồn vốn xanh, phát triển hạ tầng, và hơn bao giờ hết chúng ta phải cải thiện kỹ năng và năng lực hành nghề của các kế toán viên để thu thập được các thông tin, dữ liệu như thế. Trong bối cảnh phải đưa ra các báo cáo đạt tiêu chuẩn quốc tế, một lần nữa, câu chuyện dữ liệu lại trở lên quan trọng”, chuyên gia nhấn mạnh.

Theo ông Duleesha Kulasooriya - Giám đốc điều hành, Trung tâm Deloitte Edge Đông Nam Á, các xu hướng phát triển công nghệ số, công nghệ AI đang mang đến cơ hội cùng thách thức trong các

lĩnh vực, trong đó có tài chính, kiểm toán.

AI tạo sinh đang trong giai đoạn phát triển sơ khai nhưng đã có nhiều người sử dụng và dần thay thế con người trong nhiều công đoạn. Trong 3 - 5 năm tới nhiều thứ AI có thể làm được. Con người cần làm chủ, phân định rõ AI dẫn dắt mảng nào, con người mảng nào. Doanh nghiệp cần tận dụng cơ hội này để công nghệ hỗ trợ, làm những việc con người không thể làm, ví dụ việc tập hợp các dữ liệu lớn.

“Những năm gần đây Việt Nam có nhiều chính sách thúc đẩy phát triển công nghệ, công nghệ số và AI. Đây là điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp ứng dụng công nghệ vào phát triển sản xuất, kinh doanh”, chuyên gia nói.

Bà Helen Brand - Tổng Giám đốc điều hành ACCA cũng nhìn nhận, công nghệ AI không chỉ là thách thức mà là cơ hội để giúp những người làm kế toán, kiểm toán tạo ra nhiều giá trị hơn. Để khai thác và phân tích được dữ liệu đó, vai trò của kế toán viên vô cùng quan trọng. Do đó, các tổ chức công và tư có trách nhiệm cải thiện và nâng tầm kỹ năng cho đội ngũ kế toán viên đào tạo để họ bắt nhịp được với các công nghệ mới, có thể khai thác, hạch toán dữ liệu tốt hơn.

“Với tương lai có những thay đổi liên quan tới AI, một điều quan trọng đối với các cố vấn chuyên nghiệp là họ phải học cách tận dụng tối đa khả năng của AI, giống như cách họ đã ứng xử với các công nghệ khác trong suốt quá trình phát triển của ngành này”, Tổng Giám đốc điều hành ACCA nhấn mạnh.

DOANH NGHIỆP LOGISTICS

giảm chi phí, tăng đơn hàng nhờ ứng dụng công nghệ

HẢI VÂN



Ứng dụng công nghệ vào hoạt động logistics giúp các doanh nghiệp có thể giảm 14% chi phí giao hàng và tăng số lượng hàng giao trên mỗi xe lên 13%.

Nhiều lợi ích từ ứng dụng công nghệ

Chỉ số hiệu quả logistics (LPI) năm 2023 của Việt Nam đạt 3,3 điểm, đứng thứ 43/154 quốc

gia và vùng lãnh thổ, đứng thứ 5 trong các nước ASEAN, tốc độ tăng trưởng doanh thu dịch vụ khá cao, đạt 14 - 16%/năm với quy mô khoảng 40 - 42 tỷ USD/năm.

“Để đạt được kết quả này, không thể không kể đến vai trò của thương mại điện tử. Đây là một ngành có tác động tương hỗ với ngành dịch vụ logistics, góp phần quan trọng trong sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam”, ông Trần Thanh Hải - Phó Cục trưởng Cục Xuất nhập khẩu - Bộ Công Thương cho biết tại hội thảo “Ứng dụng công nghệ để phát triển ngành logistics và Thương mại điện tử hiện đại, bền vững” mới đây tại Hà Nội.

Cũng theo ông Hải, Việt Nam hiện đang là quốc gia có tỷ lệ người dân mua sắm thương mại điện tử cao nhất Đông Nam Á. Do vậy, dịch vụ logistics đáp ứng cho nhu cầu ngành thương mại điện tử luôn là cần thiết.

Một trong những nhiệm vụ nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển dịch vụ logistics Việt Nam đến năm 2025 theo Quyết định số 200 của Thủ tướng Chính phủ là “nghiên cứu, ứng dụng các công nghệ mới, tiến bộ kỹ thuật,





Ông Đinh Thanh Sơn - Phó Tổng giám đốc Tổng công ty Bưu chính Viettel.

công nghệ hiện đại trong quản lý, vận hành, đào tạo về chuỗi cung ứng nhằm đạt chất lượng dịch vụ logistics cao hơn”.

Theo Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, logistics là 1 trong 8 ngành cần được ưu tiên chuyển đổi số trước.

Việc ứng dụng công nghệ trong logistics và thương mại điện tử sẽ mang lại nhiều lợi ích. Nghiên cứu cho thấy, ứng dụng công nghệ vào hoạt động logistics giúp các doanh nghiệp có thể giảm 14% chi phí giao hàng và tăng số lượng hàng giao trên mỗi xe lên 13%.

Ngoài ra, những công nghệ đột phá cho phép các công ty và nhà cung cấp dịch vụ logistics tối ưu

hóa hơn nữa chi phí và tăng năng suất giao hàng bằng cách lập kế hoạch thông minh về tuyến đường để bảo đảm có nhiều lượt nhận và trả hàng.

Doanh nghiệp đối diện nhiều thách thức

Tuy nhiên, theo Phó cục trưởng cục Xuất nhập khẩu, việc ứng dụng công nghệ số trong doanh nghiệp logistics còn nhiều hạn chế về mặt công nghệ và bảo mật thông tin hay bảo mật thanh toán. Giải pháp công nghệ xử lý nghiệp vụ sau giao hàng như đổi trả, thu hồi, xử lý hàng cũng chưa được tổ chức, xây dựng và kiểm soát tốt.

Điều đó đặt ra thách thức cho Việt Nam là cần phải đầu tư mạnh mẽ hơn nữa để tận dụng nền tảng kỹ thuật số trong sản xuất và phân

phối hàng hóa, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của đất nước.

Ở góc độ doanh nghiệp, ông Đinh Thanh Sơn - Phó Tổng giám đốc Tổng công ty Bưu chính Viettel cho biết, mặc dù có nhiều điều kiện để phát triển, nhưng các doanh nghiệp logistics Việt Nam phải đối mặt với nhiều thách thức.

Trong đó, chính sách và văn bản pháp luật trong ngành logistics chưa được thực hiện một cách chi tiết và đồng nhất, gây ra sự mơ hồ và đôi khi xung đột trong thực thi.

Cơ sở hạ tầng giao thông vận tải chưa đồng bộ, không tạo ra hệ thống vận chuyển đa phương thức cần thiết, dẫn đến hạn chế trong trung chuyển hàng hóa giữa các phương thức vận tải.



Bà Lê Thị Hoài Thương - Quản lý Đối ngoại cấp cao, Nestlé Việt Nam.

Các doanh nghiệp logistics vẫn gặp khó khăn về quy mô hoạt động, vốn đầu tư, nguồn nhân lực, thiếu kinh nghiệm và chuyên nghiệp, gây ra sự khó khăn trong việc cạnh tranh và cung cấp dịch vụ hiệu quả.

Đa số lao động trong các doanh nghiệp nội địa chiếm tỷ lệ từ 93 - 95% những thiếu chuyên môn, không được đào tạo bài bản nên chủ yếu tham gia ở mức độ các chuỗi cung ứng nhỏ như giao nhận, quản lý kho và xử lý vận đơn...

Áp dụng công nghệ để đột phá

Theo ông Sơn, việc doanh nghiệp áp dụng tự động hoá logistics mang lại cơ hội nâng cao hiệu suất trong quá trình vận chuyển và quản lý hàng hoá. Tiết kiệm nguồn lực tài chính bởi loại bỏ

công việc thủ công. Dựa vào hệ thống tự động hoá không chỉ giảm thiểu sai sót mà còn giảm thiểu chi phí bảo trì và nâng cao tính hiệu quả, đáng tin cậy của quy trình.

Ngoài ra, ông Sơn khuyến nghị doanh nghiệp sử dụng robot và tự động hoá để mang lại sự linh hoạt cao hơn trong ngành logistics. Robot có thể được lập trình để thực hiện nhiều nhiệm vụ khác nhau, hoạt động suốt ngày đêm, cho phép thời gian làm việc nhanh hơn.

Bà Lê Thị Hoài Thương - Quản lý Đối ngoại cấp cao, Nestlé Việt Nam đánh giá, thúc đẩy phát triển bền vững và chuyển đổi số là xu hướng tất yếu và cần được thực hiện trong toàn chuỗi giá trị từ thượng nguồn - vận hành, sản xuất, logistics đến hạ nguồn chuỗi cung ứng.

Chuỗi cung ứng hiện đại và thông minh không chỉ là chuyển đổi số. Cần xây dựng chiến lược, lộ trình phát triển công nghệ rõ ràng, phát triển năng lực nhân viên để thích nghi với sự chuyển đổi, vận hành và duy trì hiệu quả chuỗi cung ứng.

Mục tiêu giảm phát thải cần được ưu tiên trong quá trình chuyển đổi, đặc biệt trong việc tối ưu hóa các nguồn lực.

“Cần có khung chính sách nhất quán, dài hạn, cùng với sự hợp tác của nhiều bên liên quan. Cần sớm có các cơ chế và hướng dẫn cụ thể để thúc đẩy việc sử dụng năng lượng xanh và phát triển các phương tiện vận tải sử dụng năng lượng xanh tại Việt Nam”, Quản lý Đối ngoại cấp cao, Nestlé Việt Nam kiến nghị.



Thị trường văn phòng phẩm: Cần chú trọng chuyển đổi số và sản phẩm “xanh”

CHI HOÀI



Gian hàng văn phòng phẩm được trưng bày tại VietOffice 2024.

Thị trường văn phòng phẩm tại Việt Nam được dự báo tăng trưởng “kép” trong những năm tới, với sự phát triển đa dạng các loại hình sản phẩm. Để bắt kịp với xu hướng thị trường, trong sự cạnh tranh mạnh mẽ sản phẩm ngoại, các doanh nghiệp sản xuất văn phòng phẩm cần chú trọng xu hướng chuyển đổi số và sản phẩm “xanh”.

Quy mô lớn và bức tranh tương phản của doanh nghiệp Việt

Là một lĩnh vực quen thuộc, văn phòng phẩm được định hình với những sản phẩm phục vụ cho học tập và công việc văn phòng hàng ngày... Tuy nhiên hiện nay, định nghĩa về văn phòng phẩm ngày

càng thay đổi và mở rộng để đáp ứng tối đa nhu cầu thực tế của thị trường.

Theo đó, ngoài những vật dụng văn phòng phẩm truyền thống, các thiết bị máy móc giá trị từ vừa đến cao cấp như máy in laser, máy photocopy, máy chiếu, máy

ép plastic... chuyên dùng trong các doanh nghiệp, cơ quan công sở trở thành trụ cột đưa doanh số ngành tăng trưởng mạnh mẽ.

Báo cáo của Công ty cổ phần Dữ liệu Kinh tế Việt Nam (Vietdata) cho thấy, quy mô thị trường văn phòng phẩm Việt Nam ước tính đạt 195,35 triệu USD năm 2022. Dự báo trong giai đoạn từ năm 2023 - 2029, quy mô thị trường cung ứng và văn phòng phẩm Việt Nam sẽ có tốc độ tăng trưởng “kép” hàng năm (CAGR) là 8,37%, đạt giá trị 316,41 triệu USD vào năm 2029.

Thị trường văn phòng phẩm ngày càng khẳng định sự sôi động khi lần đầu tiên, Triển lãm Quốc tế về Giải pháp văn phòng thông minh, thiết bị, máy và văn phòng phẩm (VietOffice 2024) đã được tổ chức tại Hà Nội vào ngày 22/5 vừa qua.

Sự kiện thu hút 150 gian hàng, 100 doanh nghiệp đến từ hơn 8 quốc gia và vùng lãnh thổ tham gia: Ấn Độ, Ba Lan, Hàn Quốc, Hồng Kông (Trung Quốc), Nhật Bản, Singapore, Trung Quốc, Việt Nam. Trong đó, có các

doanh nghiệp tiêu biểu như: Linc India, Sworld, Hyperwork, Phú Sơn; Bonsen Việt Nam; Song Hy; Ergolife; Thanh Chương; HP Vietnam; VPS Group; Silicom; Fujifilm Vietnam...

Triển lãm được các thương hiệu văn phòng phẩm trong và ngoài nước đánh giá cao, với kỳ vọng tạo cơ hội để doanh nghiệp giới thiệu cũng như lan tỏa thông điệp, thương hiệu của mình tới thị trường. Sự tham gia của nhiều doanh nghiệp quốc tế là cơ hội rất tốt để doanh nghiệp Việt thúc đẩy hoạt động xúc tiến, giao thương mở rộng thị trường.

Tuy nhiên, trong sự phát triển mạnh mẽ của thị trường văn phòng phẩm, bức tranh của doanh nghiệp Việt đang thể hiện sự tương phản khá rõ nét khi những “ông lớn” lợi nhuận cả trăm tỷ đồng mỗi năm và có doanh nghiệp lỗ mạnh dù doanh thu cao.

Theo Vietdata, Tập đoàn Thiên Long là một trong những công ty văn phòng phẩm số 1 tại Đông Nam Á và hàng đầu tại châu Á về sản xuất và kinh doanh hàng văn phòng phẩm. Doanh thu và lợi nhuận sau thuế của Thiên Long ghi nhận xu hướng thay đổi liên tục trong giai đoạn 2020 - 2022.

Cụ thể, năm 2020, doanh thu của thương hiệu đạt gần 1200 tỷ đồng. Con số này tăng 7% vào năm 2021 sau đó giảm 40% vào năm 2022, đạt gần 80 tỷ đồng. Vào quý IV/2023, Thiên Long hứng “cú đấm” khi nhu cầu yếu, lợi nhuận sụt giảm chỉ còn 28 tỷ đồng - giảm hơn một nửa so với quý trước đó.

Cũng theo Vietdata, năm 2022, doanh thu của Công ty CP giấy



Sản phẩm văn phòng phẩm theo xu hướng “xanh”, phát triển bền vững.

Vĩnh Tiến đạt gần 240 tỷ đồng. Con số này tăng 11% so với năm 2021 và tăng hơn 105% so với năm 2020, đạt hơn 700 tỷ đồng. Tuy nhiên, lợi nhuận sau thuế của Vĩnh Tiến có sự giảm mạnh trong năm 2022.

Cụ thể lợi nhuận của thương hiệu trong hai năm 2020 và 2021 dao động khoảng 750 triệu đồng. Con số này đã giảm 150% xuống mức lợi nhuận âm vào năm 2022, ghi nhận lỗ gần 400 triệu đồng.

Điều này cho thấy, thị trường văn phòng phẩm đang tạo triển vọng cho nhiều doanh nghiệp, nhưng cũng đang tạo nhiều sức ép buộc doanh nghiệp phải thay đổi mới có thể trụ vững và bứt phá.

Cần bắt kịp với thị trường bằng chuyển đổi số và sản phẩm “xanh”

Chứng kiến xu hướng đa dạng sản phẩm văn phòng tại VietOffice 2024, ông Nguyễn Văn Hiến - Giám đốc điều hành Công ty Cổ phần Nhất Vinh, nhà phân phối chính thức máy văn phòng Toshiba tại Việt Nam khuyến nghị, để đáp ứng với nhu cầu chuyển đổi số, các doanh nghiệp văn phòng phẩm cần chú trọng tới các sản phẩm theo xu hướng quan trọng này.

Đó là các thiết bị, máy văn phòng phục vụ cho quản lý in ấn của doanh nghiệp, cơ quan, đơn vị. Dòng sản phẩm theo xu hướng chuyển đổi số sẽ tạo cơ hội kinh doanh tốt hơn cho doanh nghiệp trong và ngoài nước.

Chia sẻ với Tạp chí Thương hiệu Việt, ông Nguyễn Tuấn Minh - Chủ tịch Hiệp hội Máy văn phòng Việt Nam (VOMA) bày tỏ mong muốn, thông qua các cuộc triển lãm như VietOffice 2024, VOMA mong muốn cộng đồng doanh nghiệp trong nước và quốc tế sẽ có điều kiện tìm hiểu thị trường, liên kết, đầu tư. Từ đó, cho ra những sản phẩm tốt - dịch vụ tốt - giải pháp tốt, đáp ứng nhu cầu chuyển đổi số ngày càng mạnh mẽ.

Bên cạnh đó, xu hướng sống xanh thể hiện sự văn minh, có trách nhiệm với xã hội đang được cộng đồng nhận thức và hưởng ứng bằng các hoạt động thiết thực. Các sản phẩm văn phòng phẩm cần hướng tới xu hướng “xanh”, phát triển bền vững.

Để đạt được tiêu chuẩn “xanh” cho sản phẩm của mình, doanh nghiệp không chỉ gặp nhiều khó khăn trong nghiên cứu mà còn cả trong góc độ kinh doanh. Bởi các đại lý ban đầu đều có tâm lý thận trọng khi tiếp nhận các sản phẩm mới, nhất là với sản phẩm thân thiện môi trường có mức giá cao hơn sản phẩm truyền thống.

Chiến lược phát triển “xanh” này đòi hỏi doanh nghiệp phải tìm cách thuyết phục các đại lý để đưa sản phẩm thân thiện môi trường dần thay thế một vài sản phẩm cũ chưa thân thiện. Đi kèm với đó là các chiến dịch quảng bá sản phẩm ra toàn xã hội.



“BÍ KÍP”

XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU THÀNH CÔNG cho doanh nghiệp nhỏ và vừa

DUY LONG



Không ngừng đổi mới sản phẩm, tận dụng lợi thế của sản phẩm địa phương, liên tục kể câu chuyện, hình ảnh thực tế gắn với những sản phẩm doanh nghiệp tạo ra được coi là những “bí kíp” giúp các doanh nghiệp nhỏ và vừa xây dựng và phát triển thương hiệu thành công.

Doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNNVV) ở Việt Nam hiện chiếm 96% tổng số doanh nghiệp, sử dụng 47% lực lượng lao động và đóng góp 36% giá trị gia tăng quốc gia. Loại hình DN này chiếm hơn 99% số DN ở Liên minh châu Âu và là xương sống của nền kinh tế EU-27.

Các DNNVV có thể nghĩ rằng xây dựng thương hiệu là chỉ dành cho những “ông lớn”, những thương hiệu quốc tế. Nhưng sự thật là, công ty dù lớn hay nhỏ, thậm chí siêu nhỏ, cần nghĩ đến việc xây dựng thương hiệu cho DN của mình.

Tiến sĩ Abel Alonso - Giảng viên cao cấp ngành kinh doanh quốc tế, Khoa Kinh doanh, Đại học RMIT Việt Nam đánh giá, DNNVV đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế và không ít doanh nghiệp đã thành công trong xây dựng, phát triển thương hiệu.

Thực tế cho thấy, rất nhiều DN mạnh về các hoạt động dịch vụ

hỗ trợ, bắt đầu từ DN gia đình. Ban đầu thay vì tập trung vào công nghệ, họ tập trung vào việc làm thế nào để bán được hàng, làm sao đáp ứng tốt nhu cầu khách hàng để có nhiều khách hàng trung thành.

DNNVV có thể thất bại sau 2 tháng đầu tiên, 5 năm đầu phải vật lộn để tồn tại. Điều này liên quan tới thương hiệu và việc tập trung vào phân khúc khách hàng nào mới là quan trọng.

Mô hình đổi mới sáng tạo mở cũng là điều DN cần lưu tâm. Nhiều DN có ý tưởng mới, vượt ra khỏi ranh giới để mở rộng mạng lưới của mình.

Chia sẻ câu chuyện xây dựng thương hiệu thành công của các DNNVV, TS Abel D. Alonso lấy dẫn chứng về Rawhide Custom. DN này có cơ sở ở Liverpool, Anh và chuyên về các sản phẩm da thủ công. Đặc điểm của DN là không dùng công nghệ nhưng sản phẩm độc đáo.

Ý thức được rằng DN nhỏ, nguồn lực hạn chế về nhân lực, tài chính, marketing, DN đã xây dựng thương hiệu thông qua việc ‘kể chuyện’ liên tục và tiếp xúc trên mạng xã hội. Trong đó, nhấn mạnh vào tính hữu ích của sản phẩm và giá trị tinh thần, tình cảm của chúng, cũng như tham dự các sự kiện và kết nối.

Chủ DN đã sử dụng những câu chuyện, hình ảnh thực tế gắn với những sản phẩm họ tạo ra, thậm chí kèm theo thư viết tay trong gói hàng gửi khách hàng. Theo đó, duy trì mối quan hệ bạn bè với khách hàng trong nhiều năm.

Từ việc tiếp xúc nhiều hơn, DN có nhiều đơn đặt hàng hơn, đơn hàng cao cấp hơn và có đơn hàng xuất khẩu.

“Việt Nam có nhiều DNNVV, có nhiều đồ thủ công mỹ nghệ... nên có thể dùng phương pháp marketing này để kể câu chuyện của mình trong xây dựng thương hiệu”, chuyên gia khuyến nghị.

Một DN khác, Hawkshead Relish Company, gồm 20 nhân viên, đã trải qua nhiều giai đoạn thăng trầm những năm 2000 do dịch lở mồm long móng nên họ đã chuyển hướng kinh doanh bằng các sản phẩm thủ công, sản xuất các loại mứt, nước sốt, gia vị.

Hoạt động tại một toà nhà di sản, xa xôi, DN phải dùng giải pháp tiếp xúc, marketing, truyền thông xã hội, du lịch, quan sát, học hỏi liên tục, phát triển sản phẩm liên tục. Họ tham gia vào các cuộc thi, từ đó dễ dàng học hỏi từ các DN khác, xem khách hàng cần gì, muốn gì, thị trường thay đổi ra sao...

Bài học từ DN này là xây dựng thương hiệu thông qua việc tiếp xúc liên tục tại các sự kiện, mạng xã hội, du lịch; quan sát, học hỏi, thử và có thể sai thông qua phát triển sản phẩm mới.

Câu chuyện 3 là ở DN Finca Hacienda La Mesa, Colombia

chuyên sản xuất cà phê... Từ việc kế thừa một nghề nông đang lụi tàn, DN này đã chuyển đổi hoạt động kinh doanh bằng cách tập trung vào phát triển và đa dạng hóa cà phê bền vững.

Trong bối cảnh hoạt động ở vùng xa xôi, dễ bị tổn thương trước sự thay đổi của giá cà phê, DN đã chủ động mời các nhà nhập khẩu cà phê đến, cải tiến chất lượng, tập trung vào sản xuất ngách, đồng thời kể chuyện về sản phẩm. Theo đó, DN có nguồn doanh thu thay thế, khả năng cạnh tranh cao hơn.

“Các DN hãy xây dựng thương hiệu bằng cách ‘nâng tầm’ sản phẩm, hình ảnh của trang trại và các sản phẩm, dịch vụ. Biết cách kể câu chuyện, tận dụng lợi thế, thế mạnh về sản phẩm địa phương sẽ tạo dựng được thương hiệu cho mình. Điều quan trọng không kém là chất lượng sản phẩm luôn luôn phải được bảo đảm”, TS Abel D. Alonso khuyến nghị.



Không ít doanh nghiệp nhỏ và vừa đã thành công trong xây dựng, phát triển thương hiệu.



Doanh nghiệp ứng dụng nền tảng số và những đột phá thành công

MINH KHÁNH



Ông Trần Minh Tuấn - Vụ trưởng Vụ Kinh tế số và Xã hội số (Bộ TT&TT).

Việc Rạng Đông, Sóc's House hay Phú Tường có những đột phá trong hoạt động sản xuất kinh doanh được coi là những ví dụ điển hình về việc áp dụng thành công nền tảng số.

Cương trình chuyển đổi số quốc gia, các chiến lược quốc gia về chuyển đổi số đã xác định nền tảng số là giải pháp đột phá giúp Việt Nam thúc đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số quốc gia. Giá trị lớn nhất mà nền tảng số mang lại so với hệ thống thông tin trước đây là khả năng kết nối nhiều bên, và khả năng sẵn sàng cung cấp dịch vụ ngay cho người dùng mới.

Tại diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam với chủ đề “Đẩy mạnh phát triển kinh tế xanh” mới đây tại Hà Nội, ông Trần Minh Tuấn - Vụ trưởng Vụ Kinh tế số và Xã hội số (Bộ TT&TT) cho rằng, trong chuyển đổi xanh, doanh nghiệp cần chuyển đổi số. Kinh tế số sẽ thúc đẩy những động lực, không

gian phát triển mới cho doanh nghiệp, góp phần thực hiện cam kết Net Zero.

Ông Tuấn đã đưa ra một số dẫn chứng trong nhiều lĩnh vực liên quan đến hiệu quả sản xuất từ áp dụng nền tảng số.

Trong lĩnh vực nông nghiệp, theo ông Tuấn, việc dùng phần mềm NextXfarm đã hỗ trợ rất đặc lực trong việc chuyển đổi số nông nghiệp, hỗ trợ bà con xử lý đầu ra, kết nối các trang trại đến với người tiêu dùng.

Hệ thống chăm phân dinh dưỡng tự động giúp bà con tự động hóa trong quá trình chăm bón cây trồng. Hệ thống quan trắc và điều khiển môi trường vi khí hậu

giúp người nông dân có thể kiểm soát được khí hậu tại trang trại, dễ dàng điều khiển xử lý kịp thời các trường hợp xảy ra sự cố tại trang trại, hạn chế rủi ro trong quá trình sản xuất.

Trong khi đó, hệ thống nhật ký điện tử giúp bà con số hóa quy trình sản xuất, quản lý toàn bộ quy trình sản xuất trên nền tảng số, dễ dàng nắm bắt tình trạng hiện tại của trang trại. Phần mềm quản lý bán hàng và chăm sóc khách hàng cho nông nghiệp hỗ trợ rất đặc lực trong việc chuyển đổi số nông nghiệp, hỗ trợ bà con xử lý đầu ra, kết nối các trang trại đến với người tiêu dùng.

Trong lĩnh vực du lịch, câu chuyện của Sóc's House (Măng

Đen) là ví dụ điển hình cho hiệu quả từ chuyển đổi số. Với việc áp dụng ezCloud, các phòng trống của Sóc's House được bán trên hơn 200 kênh đại lý du lịch, doanh nghiệp lữ hành trong và ngoài nước, tăng hiệu quả sử dụng lên tới 35%.

Với việc chuyển đổi số trong lĩnh vực logistics, hiện nay, chỉ cần 1 điểm dừng với 2 - 3 phút để hoàn thành, tương đương với Singapore. Trong khi đó, 1 lệnh giao nhận container có trung bình 11 điểm dừng, cần 6 - 8 giờ để hoàn thành.

Nêu ví dụ về áp dụng nhà máy thông minh, ông Tuấn nhắc đến Công ty Cổ phần Bóng đèn Phích nước Rạng Đông. Công ty này đã đi thẳng vào phân khúc sản phẩm “thông minh” nhờ những nghiên cứu công nghệ vật lý, sinh học nhúng trong sản phẩm, thông minh hóa dây chuyền sản xuất di sản cũ.

Cùng với đó, doanh nghiệp làm chủ, thiết kế, sáng tạo công nghệ

sản xuất bằng Make in Viet Nam. Kết hợp với các doanh nghiệp công nghệ số Việt như FPT, Viettel, VNPT... làm giàu hệ sinh thái Make in Vietnam.

“Rạng Đông là doanh nghiệp truyền thống với lịch sử phát triển trên 60 năm, tồn tại nhiều hệ thống máy móc thiết bị có nguồn gốc xuất xứ từ nhiều quốc gia khác nhau, nhiều thế hệ khác nhau. Việc tìm ra và ứng dụng giải pháp công nghệ để các hệ thống cũ có thể “nói chuyện với nhau” là một sáng kiến vừa tận dụng được thiết bị hiện có, vừa đáp ứng được yêu cầu chuyển đổi số của một nhà máy sản xuất thông minh.

Sản xuất thông minh không chỉ là phát triển, đầu tư hệ thống dây chuyền hiện đại, có thể kết nối online ngay, mà còn là sự số hóa các hệ thống, dây chuyền đang tồn tại. Điều này giúp tối ưu hóa chi phí, không làm xáo trộn mô hình đang vận hành quá mức cần thiết”, ông Tuấn nhìn nhận.

Theo ông Nguyễn Đăng Đức - Trợ lý Giám đốc Công ty TNHH Phú Tường, từ ngày lắp đặt hệ thống RETEX, các quy trình sản xuất ở xưởng được trơn tru hơn, nếu phát sinh lỗi hay bất kỳ vấn đề gì cần hỗ trợ đều được xử lý nhanh hơn. Đặc biệt, hệ thống này giúp quản lý tốt năng suất của mỗi dây chuyền cũng như nguyên liệu đầu vào, đầu ra.

Khác với các xưởng may thông thường, mỗi dây chuyền may ở công ty này được lắp thêm 1 máy tính bảng ở khu vực giữa dây chuyền và một tivi ở cuối dây chuyền hiển thị số lượng sản phẩm.

Với việc sử dụng hệ thống này, năng suất sản xuất tăng 32%, khối lượng công việc giảm 21%, giảm 21% chi phí không cần thiết, và cắt giảm 5% lãng phí vải.

Nhấn mạnh vai trò của công nghệ là chìa khóa để chuyển đổi xanh và chuyển đổi số, ông Chử Đức Hoàng - Chánh văn phòng Quỹ Đổi mới công nghệ quốc gia (Bộ KH&CN) cho rằng, Việt Nam cần đẩy mạnh đổi mới công nghệ và nâng cao năng lực đổi mới sáng tạo quốc gia để hiện thực hóa tầm nhìn. Cần có chiến lược quốc gia về phát triển kinh tế số, kinh tế xanh với mục tiêu, lộ trình và giải pháp cụ thể, đồng bộ.

Vai trò của doanh nghiệp, cơ sở nghiên cứu - đào tạo và người dân cần được phát huy tối đa. Doanh nghiệp cần đổi mới tư duy, đầu tư công nghệ, học hỏi kinh nghiệm để nâng cao năng lực cạnh tranh. Trường đại học, viện nghiên cứu cần đổi mới đào tạo, liên kết với doanh nghiệp, ươm mầm ý tưởng sáng tạo.



Ứng dụng các nền tảng số trong tiến trình chuyển đổi số giúp doanh nghiệp bứt phá.



Đổi mới sáng tạo để thích ứng, “trẻ hoá” thương hiệu già

THU MINH



THƯƠNG HIỆU

Hiện các startup có thể dùng nhiều ứng dụng, các kênh nào đó để xây dựng thương hiệu trong thời gian rất ngắn. Song, với các thương hiệu lâu đời, yêu cầu linh hoạt, đổi mới sáng tạo vẫn luôn cần thiết để đáp ứng nhu cầu của thị trường trong một thế giới đầy biến động như hiện nay.

Gười chuyên gia nhận định, việc doanh nghiệp thích ứng linh hoạt và liên tục đổi mới sáng tạo trong cách tiếp cận có thể giúp doanh nghiệp có những thành công vượt bậc, để lại dấu ấn về thương hiệu doanh nghiệp.

Thực tế cho thấy đã có nhiều thương hiệu doanh nghiệp truyền cảm hứng qua câu chuyện thích ứng, đổi mới sáng tạo để đáp ứng nhu cầu của thị trường, khách hàng trong bối cảnh thế giới biến đổi không ngừng.

Ông Thân Đức Việt - Tổng giám đốc Công ty May 10 chia sẻ, là đơn vị lâu đời nên doanh nghiệp xác định việc xây dựng thương hiệu là một quá trình lâu dài qua nhiều thế hệ.

Tuy nhiên, sau đại dịch COVID-19 và khủng hoảng năm 2023, thế giới luôn bất định, biến đổi, mơ hồ, doanh nghiệp buộc phải suy nghĩ làm thế nào để “đi bất biến, ứng vạn biến”. Tức là doanh nghiệp phải luôn linh hoạt, đổi mới sáng tạo trong cả công nghệ và con người để kịp thời thay đổi, đáp

ứng nhu cầu xuất khẩu tại hơn 60 quốc gia cầu, bảo đảm cho 13.000 công nhân luôn đủ việc làm.

Theo ông Việt, để xây dựng thương hiệu thành công, chất lượng sản phẩm tốt là chưa đủ, cách thức cung ứng sản phẩm linh hoạt, hợp lý ra thị trường và ứng xử linh hoạt với nhu cầu khách hàng đóng vai trò rất quan trọng.

Thương hiệu May 10 bán ở thị trường nội địa có từ năm 1992 của thế kỷ trước. Nhận thấy phân khúc khách hàng của May 10 đang bị “già hoá”, có sự bão hoà và cạnh tranh tương đối lớn đối với các doanh nghiệp trong nước, May 10 đã chuyển hướng bằng việc ra mắt dòng sản phẩm thời trang nữ cao cấp mang thương hiệu DeTheia vào tháng 10/2022. Một tháng sau đó, May 10 ra mắt thêm một thương hiệu nữa là Generous dành cho giới trẻ.

Đây cũng là hướng đi mới của doanh nghiệp trong xây dựng và phát triển thương hiệu song song với thành công của thương hiệu May 10 trong xây dựng thương hiệu thời trang nam vốn đã quen thuộc với khách hàng.

“Vì sao chúng tôi không đặt thương hiệu May 10 nữa vì thương hiệu May 10 ăn quá sâu và cũng rất khó thay đổi về yếu



May 10 đã “trẻ hoá” thương hiệu bằng việc ra mắt thương hiệu DeTheia dành cho nữ và Generous dành cho giới trẻ.



tổ mỹ thuật và thời trang trong chữ May 10. Do đó chúng tôi dùng DeTheia mang phong cách của Anh quốc và thương hiệu Generous mang thương hiệu quốc tế để xuất khẩu thương hiệu thay vì gia công xuất khẩu cho những nhãn hàng lớn trên thế giới. Đây là một bước bắt đầu xuất khẩu thương hiệu của người Việt đi nước ngoài thay vì gia công xuất khẩu như trước kia”, ông Việt chia sẻ.

Theo Tổng giám đốc May 10, các doanh nghiệp cần đổi mới trong khâu bán hàng, kênh phân phối. Việc mở các kênh bán hàng, phân phối có thể cần phải có tiềm lực tài chính nhưng khi cân đối và trong thời đại số, có thể áp dụng thương mại điện tử xuyên biên giới để phục vụ nhu cầu toàn cầu. Dù mới ra mắt đầu năm nay và chỉ với một cửa hàng nhưng DeTheia đã có hàng trăm đơn hàng xuất khẩu đi thị trường Trung Đông - thị trường rất cao cấp của thế giới.

Trong lĩnh vực nội thất, ông Lê Đức Nghĩa - Tổng Giám đốc Công ty CP Gỗ An Cường cho biết, An Cường luôn theo đuổi chiến lược “Top of mind” khi khách hàng nghĩ đến nội thất. Trong xây dựng thương hiệu, bên cạnh việc chú trọng chất lượng sản phẩm và dịch vụ, An Cường đặt sự phát triển công ty trong đổi mới và sáng tạo lên hàng đầu, nhấn mạnh yếu tố tiên phong, ứng xử linh hoạt trước thời cuộc.

Trong bối cảnh các thị trường khó tính ngày càng yêu cầu cao và chú trọng đến thực hành ESG (môi trường, xã hội, quản trị) từ lâu doanh nghiệp đã ý thức được tầm quan trọng của ESG và bắt tay vào thực hiện.



An Cường giành được đơn hàng từ các đối thủ lớn do đi trước nhiều doanh nghiệp khác trong việc triển khai ESG.

“ESG là công cụ hoà nhập thị trường quốc tế hiệu quả. Doanh nghiệp đã giành được đơn hàng rất lớn từ các đối thủ đến từ Thái Lan, Malaysia vì họ không có ESG, họ chủ quan nên chưa làm. Việc chủ động thực hiện ESG ngay từ đầu đã giúp doanh nghiệp dễ dàng đạt yêu cầu của nhà đầu tư, khách hàng và thị trường khó tính”, ông Nghĩa nói.

Theo ông Nghĩa, hiện nhiều doanh nghiệp Việt Nam vẫn chưa hiểu ESG là gì. ESG không phải là chứng chỉ ISO, ESG không chỉ yêu cầu làm tốt vấn đề quản trị mà cần bảo đảm tiêu chí về môi trường và xã hội. Trong khi đó, cả ba yếu tố này đều được An Cường chú trọng từ lâu trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Theo đó, doanh nghiệp vượt qua được yêu cầu khắt khe của nhà đầu tư nước ngoài, đáp ứng tốt nhu cầu của những thị trường khó tính.

Theo giới chuyên gia, sự đổi mới sáng tạo có thể đến từ những điều đơn giản, nhiều người bỏ qua. Ít ai biết rằng IKEA - thương hiệu đồ gia dụng, nội thất của Thụy Điển đã trở thành đề chế hùng mạnh toàn cầu lại bắt đầu từ thay đổi rất nhỏ.

Sơ khởi là công ty tại nhà, giao hàng qua bưu điện, không có bất kỳ một cửa hàng nào và bán bất cứ món hàng nào có thể thu hút được khách hàng như bút bi, bút chì, đồng hồ đeo tay, trang sức... Từ việc quan sát thấy các cửa hàng khó khăn trong việc lấy hàng ở trên cao cho khách, chủ cửa hàng IKEA đã nghĩ cách để có thể vận chuyển được hàng hóa cho khách hàng một cách tiết kiệm và đơn giản hơn.

Ông cải thiện cửa hàng của mình bằng việc bày tất cả món hàng lên trên kệ để khách tự chọn, đồ nội thất được đóng gói gọn gàng để dễ vận chuyển, khách hàng có thể tự lắp ráp khi về đến nhà. Và đến nay, doanh nghiệp này đã trở thành thương hiệu đồ gia dụng, nội thất lớn nhất thế giới, được nhiều người biết tới và tin dùng.

3 ví dụ trên chỉ là số ít liên quan đến câu chuyện về đổi mới sáng tạo, sự ứng phó linh hoạt để đáp ứng thị hiếu người tiêu dùng và phát triển bền vững. Việc xây dựng thương hiệu của họ đã, đang và sẽ là nguồn cảm hứng cho những thế hệ sau, đồng thời cũng là câu nói quan trọng với khách hàng trong và ngoài nước.



Để cây sầu riêng giữ vững “ngôi vương”

HÒA MINH

Sầu riêng đang tăng trưởng nóng, phát triển ngoạn mục để trở thành “vua của các loại trái cây”. Đến hết tháng 4/2024, cả nước có hơn 151.000ha sầu riêng và con số này sẽ tiếp tục tăng lên trong thời gian tới. Giải pháp phát triển bền vững cây sầu riêng hiện đang là vấn đề được các cấp ngành, người dân đặc biệt quan tâm.

Trong hơn 3 năm, diện tích sầu riêng tăng gấp đôi

Theo số liệu của Cục Trồng trọt (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn) cho biết, năm 2020, tổng diện tích sầu riêng cả nước chỉ hơn 71.000ha thì tính đến hết tháng 4/2024, diện tích sầu riêng đã lên tới khoảng 151.000ha, trong đó có khoảng 76.000ha đang cho thu hoạch. Cây sầu riêng tập trung nhiều nhất ở khu vực Tây Nguyên, Đồng bằng sông Cửu Long, Đông Nam Bộ và một số ít ở các tỉnh Duyên hải Nam Trung Bộ.

Còn theo Hiệp hội Rau quả Việt Nam (Vinafruit), trong 10



Vườn sầu riêng đang vào vụ thu hoạch ở Đồng bằng sông Cửu Long.

tháng đầu năm 2023, xuất khẩu sầu riêng tăng cao kỷ lục, đạt gần 2,1 tỷ USD, dẫn đầu trong nhóm rau quả xuất khẩu của Việt Nam, chiếm tỷ trọng 51%. Hiện sầu riêng Việt Nam xuất khẩu chủ yếu là hàng tươi đi khoảng 10 nước trên thế giới. Trong đó, thị trường Trung Quốc chiếm đến 97%, đạt gần 1,9 tỷ USD.

Cũng theo Vinafruit, trong 4 tháng đầu năm 2024, xuất khẩu rau quả của Việt Nam đạt khoảng 1,804 tỷ USD, tăng 32,1% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, sầu riêng vẫn giữ “ngôi vương” với kim ngạch hơn 500 triệu USD, tăng khoảng 30%.

Không lo thị trường chỉ lo chất lượng

Theo nhiều chuyên gia, dù diện tích tăng nóng, nhưng sự phát triển của ngành hàng sầu riêng vẫn rất lạc quan, ít nhất trong 5 đến 10 năm tới.

Với ông Đặng Phúc Nguyên - Tổng thư ký Vinafruit còn lạc quan hơn và cho rằng, trong 10 đến 20 năm tới, sầu riêng Việt Nam vẫn “sống khỏe”, bởi Trung Quốc chưa trồng được loại cây này. Trong khi sức ép cạnh tranh từ các thị trường khác như Thái Lan, Malaysia... không đủ lớn, các nước này chỉ thu hoạch trong thời gian từ tháng 5 đến tháng 10, còn Việt Nam thì có sầu riêng quanh năm.

Nhận định đến năm 2025, Trung Quốc là thị trường tiêu thụ lớn nhất thế giới với quy mô đạt khoảng 20 tỷ USD và hiện “chiếc bánh” này đang được 4 nước chia phần gồm Thái Lan, Việt Nam, Malaysia và Philippines. Trong đó, Việt Nam có nhiều ưu thế hơn.

Trung Quốc đang nhập khẩu số lượng lớn sầu riêng với hàng tỷ USD nhưng chỉ mới có khoảng 10% dân Trung Quốc được ăn sầu riêng vì giá còn đắt đỏ. Trong 10 năm tới Trung Quốc vẫn là thị

trường tiêu thụ sầu riêng lớn nhất thế giới với quy mô đạt khoảng 25 tỷ USD vào năm 2025.

Thực tế đã cho thấy, năm 2023, xuất khẩu sầu riêng sang Trung Quốc tăng 1.036% về giá trị và tăng 1.107% về lượng so với năm 2022. Thị phần sầu riêng Việt Nam năm 2022 tại Trung Quốc chỉ 5%, năm 2023 tăng lên gần 35%.

Tuy nhiên, sầu riêng Việt Nam mới chỉ được xuất dưới dạng sầu riêng tươi nếu được cả sầu riêng đông lạnh và chế biến nữa thì giá trị xuất khẩu sẽ tăng lên rất nhiều.

Sầu riêng mang lại thu nhập cao cho người nông dân, làm tăng sản lượng xuất khẩu rau quả của Việt Nam và trở thành vua của các loại trái cây. Thế nhưng, chúng ta cùng đừng quá lạc quan, chạy theo số lượng, đua theo lợi nhuận mà quên đi chất lượng và đảm bảo cho sự phát triển bền vững.

Bài học từ nhiều loại trái cây khác và điệp khúc “trúng mùa mất giá”, dẫn đến thua lỗ, phải giải cứu trái cây vẫn còn hiển hiện.

Vì vậy, xây dựng chuỗi giá trị ngành hàng sầu riêng, bảo đảm chất lượng sản phẩm đa dạng hóa ngành hàng được xem là một trong những giải pháp phát triển bền vững ngành hàng sầu riêng.

Sự kiện 30 lô hàng sầu riêng Việt Nam xuất sang Trung Quốc bị tổng cục hải quan nước này cảnh báo về việc nhiễm kim loại nặng cadimi vượt giới hạn là hồi chuông báo động về chất lượng xuất khẩu, đòi hỏi ngành chức năng vào cuộc tìm hiểu nguyên nhân, có giải pháp khắc phục ngay tránh để hậu quả xảy ra.



Sầu riêng Ri 6 cơm vàng, hạt lép, múi to của nhà vườn Phong Điền, thành phố Cần Thơ.

Mới đây, ngành chức năng ở thành phố Cần Thơ cũng có cảnh báo người trồng sầu riêng, các thương lái về tình trạng mua bán sầu riêng non, không bảo đảm chất lượng để đưa đi xuất khẩu.

Còn ở tỉnh Tiền Giang hiện có khoảng 22.000ha sầu riêng, trong đó có gần 15.000ha đang cho trái. Đến nay, Tiền Giang đã có 115 vườn sầu riêng được cấp mã số vùng trồng, 66 cơ sở thu mua được cấp số cơ sở đồng gói.

Việc 4 doanh nghiệp (DN) xuất khẩu sầu riêng của tỉnh này bị phía Trung Quốc trả về do vi phạm kim loại nặng cadimi vượt mức quy định là hồi chuông cảnh báo để nhà vườn, DN và cơ quan chức năng địa phương phải chấn chỉnh để giữ chất lượng, thương hiệu. Vì vậy, để khắc phục tình trạng trên, DN cần kiểm tra, test nhanh có kết quả đạt chất lượng mới cho xuất khẩu.

“Thực hiện chỉ đạo của Cục Bảo vệ thực vật (Bộ NN&PTNT) các cơ quan chức năng tỉnh Tiền Giang đã làm việc với 4 DN có liên quan, truy xuất nguồn gốc, lấy mẫu nước, đất tại vùng nguyên liệu để phân tích. Qua phân tích chưa phát hiện nhiễm cadimi, chúng tôi đã gửi kết quả

đến Cục Bảo vệ thực vật”, ông Võ Văn Men - Chi cục trưởng Chi cục Trồng trọt và Bảo vệ thực vật tỉnh Tiền Giang cho biết.

Cùng với đó, ngành chức năng tỉnh Tiền Giang tăng cường kiểm tra yêu cầu các nhà vườn không sử dụng các loại thuốc cấm để “kích” trái chín đều hoặc diệt nấm mốc. Các nhà vườn không nên ép, cắt sầu riêng non không bảo đảm chất lượng xuất khẩu.

Tiến sĩ Nguyễn Văn Phong - Trưởng Bộ môn Công nghệ sau thu hoạch - Viện Cây ăn quả miền Nam cho biết, các điểm đóng hàng sầu riêng xuất khẩu cần cải tiến quy trình xử lý sau thu hoạch. Phải xử lý đầy đủ các công đoạn qua những hệ thống rửa làm sạch bề mặt. Các thuốc diệt nấm xử lý sau thu hoạch phải được đăng ký cho phép sử dụng, những hóa chất trôi nổi chưa đăng ký với ngành chức năng thì không nên dùng.

Thực tế thời gian qua, do việc tranh mua tranh bán khi giá sầu riêng tăng cao, thương lái thiếu hàng nên thu gom không phân loại sầu riêng đạt, chưa đạt. Nhà vườn thì chạy theo lợi nhuận, tranh thủ lúc hàng khan hiếm, ép vừa mua sầu riêng thu gom hàng xấu, non. Tình trạng “bẻ kèo” cũng diễn ra khiến chuỗi cung ứng ở nhiều nơi bị đứt gãy. DN gặp khó trong thu mua hàng xuất khẩu có chất lượng.

Các chuyên gia cho rằng, dù thị trường Trung Quốc là rất lớn nhưng sầu riêng xuất phải bảo đảm chất lượng, nếu không giữ được chữ tín, xuất hàng kém chất lượng thì hậu quả sẽ rất lớn, nhất là trong bối cảnh diện tích và sản lượng sầu riêng tăng nóng tăng nóng theo hàng năm.





Các yếu tố doanh nghiệp lớn luôn cần ở nhân sự trình độ cao “thời 4.0”

VÂN ANH



Ông Hoàng Nam Tiến - Phó Chủ tịch Hội đồng trường Đại học FPT.

Tới năm 2030, hơn 40% lao động sẽ bị ảnh hưởng bởi AI (trí tuệ nhân tạo). 66% lãnh đạo sẽ không tuyển những người không có năng lực về AI, theo báo cáo của Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF).

Mới đây, Viện Quản trị và Công nghệ FSB đã tổ chức tọa đàm “Xu hướng lao động tương lai - Cơ hội cho ai?”, nhằm mục đích kết nối các nhà lãnh đạo, chuyên gia và những người trẻ cùng trao đổi kiến thức, chia sẻ kinh nghiệm và thảo luận những giải pháp sáng tạo để đón đầu cơ hội trong bối cảnh mới.

Tại tọa đàm, ông Hoàng Nam Tiến - Phó Chủ tịch Hội đồng trường, trường Đại học FPT cho biết, thay vì định luật Moore, hiện tại mọi người hay nhắc tới định luật Huang (của Huang Jensen, Chủ tịch Nvidia): Dữ liệu của các hệ thống AI cứ 6 tháng tăng gấp 4 lần, 1 năm tăng 16 lần, 1,5 năm tăng 64 lần, 2 năm tăng 128 lần.

Hiện Chat GPT 4.0 có lượng dữ liệu khoảng nghìn tỷ parameter (đơn vị đo thông tin). Về kiến thức, các hệ thống ChatGPT hoặc Google IO bây giờ đã vượt xa con người. Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF) dự báo tại Diễn đàn Kinh tế thế giới hồi tháng 1/2024, tới năm 2030, hơn 40% lao động sẽ bị ảnh hưởng bởi AI.

Theo báo cáo mới nhất ở Mỹ (Work Trend Index Report,

tháng 5/2024): 75% người đi làm đã dùng AI trong công việc; 46% mới dùng AI trong 6 tháng vừa qua; 66% lãnh đạo sẽ không tuyển những người không có năng lực về AI.

Các chuyên gia khuyến nghị, những năng lực nhân sự cần có giai đoạn 2024 - 2030 sẽ là: tư duy sáng tạo; tư duy dữ liệu; linh hoạt thích ứng; học tập suốt đời; lắng nghe hiệu quả; tư duy hệ thống; AI - Big Data; tư duy lãnh đạo..., hãy biến AI thành công cụ phục vụ cho công việc cho mình.

Cũng tại tọa đàm, TS Trần Quang Huy - Trưởng ban Đào tạo tại Viện Quản trị và Công nghệ FSB nhận định, câu chuyện phát triển nghề nghiệp trong xu hướng công nghệ ngày nay có nhiều khác biệt so với trước. Các doanh nghiệp đòi hỏi cao về năng lực số.

UNESCO định nghĩa, năng lực số là khả năng truy cập, quản trị, thấu hiểu, kết hợp, giao tiếp, đánh giá và sáng tạo thông tin một cách an toàn và phù hợp thông qua công nghệ số để phục vụ cho thị trường lao động phổ thông, các công việc cao cấp và khởi nghiệp kinh doanh.



“Rất nhiều doanh nghiệp hiện nay đã xây Khung năng lực số. Bộ Giáo dục và Đào tạo đang xây dựng và chuẩn bị ban hành Thông tư về Khung năng lực số để dành cho đào tạo học sinh, sinh viên. Bộ Thông tin và Truyền thông cũng chuẩn bị ban hành Khung năng lực số. Các doanh nghiệp và từng cá nhân không nên chờ những văn bản đó, tự chúng ta phải xác định những việc cần làm để chuẩn bị trước. Nếu không có mục tiêu nghề nghiệp rõ ràng thì sẽ thất bại”, TS Huy chia sẻ.

Theo Mô hình lý thuyết cây nghề nghiệp của Phoenix Ho năm 2011, ai đi làm cũng mong muốn nhiều điều: Công ty nổi tiếng, lương cao, công việc ổn định, được nhiều người tôn trọng, môi trường làm việc tốt...

Nhưng để có “trái ngọt” như thế, thì cần phải có nhiều yếu tố “gốc rễ” như: Có năng lực trong công việc, có những giá trị

nghề nghiệp, phù hợp văn hóa tổ chức, đặc điểm tính cách phù hợp công việc, có năng lực, khả năng tự học, và phải yêu công việc mình làm...

“Không phải tự nhiên mà các ứng viên có được toàn bộ “gốc rễ” này. Bên cạnh sự nỗ lực của ứng viên, thì chủ doanh nghiệp/người quản lý doanh nghiệp cũng phải có trách nhiệm giúp ứng viên “vun gốc” thì mới có “trái ngọt”, chứ không chỉ đòi hỏi một chiều”, TS Huy phân tích.

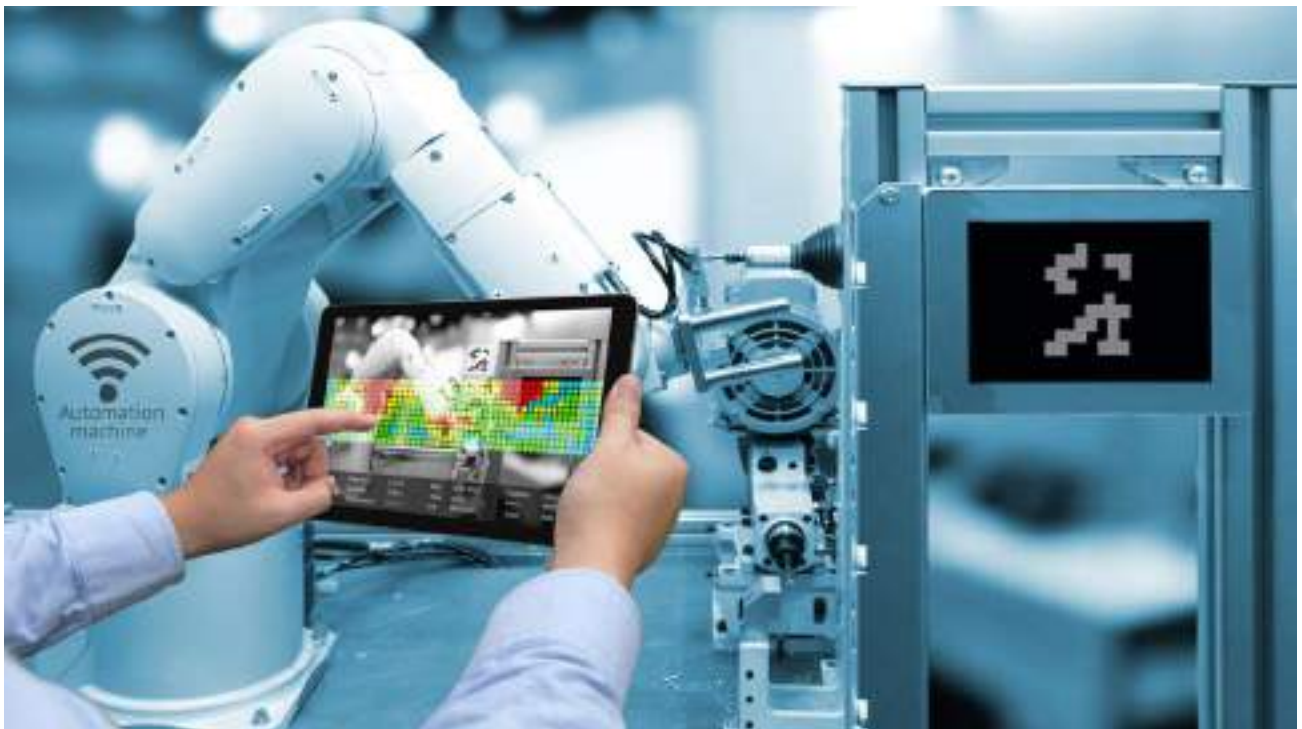
Một thông tin đáng chú ý được TS Huy đề cập, đó là xu hướng chuyển dịch lao động. Theo Báo cáo chuyển dịch lao động đến năm 2030 ở Việt Nam, về nhu cầu lao động theo các thành phần kinh tế, đang có chuyển dịch từ khối nhà nước sang khối tư nhân và FDI.

Khối tư nhân và FDI đang có nhu cầu lao động trình độ cao rất lớn. Nhu cầu về lao động theo trình độ

sẽ chuyển dịch sang hướng tăng trình độ đại học và sau đại học.

Có 5 yếu tố mà các doanh nghiệp lớn mong muốn khi nhắc tới năng lực của nhân sự trình độ cao, đó là: Hiểu biết có hệ thống và bài bản về hoạt động quản trị kinh doanh (gồm cả những nội dung về tài chính, nhân sự...); Khả năng tư duy logic, phân tích, tổng hợp; Khả năng ngoại ngữ; Khả năng sử dụng công nghệ số; Khả năng thích ứng môi trường làm việc đa văn hóa.

“Các bạn trẻ đều khát khao, quan tâm lộ trình phát triển cá nhân. Đây là điều đáng quý. Trong bối cảnh công nghệ 4.0, các doanh nghiệp hiện nay đều xây dựng văn hóa doanh nghiệp theo văn hóa số, với một số đặc tính như: lấy khách hàng làm trung tâm; đổi mới; quyết định dựa trên dữ liệu; hợp tác; văn hóa mở; tư duy số trước tiên; linh hoạt và nhạy bén. Các bạn cần thích ứng với văn hóa này”, TS Huy lưu ý thêm.





Trí tuệ nhân tạo: Động lực mới cho sự phát triển của startup Việt

MINH TUẤN



Theo giới chuyên gia, có 3 yếu tố then chốt đánh giá startup AI là lợi thế cạnh tranh, mô hình doanh thu và đội ngũ nhân sự.

Tọa đàm “AI Frontier: Funding and Futures in Vietnam” nằm trong khuôn khổ chương trình Thách thức Đổi mới sáng tạo Việt Nam (Vietnam Innovation Challenge - VIC), được Trung tâm Đổi mới sáng tạo Quốc gia (NIC) thuộc Bộ Kế hoạch và Đầu tư đồng tổ chức cùng Amazon Web Services (AWS).

Sự kiện là nơi giúp các nhà sáng lập xây dựng một giải pháp AI đột phá, tìm kiếm cho mình nguồn lực để hỗ trợ doanh nghiệp bứt phá.

Tại tọa đàm “AI Frontier: Funding and Futures in Vietnam” nằm trong khuôn khổ chương trình Thách thức Đổi mới sáng tạo Việt Nam, các chuyên gia nhấn mạnh trí tuệ nhân tạo (AI) chính là động lực mới cho sự phát triển của Startup Việt.

Theo đó, các chuyên gia cho rằng, cuộc đua về AI tiếp tục diễn ra ngày càng mạnh mẽ, trong bối cảnh công nghệ này được nhận định sẽ làm thay đổi hành vi đáng kể, không chỉ với những người dùng cá nhân mà còn cả các doanh nghiệp. AI chính là động lực mới cho sự phát triển của Startup Việt.

Chia sẻ về “tương lai của AI”, ông Kai Yong Kang - Quản lý Phát triển kinh doanh cho các doanh nghiệp khởi nghiệp từ Amazon Web Services (AWS) nhận định, năm 2024 được gọi là “năm của các sản phẩm”.



“Chúng ta sẽ bắt đầu thấy người người nói về cách tích hợp, tận dụng AI. Việc sử dụng mô hình nền tảng (foundation models - được sử dụng để làm cơ sở cho hệ thống AI thực hiện những tác vụ khác nhau) chỉ là một phần của một hệ thống lớn hơn, với các công nghệ như cơ sở dữ liệu vector (vector databases) hay các công cụ điều phối (orchestration engines)”, ông Kai Yong Kang cho biết.

Theo bà Vy Lê - Giám đốc điều hành quỹ Do Ventures, một

chiến lược phổ biến mà các quỹ đầu tư áp dụng.

3 yếu tố then chốt khi đánh giá một startup AI bao gồm lợi thế cạnh tranh, mô hình doanh thu (thường được tạo ra trong vòng 6 tháng đến 1 năm) và đội ngũ nhân sự.

Bà Laura Nguyễn - thành viên của GenAI Fund bổ sung, một trong những mối quan tâm hàng đầu của các quỹ đầu tư là bảo đảm tính bền vững của mô hình kinh doanh của các startup. Đặc

ty công nghệ đang đầu tư mạnh mẽ vào AI. Nhiều nhà sáng lập GenAI vẫn còn là sinh viên đại học, nhưng họ đã tạo ra những sản phẩm mang lại doanh thu đáng kể. Môi trường khởi nghiệp ở Việt Nam đã có những bước tiến vượt bậc trong vài năm qua. Các chuyên gia đều đồng ý rằng yếu tố quan trọng nhất để khởi nghiệp phát triển là tạo ra môi trường nuôi dưỡng và hạ tầng thuận lợi.

Nền kinh tế ổn định, hệ sinh thái phát triển nhanh chóng, môi trường khởi nghiệp thuận lợi, chi



Tọa đàm “AI Frontier: Funding and Futures in Vietnam”

lượng khổng lồ đang đầu tư vào các startup GenAI tại các trung tâm công nghệ hàng đầu như Thung lũng Silicon và châu Âu. Tuy nhiên, bà cũng lưu ý rằng thị trường AI tuy “màu mỡ” nhưng cũng biến đổi nhanh chóng, với các ứng dụng được cập nhật.

Điều này khiến các nhà đầu tư tại khu vực phải cân nhắc kỹ lưỡng trước quyết định hợp tác cùng một startup GenAI. Vì vậy, việc đầu tư một khoản nhỏ ban đầu để đánh giá tình hình, hoặc chờ đợi sản phẩm công nghệ “trưởng thành” hơn chính là

biệt trong bối cảnh các “ông lớn” công nghệ như Google, Microsoft với lượng dữ liệu khổng lồ có thể “nhảy vào” bất cứ lúc nào.

Đồng tình với bà Vy Lê, bà Laura nhấn mạnh, các nhà khởi nghiệp GenAI cần tập trung vào việc bảo vệ doanh nghiệp của mình trước những rủi ro từ thị trường AI. Đồng thời, luôn đổi mới và sáng tạo.

Tại tọa đàm, các chuyên gia đã đưa ra những nhận định lạc quan về sự phát triển của AI tại Việt Nam. Bà Vy Lê cho biết, các công

phí thấp và sự hỗ trợ từ các chính sách của Nhà nước và các doanh nghiệp lớn đã tạo điều kiện cho các startup về AI phát triển.

Trong lĩnh vực AI, các quốc gia tiên phong như Mỹ và Trung Quốc có lợi thế lớn về hạ tầng công nghệ, nhưng Việt Nam vẫn có cơ hội tham gia và cạnh tranh ở tầng ứng dụng.

Theo bà Valerie Vũ - nhà sáng lập Ansible Ventures, với trí tuệ và khả năng của các kỹ sư, Việt Nam hoàn toàn có thể vươn ra thế giới với các ứng dụng AI.



Doanh nghiệp là trung tâm của đổi mới sáng tạo

DUY LỘC

DOANH NGHIỆP & DOANH NHÂN

Theo Bộ trưởng Công Thương Nguyễn Hồng Diên, những tồn tại, hạn chế hiện nay đặt ra những yêu cầu mới cho công tác KHCN và đổi mới sáng tạo trong ngành, trong đó cần đẩy mạnh hoạt động KHCN và đổi mới sáng tạo tại doanh nghiệp, lấy doanh nghiệp làm trung tâm của đổi mới sáng tạo.



Bộ trưởng Công Thương Nguyễn Hồng Diên.

Nâng cao năng suất nhờ đổi mới công nghệ

Tại hội nghị “Phát huy vai trò của KHCN và ĐMST trong tái cơ cấu ngành Công Thương” tại Hà Nội, Bộ trưởng Công Thương Nguyễn Hồng Diên khẳng định, phát triển KHCN và đổi mới sáng tạo là chủ trương lớn, nhất quán, xuyên suốt của Đảng, Nhà nước.

Phát triển KHCN và đổi mới sáng tạo được xác định là quốc sách hàng đầu, là động lực then

chốt để phát triển lực lượng sản xuất hiện đại trong tiến trình xây dựng, phát triển đất nước, đặc biệt là trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

Với những nỗ lực, quyết tâm và bằng nhiều chương trình, kế hoạch hành động cụ thể, hoạt động KHCN và đổi mới sáng tạo của ngành công thương đã đạt được nhiều kết quả tích cực, đóng góp quan trọng vào sự phát triển của ngành cũng như toàn bộ nền kinh tế.

Trong đó, các đơn vị đã chú trọng đẩy nhanh quá trình ứng dụng, chuyển giao các kết quả nghiên cứu và thành tựu KH&CN vào thực tiễn sản xuất kinh doanh. Qua đó, giúp các doanh nghiệp trong ngành từng bước đổi mới công nghệ, nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm hàng hóa và khả năng cạnh tranh, thúc đẩy quá trình tái cơ cấu ngành công thương theo hướng hiện đại.

Đánh giá về những kết quả tích cực trong công tác công tác



KHCN của ngành, ông Lý Quốc Hùng - Vụ trưởng Vụ Khoa học và Công nghệ cho biết, trong năm 2022-2023, đã có 130 đơn vị trong và ngoài Bộ tham gia triển khai thực hiện các đề tài, dự án KH&CN thuộc các Chương trình KH&CN cấp quốc gia và cấp bộ do Bộ Công Thương quản lý.

Trong lĩnh vực cơ khí, Viện nghiên cứu cơ khí cho biết đã làm chủ công tác tính toán, thiết kế, tích hợp các hệ thống tự động trong các nhà máy công nghiệp. Có đủ năng lực trở thành tổng thầu của nhiều công trình, dự án lớn trong nhiều lĩnh vực.

Viện Công nghệ thực phẩm hiện đang duy trì bảo tồn gen vi sinh vật với trên 1.500 chủng vi nấm, nấm men, vi khuẩn, plasmid phục vụ sản xuất và phát triển công nghệ. Đồng thời đưa nhiều kết quả nghiên cứu khoa học trong khai thác, tách chiết dầu, hương liệu và các chất có hoạt tính sinh học từ nguyên liệu trong nước vào thực tiễn...

Trong lĩnh vực dầu khí, Viện Dầu khí Việt Nam đang tập trung xây dựng hệ sinh thái sáng tạo cho ngành Dầu khí Việt Nam, nghiên cứu phát triển các sản phẩm số ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và các công nghệ tiên tiến để tối ưu hóa hoạt động của ngành năng lượng Việt Nam.

Đối với công tác nghiên cứu khoa học trong khối trường, nổi bật Trường Đại học Công Thương TP Hồ Chí Minh trong năm 2022-2023 đã thực hiện 1 dự án quốc tế, 5 đề tài cấp bộ, 12 đề tài cấp tỉnh, thành phố, 43 đề tài cấp trường dành cho giảng viên, trong đó các đề tài khối ngành kỹ thuật chiếm ưu thế do đặc thù



Ông Lý Quốc Hùng - Vụ trưởng Vụ Khoa học và Công nghệ.

ngành đào tạo truyền thống và thế mạnh của trường.

Trong lĩnh vực tham mưu chính sách, trong giai đoạn vừa qua, Viện Nghiên cứu Chiến lược Chính sách Công Thương đã tham mưu xây dựng gần 30 chiến lược, chính sách phát triển công nghiệp và thương mại, trên 100 quy hoạch tổng thể phát triển ngành, hơn 200 quy hoạch phát triển của địa phương, đóng góp quan trọng vào việc xây dựng hoàn thiện chính sách phát triển ngành.

Lấy doanh nghiệp làm trung tâm của đổi mới sáng tạo

Tuy vậy, theo người đứng đầu Bộ Công Thương, bên cạnh những kết quả đã đạt được còn những tồn tại, hạn chế và yêu cầu mới đặt ra cho công tác KHCN và đổi mới sáng tạo trong ngành.

Cụ thể, cơ chế, chính sách cho phát triển KHCN, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi mô hình hoạt động của các tổ chức KHCN

công lập còn nhiều bất cập. Phát triển nguồn nhân lực, thu hút, giữ chân người tài và cơ chế đầu tư cơ sở vật chất, nâng cao tiềm lực KHCN còn nhiều hạn chế. Chính sách huy động nguồn lực xã hội và sự tham gia của các doanh nghiệp trong phát triển KHCN chưa xứng tầm...

“Đây là những vấn đề cần sớm có giải pháp khai thông nhằm tạo điều kiện cho các viện, trường và khuyến khích đội ngũ làm công tác KHCN tiếp tục có những đóng góp thiết thực hơn cho sự phát triển của ngành, đất nước trong giai đoạn tới”, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên nhấn mạnh.

Do vậy, Bộ trưởng yêu cầu tập trung triển khai có hiệu quả Chiến lược phát triển KHCN và đổi mới sáng tạo ngành công thương gắn với mục tiêu phát triển các ngành công nghiệp nền tảng, mũi nhọn và xây dựng nền sản xuất độc lập, tự chủ.

Chú trọng công tác nghiên cứu, tham mưu xây dựng định hướng, chính sách phát triển ngành công thương trong tình hình mới. Đẩy mạnh hoạt động KH&CN và đổi mới sáng tạo tại doanh nghiệp; lấy doanh nghiệp làm trung tâm và là chủ thể sống động của đổi mới sáng tạo.

Ngoài ra, cần tiếp tục củng cố, phát triển hệ thống các tổ chức KH&CN ngành công thương trở thành những đơn vị đi đầu trong lĩnh vực nghiên cứu ứng dụng với sứ mệnh dẫn dắt về mặt công nghệ cho các doanh nghiệp sản xuất trong nước, cung cấp công nghệ nền trong các lĩnh vực công nghệ mới nổi cũng như hỗ trợ R&D cho các doanh nghiệp đầu tư dựa vào công nghệ mới...



GỠ KHÓ CHO DOANH NGHIỆP XUẤT NHẬP KHẨU

LONG VÂN

Trước bối cảnh tình hình thế giới tiếp tục biến động phức tạp, khó lường, việc thúc đẩy việc thực hiện các FTA và tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp là cần thiết để đẩy mạnh hoạt động xuất nhập khẩu.

Xuất nhập khẩu tăng trưởng tích cực

Trong 4 tháng đầu năm 2024, xuất khẩu sang hầu hết các khu vực thị trường tăng trưởng tốt, đặc biệt là các thị trường có ký kết FTA với Việt Nam. Trong đó, xuất khẩu sang ASEAN, Nhật Bản, Hàn Quốc, EU, Australia tăng từ 3,3% - 22,6%.

Tổng trị giá xuất nhập khẩu hàng hoá của Việt Nam trong 4 tháng đầu năm nay đạt gần 239 tỷ USD, tăng 15,1%, tương ứng tăng 31,4 tỷ USD so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, xuất khẩu đạt 124 tỷ USD, tăng 15,1% và nhập khẩu đạt 115 tỷ USD, tăng 15,1%. Tính chung 4 tháng, cán cân thương mại tiếp tục ghi nhận thặng dư 9 tỷ USD.

Theo đánh giá của Bộ Công Thương, các chỉ số có thể coi đã có tăng trưởng rất tích cực trong 4 tháng đầu năm, thể hiện rõ xu hướng phục hồi của hoạt động xuất nhập khẩu.

Đánh giá về những điểm tích cực trong hoạt động xuất nhập khẩu, Bộ Công Thương cho biết, cả khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và khu vực doanh nghiệp 100% vốn trong nước đều ghi nhận tăng trưởng tốt về kim ngạch xuất khẩu. Trong đó, nhóm doanh nghiệp trong nước có tốc độ tăng trưởng cao hơn. Cụ thể, tăng 22,8% so với cùng kỳ năm trước, cao hơn tốc độ tăng 12,4% của nhóm doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

Xuất khẩu nhóm nông, thủy sản đạt mức tăng trưởng cao, tăng 25,7% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó thủy sản đạt 2,7 tỷ USD, tăng 5,8%; rau quả đạt 1,9

tỷ USD, tăng 38,1%, cà phê đạt 2,5 tỷ USD, tăng 53,4%.

Đặc biệt là mặt hàng gạo, tuy chỉ tăng 9,5% về lượng nhưng kim ngạch ghi nhận tăng 33,6% phản ánh mặt bằng giá có lợi trên thị trường. Xuất khẩu nhóm hàng nông sản - vốn là nhóm thế mạnh của khối doanh nghiệp trong nước đã đóng góp vào mức tăng trưởng tích cực của khu vực doanh nghiệp này.

Các mặt hàng công nghiệp xuất khẩu chủ lực tiếp tục phục hồi tốt. Trong đó, gỗ và sản phẩm từ gỗ đạt 4,9 tỷ USD tăng 25%; dệt may đạt 10,4 tỷ USD, tăng 6,7%; giày dép đạt 6,6 tỷ USD, tăng 7,2%, sắt thép các loại đạt 3,2 tỷ USD, tăng 28,1%; máy vi tính sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 21,5 tỷ USD, tăng 33,9%; điện thoại các loại và linh kiện đạt 18,1 tỷ USD, tăng 5%.

Xuất khẩu sang hầu hết các khu vực thị trường tăng trưởng tốt, đặc biệt là các thị trường có ký kết FTA với Việt Nam. Cụ thể,

sang ASEAN tăng 10,5%, Nhật Bản tăng 3,3%, Hàn Quốc tăng 8,6%, EU tăng 15,1%, Australia tăng 22,6%.

Trong năm vừa qua, Việt Nam đã nâng cấp quan hệ Đối tác chiến lược toàn diện với 2 đối tác lớn là Trung Quốc và Mỹ. Trong đó thương mại được coi là một trụ cột quan trọng. Xuất khẩu sang Trung Quốc trong 4 tháng đầu năm đạt 17 tỷ USD, tăng 12,8%; sang Mỹ đạt 34,7 tỷ USD tăng 21,2%.

Nhập khẩu đáp ứng nhu cầu cho sản xuất. Tỷ trọng các mặt hàng cần nhập khẩu tiếp tục duy trì ở mức cao (88,8%) trong tổng kim ngạch nhập khẩu.

Gỡ khó cho doanh nghiệp, thúc đẩy tận dụng FTA

Trong bối cảnh hiện nay, hoạt động xuất nhập khẩu đối mặt với nhiều khó khăn do tác động từ tình hình thế giới, khu vực diễn biến phức tạp, khó lường, Bộ Công Thương đã và đang tập trung triển khai nhiều giải pháp





Tổng trị giá xuất nhập khẩu hàng hoá của Việt Nam trong 4 tháng đầu năm nay đạt gần 239 tỷ USD, tăng 15,1%.

đẩy mạnh xuất khẩu, trong đó chú trọng tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp và thúc đẩy tận dụng các FTA.

Để tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp, Bộ Công Thương đã và đang chủ động làm việc với các hiệp hội ngành hàng xuất khẩu, các doanh nghiệp xuất khẩu lớn trong các ngành để nắm bắt các khó khăn, vướng mắc về sản xuất, xuất khẩu hàng hoá, giải quyết theo thẩm quyền hoặc tổng hợp, báo cáo cấp có thẩm quyền theo dõi, chỉ đạo.

Chỉ đạo hệ thống Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài thường xuyên liên tục cập nhật các thông tin về quy định, chính sách của thị trường sở tại. Kịp thời thông tin, khuyến nghị đối với các hiệp hội ngành hàng, doanh nghiệp xuất khẩu trên các trang thông tin điện tử của Bộ Công Thương và các Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài.

Làm việc với các hiệp hội ngành hàng nhằm tháo gỡ khó khăn

liên quan đến chi phí vận chuyển hàng hoá khi tình hình căng thẳng xảy ra tại Biển Đỏ. Kịp thời có khuyến cáo các hiệp hội ngành hàng, các doanh nghiệp xuất khẩu trong bối cảnh diễn biến bất ổn tại Israel.

Tăng cường cảnh báo sớm các vụ kiện phòng vệ thương mại; hướng dẫn doanh nghiệp cách ứng phó với các vụ kiện; kịp thời thông tin cho doanh nghiệp, hiệp hội về thông tin, nhu cầu, quy định mới của thị trường.

Về giải pháp thúc đẩy tận dụng các FTA, Bộ Công Thương đã đa dạng hóa hình thức tổ chức tuyên truyền rộng rãi về các ưu đãi tại các FTA. Triển khai vận hành tốt hệ thống cấp giấy chứng nhận xuất xứ qua internet và cơ chế tự chứng nhận xuất xứ; rà soát, đơn giản hóa quy trình cấp C/O; áp dụng khai báo C/O điện tử.

Bên cạnh công tác tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp và thúc đẩy tận dụng các FTA, Bộ Công

Thương đã và đang triển khai một số giải pháp thúc đẩy xuất khẩu khác.

Trong đó có việc hỗ trợ doanh nghiệp các địa phương tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại nhằm phát triển các thị trường trong nước và xuất khẩu.

Phối hợp với Bộ NN&PTNT, Bộ Ngoại giao trong công tác đàm phán mở cửa thị trường xuất khẩu, đặc biệt cho các mặt hàng trái cây và sản phẩm trồng trọt.

Trong thời gian tới, Bộ Công Thương sẽ tiếp tục chủ động phối hợp với các bộ, ngành đẩy mạnh đàm phán, ký kết các hiệp định thương mại mới với các đối tác khác còn nhiều tiềm năng. Hỗ trợ doanh nghiệp khai thác tối đa cơ hội trong các hiệp định. Thường xuyên trao đổi, nắm bắt các khó khăn, vướng mắc trong từng ngành hàng xuất khẩu để kịp thời có giải pháp tháo gỡ, đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu hàng hoá.



Mục tiêu tăng trưởng tín dụng ngân hàng cao, doanh nghiệp “khó chồng khó”

ANH HOÀI

Câu chuyện đang được coi là “nghịch lý” trong bối cảnh khó khăn của nền kinh tế hiện nay: mục tiêu tăng trưởng tín dụng của ngân hàng cao, doanh nghiệp khát vốn nhưng không có cơ hội thuận lợi tiếp cận vốn. Doanh nghiệp đã khó lại chồng thêm khó.

Mới đây, tại phiên khai mạc Kỳ họp thứ 7, Quốc hội khóa XV, ngày 20/5, Chủ nhiệm Ủy ban Kinh tế Quốc hội Vũ Hồng Thanh cho rằng, trong bối cảnh tình hình thế giới có nhiều diễn biến phức tạp, kinh tế vĩ mô cơ bản ổn định, lạm phát được kiểm soát.

Tuy nhiên, công tác điều hành tăng trưởng tín dụng còn bất cập

- thấp hơn mục tiêu đề ra, người vay vốn tiếp cận tín dụng khó khăn. Thị trường vốn còn nhiều vấn đề khiến nhu cầu vốn trung và dài hạn cho nền kinh tế phần lớn qua kênh tín dụng ngân hàng, làm gia tăng áp lực và tiềm ẩn rủi ro đối với hệ thống.

Ủy ban Kinh tế Quốc hội đề nghị Chính phủ có đánh giá, phân tích về nguyên nhân, mức độ tác động của tăng trưởng tín dụng đến tình hình phát triển kinh tế - xã hội năm 2023 và làm rõ việc các ngân hàng thương mại lãi lớn năm 2023 trong bối cảnh doanh nghiệp khó khăn.

Báo cáo dẫn chứng của Ủy ban Kinh tế Quốc hội chỉ rõ, lợi nhuận sau thuế của một số ngân hàng trong năm 2023 như Vietcombank là 33.054 tỷ đồng, tăng 10% so với năm 2022; BIDV 22.027 tỷ đồng, tăng 20%; MB 21.053 tỷ đồng, tăng 16%; VietinBank 20.044 tỷ đồng, tăng 18%...

Trong khi đó, tình trạng sở hữu chéo, thao túng, lợi ích nhóm trong lĩnh vực ngân hàng vẫn rất



Các ngân hàng thương mại lãi lớn trong bối cảnh doanh nghiệp khó khăn.

đáng lo ngại. Việc xử lý các tổ chức tín dụng yếu kém, dự án tồn đọng gặp nhiều khó khăn. Các ngân hàng thương mại sẽ làm gì để bảo đảm tăng trưởng tín dụng cả năm khoảng 15%? (mục tiêu được xem là cao so với tình hình thực tế).

Trước khi diễn ra Kỳ họp thứ 7, Quốc hội khóa XV, ngày 18/5, Văn phòng Chính phủ đã ra thông báo kết luận của Thủ tướng Chính phủ tại cuộc họp về chính sách tài khóa. Trong đó, Thủ tướng yêu cầu Ngân hàng Nhà nước (NHNN) thực hiện có hiệu quả các giải pháp tăng khả năng tiếp cận tín dụng cho người dân, doanh nghiệp. Phấn đấu giảm 1-2% lãi suất cho vay.

Tuy nhiên, nhiều chuyên gia kinh tế dự báo, lãi suất cho vay có thể sẽ tăng lên trong vài tháng tới, do thị trường vàng và tỷ giá tác động tới lãi suất. Lượng tiền gửi ngân hàng của người dân có thể

chuyển hướng vào các lĩnh vực khác khiến các ngân hàng phải tăng lãi suất để tăng hấp dẫn cho kênh đầu tư này.

Trong bối cảnh mới, cầu tín dụng cũng đã bắt đầu phục hồi đòi hỏi các ngân hàng phải tính đến việc huy động thêm vốn để chuẩn bị phục vụ nhu cầu tín dụng. Nhất là khi hạn mức tín dụng cả năm đã được NHNN phân bổ.

Giải thích nguyên nhân vì sao doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa khó tiếp cận vốn, bà Vũ Nam Hương - Phó Tổng Giám đốc phụ trách Khối khách hàng doanh nghiệp Ngân hàng TMCP Bưu điện Liên Việt cho rằng, doanh nghiệp chưa có đủ hồ sơ năng lực đáp ứng yêu cầu phê duyệt tín dụng của ngân hàng.

Cùng với đó, doanh nghiệp chưa dành thời gian hoặc chưa biết tiếp cận được đúng và đủ

đối với các khoản vay. Việc phê duyệt của các ngân hàng đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa diễn ra khá lâu, trong khi nhu cầu vốn ngắn hạn của các doanh nghiệp này lại cần nhanh chóng. Nhiều doanh nghiệp khó đáp ứng được quy định về tài sản bảo đảm.

Tuy nhiên, chia sẻ những khó khăn tiếp cận vốn, doanh nghiệp lại có cái nhìn khác với phía ngân hàng. Phía doanh nghiệp cho rằng, ngoại trừ Agribank đặc thù cho vay nông nghiệp, các ngân hàng lớn vẫn “chuộng” cấp vốn cho các tập đoàn tư nhân lớn hoặc các doanh nghiệp Nhà nước.

Khối doanh nghiệp vừa và nhỏ, tiểu thương chủ yếu chỉ tiếp cận được vốn qua các ngân hàng thương mại cổ phần tư nhân. Nói cách khác, các doanh nghiệp nhỏ và vừa chỉ được lợi nếu làn sóng giảm lãi suất lan ra toàn hệ thống.

Theo Giám đốc Công ty TNHH Liên kết thương mại Toàn Cầu Nguyễn Ngọc Luận, nguồn vốn tại các ngân hàng dồi dào và lãi suất đang giảm xuống dần, nhưng doanh nghiệp có vay được không vẫn còn là chuyện phải bàn. Hiện tại, doanh nghiệp đã quá khó khăn, nền kinh tế đang cần trợ lực để phục hồi.

Cộng đồng doanh nghiệp mong muốn có sự thay đổi chính sách liên quan đến tín dụng, đặc biệt về tài sản thế chấp, nhất là tài sản thế chấp trong lĩnh vực nông nghiệp. Ngân hàng cần có cơ chế tăng giá trị cho vay trên tài sản thế chấp; hạ lãi suất vay, đặc biệt là những ngành khuyến khích đầu tư như công nghiệp hỗ trợ, nông nghiệp...



Cộng đồng doanh nghiệp mong muốn có sự thay đổi chính sách liên quan đến tín dụng.



Đồng bằng sông Cửu Long bắt tay “xanh hóa hạt gạo”, bán “không khí sạch”

THÁI CƯỜNG

Vụ hè thu 2024, ngành nông nghiệp đã chọn 5 tỉnh, thành tại Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), mỗi nơi khoảng 50 ha để thí điểm mô hình sản xuất lúa phát thải thấp nhằm bán thêm tín chỉ carbon. Đây là lần đầu tiên nông dân có thể bán thêm “không khí” bên cạnh việc xuất khẩu gạo.



Lãnh đạo TP Cần Thơ trong chuyến khảo sát mô hình cánh đồng lúa phát thải thấp của hợp tác xã An Xuân (xã Thới Xuân, huyện Cờ Đỏ).

Bản khoán với tư duy canh tác mới

Là một trong những đơn vị được ngành nông nghiệp cùng UBND TP Cần Thơ chọn cánh đồng 50 ha để thử nghiệm mô hình canh tác giảm phát thải, ông Nguyễn Cao Khải - Giám đốc Hợp tác xã Dịch vụ nông nghiệp Thuận Tiến (xã Thạnh An, huyện Vĩnh Thạnh, TP Cần Thơ) cho rằng, đây là lần đầu tiên thực hiện, nhưng về cơ bản các xã viên đã từng canh tác lúa theo hướng sạch, áp dụng 3 giảm 3 tăng, 1 phải 5 giảm khá thành công, nên việc tiếp thu thêm kiến thức mới sẽ thuận lợi.

“Vấn đề bản khoán khi nông dân chưa hiểu tín chỉ carbon là gì, làm sao tạo ra, rồi cách đo đạc, mua bán tín chỉ như thế nào, bởi việc này còn quá xa lạ”, ông Khải cho hay.

Còn ông Nguyễn Quang Hưng, thành viên hợp tác xã cho biết, vụ Đông Xuân vừa rồi trên diện tích này nhờ được mùa, được giá lúa nên ông thu lãi khoảng 120 triệu đồng. Theo ông Hưng, dù lợi nhuận dù có cao hơn các vụ trước nhưng chưa bền vững.

“Mới đây, khi được chọn thí điểm cho đề án phát triển bền vững 1 triệu ha lúa chất lượng cao gắn phát thải thấp ở ĐBSCL, thì hầu hết các thành viên nhiệt tình tham gia, quyết tâm đổi mới phương pháp canh tác để bảo vệ môi trường, giảm phát thải. Đặc biệt, vụ sản xuất lúa lần này chúng tôi chờ bán tín chỉ carbon để gia tăng thêm nhập”, ông Hưng nói.

UBND TP Cần Thơ cho biết, hiện tại địa phương có 38.000ha lúa sản xuất trong dự án chuyển đổi nông nghiệp bền vững tại Việt Nam (VnSAT), với 32.000 hộ dân tham gia.

“Chúng tôi đang phát huy hiệu quả của dự án này nhằm đến 2025 Cần Thơ có vùng chuyên canh lúa chất lượng cao rộng 38.000ha, đến năm 2030 sẽ đạt 50.000ha theo kế hoạch đề ra”, ông Nguyễn Ngọc Hè - Phó chủ tịch UBND TP Cần Thơ cam kết sẽ nỗ lực thực hiện thắng lợi đề án nhằm góp phần nâng cao thu nhập cho nông dân và hướng đến phát triển bền vững ngành hàng lúa gạo.

Theo đại diện ngành nông nghiệp Việt Nam, vụ hè thu 2024 này,

đã chọn 5 địa phương: Cần Thơ, Đồng Tháp, Kiên Giang, Trà Vinh và Sóc Trăng, mỗi nơi khoảng 50ha để thí điểm mô hình sản xuất lúa phát thải thấp.

Về phương pháp canh tác này, ông Lê Thanh Tùng - Phó cục trưởng Cục Trồng trọt, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (NN&PTNT) cho biết, hiện các địa phương đang tích cực tham gia là rất đáng mừng. Tuy nhiên, để mô hình thành công thì phải thay đổi tập quán sản xuất cũ của nông dân, tổ chức lại nền sản xuất tiên tiến hiện đại.

Nói thêm về phương pháp canh tác này, ông Trần Thanh Nam - Thứ trưởng Bộ NN&PTNT cho rằng, thông qua mô hình thí điểm để tập huấn cho nông dân trong vùng hiểu về quy trình sản xuất lúa chất lượng cao, phát thải thấp. Từ đó, nông dân về tuyên truyền cho các hợp tác xã triển khai áp dụng theo đúng đề án 1 triệu ha lúa chất lượng cao trong thời gian tới vì đây là cơ sở quan trọng để đánh giá hiệu quả, xem xét hệ số giảm phát thải để nhân rộng phương thức canh tác.

Đồng thời Thứ trưởng Nam cho rằng, do lần đầu tiên nông dân ĐBSCL tiếp cận với mô hình sản xuất lúa phát thải thấp, có bán tín chỉ carbon nên có người chưa rõ và còn nhiều băn khoăn là chuyển biến nhiên.

Kỳ vọng “đa thu nhập”

Ông Mai Thanh Liêm - Giám đốc Hợp tác xã Dịch vụ nông nghiệp Phú Thọ (xã An Long, huyện Tam Nông, tỉnh Đồng Tháp) cho hay, cuối tháng 4/2024 hơn 352ha đất của hợp tác xã đã xuống giống lúa Hè Thu. Mới đây, đoàn công

tác của ngành nông nghiệp cùng UBND tỉnh Đồng Tháp trực tiếp khảo sát và chọn ra 50ha để thí điểm mô hình sản xuất giảm phát thải, bán tín chỉ carbon ngay trong vụ này.

Theo ông Liêm, đa phần xã viên mừng bởi khi tham gia đề án sẽ được tiếp cận kỹ thuật sản xuất lúa hiện đại, liên kết với doanh nghiệp để đảm bảo đầu ra. Đồng thời, giảm sử dụng phân thuốc hóa học sẽ bảo vệ sức khỏe cho người sản xuất và người tiêu dùng. Riêng phần bán tín chỉ carbon thì nông dân chưa rõ, nhưng vẫn kỳ vọng từ tín hiệu mới này.

Ông Lê Thanh Tùng - Phó cục trưởng Cục Trồng trọt cho biết thêm, lâu nay ở đồng bằng có nhiều cách canh tác khác nhau, theo từng vùng sinh thái. Tuy nhiên, để phát huy hiệu quả đề án 1 triệu ha lúa thì 3 yếu tố “chất lượng cao, phát thải thấp và tăng trưởng xanh” phải được thực hiện xuyên suốt.

“Vì vậy, quy trình canh tác cần tổ chức lại một cách phù hợp như thiết kế lại đồng ruộng bằng phẳng để tưới ngập khô xen kẽ, quản lý tốt nguồn nước; áp dụng

sạ hàng hoặc sạ cụm để quản lý cỏ dại, kết hợp vùi phân vào trong đất nhằm phát huy cây mạ phát triển, giảm phát thải nhà kính”, ông Tùng ví dụ và cho rằng, đây là những cái khó, nhưng phải làm cho bằng được, phải cố gắng thực hiện bằng nhiều giải pháp nhằm hướng tới nền sản xuất xanh, giảm phát thải, giúp nông dân có thể “đa thu nhập” từ nhiều sản phẩm như lúa gạo, nấm rơm, tín chỉ carbon.

Về việc bán tín chỉ carbon, bà Carolyn Turk - Giám đốc quốc gia Ngân hàng Thế giới (WB) tại Việt Nam cho biết, đồng hành với ngành nông nghiệp xây dựng đề án 1 triệu ha chuyên canh lúa chất lượng cao, phát thải thấp

vùng ĐBSCL. WB sẽ hỗ trợ nông dân cải thiện đời sống và hỗ trợ đề án thông qua các cơ chế để Việt Nam tham gia thị trường carbon tự nguyện.

“Về cơ bản, nông dân vừa có nguồn thu từ lúa gạo và còn có cơ hội bán tín chỉ carbon thông qua sản xuất xanh, giảm phát thải. Phía WB ước tính vùng chuyên canh lúa chất lượng cao 1 triệu ha này khi hình thành có thể giảm 10 triệu tấn carbon. WB cam kết mua tín chỉ carbon mức 10 USD/tấn CO₂. Trung bình 1ha lúa có thể thu về 100USD từ việc bán tín chỉ carbon. Như vậy, 1 triệu ha lúa chất lượng cao có thể thu về khoảng 100 triệu USD/năm”, bà Carolyn Turk trình bày.



Lãnh đạo ngành nông nghiệp thăm cánh đồng lúa chất lượng cao ở huyện Tiểu Cần, tỉnh Trà Vinh.



Nhiều nông dân tham gia vào hợp tác xã sản xuất lúa phát thải thấp và bán tín chỉ carbon.



Bắc Giang: Nâng cao chất lượng sản phẩm OCOP bằng nhiều giải pháp

AN AN



Sở hữu nhiều sản phẩm OCOP

Thời gian qua, phát huy các kết quả đạt được, chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) được lãnh đạo tỉnh, Sở NN&PTNT, Cục PTNT cùng các đơn vị liên quan quan tâm triển khai thực hiện có hiệu quả.

Lũy kế hết năm 2023, Bắc Giang có 290 sản phẩm OCOP từ 3 sao trở lên, tăng 85 sản phẩm so với năm 2022, vượt 60 sản phẩm so với kế hoạch.

Trong đó lần đầu tiên Bắc Giang có sản phẩm đủ điều kiện đánh giá, phân hạng 5 sao cấp quốc gia, 2 sản phẩm tiềm năng 5 sao, 24 sản phẩm 4 sao, 263 sản phẩm 3 sao. Trong đó, có 3 sản phẩm OCOP dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch.

Với kết quả này, Bắc Giang đã trở thành một trong những tỉnh có nhiều sản phẩm OCOP của khu vực miền núi phía Bắc và cả nước.

Trong tổng số 290 sản phẩm đã được công nhận có 249 sản phẩm nhóm thực phẩm (chiếm 85,9%), 35 sản phẩm nhóm đồ uống (chiếm 12,1%), 2 sản phẩm nhóm thảo dược (chiếm 0,7%), 1 sản phẩm nhóm thủ công mỹ nghệ (chiếm 0,3%) và 3 sản phẩm nhóm dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch (chiếm 1%).

Về chủ thể, có 177 chủ thể, trong đó có 141 chủ thể HTX (chiếm 79,7%), 13 doanh nghiệp (chiếm 7,3%), 23 cơ sở sản xuất (chiếm 13,0%). Các chủ thể cơ bản là HTX, doanh nghiệp tiêu biểu của tỉnh.

Đặc biệt, nhiều chủ thể là thanh niên trẻ có trình độ, nhiệt huyết

Trong năm 2024, Bắc Giang đặt mục tiêu nâng cao chất lượng sản phẩm OCOP, phấn đấu có nhiều hơn sản phẩm 5 sao cấp quốc gia và sản phẩm điểm du lịch dịch vụ, thực hiện quy hoạch các vùng nguyên liệu cho phát triển sản phẩm OCOP gắn với chế biến sâu và quảng bá tiêu thụ sản phẩm.

khởi nghiệp từ nông nghiệp, tạo ra nhiều sản phẩm thể hiện sự sáng tạo của người dân. Lực lượng này đã và đang góp phần tạo sức lan tỏa trong cộng đồng và nâng cao vai trò của chương trình OCOP đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh nhà.

Phấn đấu thêm nhiều sản phẩm OCOP 5 sao

Trao đổi với Thương hiệu Việt/Doanh nghiệp Việt Nam, ông

Nguyễn Văn Luy - Chi cục trưởng Cục PTNT Bắc Giang (Sở NN&PTNT Bắc Giang) cho biết, trong năm 2024, Bắc Giang đặt mục tiêu nâng cao chất lượng sản phẩm OCOP, phấn đấu có nhiều hơn sản phẩm 5 sao cấp quốc gia và sản phẩm điểm du lịch dịch vụ, thực hiện quy hoạch các vùng nguyên liệu cho phát triển sản phẩm OCOP gắn với chế biến sâu và quảng bá tiêu thụ sản phẩm.

Với mục tiêu này, thời gian qua, Sở NN&PTNT đã đẩy mạnh tập huấn, bồi dưỡng nâng cao kiến thức cho các chủ thể có sản phẩm tham gia Chương trình OCOP năm 2024. Theo đó, từ đầu năm đến nay, Sở NN&PTNT đã 2 lần phối hợp cùng Văn phòng điều phối nông thôn mới Trung ương tổ chức lớp tập huấn bồi dưỡng nâng cao kiến thức cho chủ thể có sản phẩm tham gia Chương trình OCOP năm 2024.

Trong đó, đợt tập huấn thứ nhất diễn ra từ ngày 9-13/4, đợt thứ hai từ ngày 23-27/4, tại Trung



tâm Thương mại thể thao Lam Sơn, xã Tân Mỹ, TP Bắc Giang.

Ở đợt tập huấn thứ nhất, đối tượng tham gia là các chủ thể có sản phẩm, hoặc ý tưởng sản phẩm tham gia vào Chương trình OCOP năm 2024 bao gồm: chủ trang trại, lãnh đạo các doanh nghiệp, cán bộ quản lý HTX, tổ hợp tác, hộ cá thể... trên địa bàn các huyện Sơn Động, Lạng Giang, Tân Yên, Hiệp Hoà và thị xã Việt Yên.

Trong khi đó, đợt tập huấn thứ hai là các chủ thể có sản phẩm, hoặc ý tưởng sản phẩm tham gia vào Chương trình OCOP năm 2024 bao gồm: chủ trang trại, lãnh đạo các doanh nghiệp, cán bộ quản lý HTX, tổ hợp tác, hộ cá thể... trên địa bàn các huyện Lục Ngạn, Yên Thế, Lục Nam, Yên Dũng và TP Bắc Giang.

Tham gia tập huấn, học viên được đào tạo về phương pháp xây dựng kế hoạch, chiến lược sản xuất kinh doanh; tổ chức quản trị sản xuất, quản trị chất lượng sản phẩm; các yếu tố cấu thành chất lượng sản phẩm, tiêu chuẩn hóa sản phẩm tham gia chương trình OCOP. Các học viên còn được thực hành sử dụng phần mềm đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP từ tạo lập tài khoản, xác định tiêu chí, nộp minh chứng, tự đánh giá...

Tại đợt tập huấn thứ nhất, học viên được đi tham quan, học tập kinh nghiệm thực tế về phát triển sản phẩm, đa dạng hóa sản phẩm, sản xuất hoàn thiện sản phẩm OCOP tại tỉnh Lào Cai. Cụ thể, học viên được tham quan và học tập kinh nghiệm tại Công ty TNHH Hà Lâm Phong với các sản phẩm đặc sản nắm hương tươi, nắm hương

khô; điểm du lịch làng nghề Thổ cẩm lan rừng với các sản phẩm thủ công mỹ nghệ đạt chứng nhận OCOP 3-4 sao...

Tại đợt tập huấn thứ 2, các học viên được tham quan tại Công ty TNHH Chế biến hải sản Ba Làng (Thanh Hóa) với các sản phẩm đặc sản nước mắm, mắm tôm tép đạt OCOP 4 sao; cơ sở sản xuất nem chua Tuyết Minh với sản phẩm nem chua Tuyết Minh đạt 3 sao; Làng du lịch sinh thái Yên Trung; cơ sở đúc đồng



của nghệ nhân Nguyễn Bá Quý với các sản phẩm thủ công mỹ nghệ đạt chứng nhận OCOP 3-4 sao... Học viên cũng được tham quan các điểm trưng bày, bán sản phẩm OCOP.

“Lớp tập huấn đã giúp các chủ thể sản xuất nâng cao năng lực, nắm bắt tốt thông tin thị trường, lựa chọn ý tưởng sản phẩm sản xuất kinh doanh, từng bước tiêu chuẩn hóa và phát triển các sản phẩm bảo đảm chất lượng theo quy chuẩn để tăng lợi thế cạnh tranh, đáp ứng nhu cầu của thị trường xuất khẩu cũng như đáp ứng các yêu cầu về tiêu chuẩn sản phẩm tham gia chương trình OCOP.

Tham gia chương trình, các học viên được bổ sung kỹ năng truy cập, sử dụng phần mềm đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP trên môi trường điện tử, giúp nâng cao hiệu quả chuyển đổi số của chương trình”, ông Luy chia sẻ.

Để nâng cao chất lượng sản phẩm OCOP, Sở NN&PTNT cũng tiến hành kiểm tra các sản phẩm OCOP đã được cấp giấy chứng nhận và khảo sát các sản phẩm mới đăng ký tham gia Chương trình năm 2024.

Theo đó, từ ngày 15-19/4, Chi cục PTNT phối hợp với phòng NNN&PTNT, phòng kinh tế TP, các huyện, thị xã: Lạng Giang, Yên Dũng, Tân Yên, Hiệp Hoà, Việt Yên, TP Bắc Giang và UBND các xã, phường có chủ thể sản xuất sản phẩm OCOP tổ chức kiểm tra việc chấp hành các quy định đối với các sản phẩm OCOP đã được cấp giấy chứng nhận OCOP theo quy định. Đồng thời tiến hành khảo sát điều kiện sản xuất kinh doanh thực tế của một số chủ thể có sản phẩm mới đăng ký tham gia đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP năm 2024.

Tổ công tác kiểm tra thực tế tại cơ sở sản xuất 45 sản phẩm được công nhận và sản phẩm mới tham gia của 21 chủ thể sản xuất. Quá trình thực hiện tổ đã kiểm tra các điều kiện về nhà xưởng sản xuất, điều kiện đảm bảo chất lượng, công bố quy trình, sử dụng, quản lý tem nhãn mác OCOP sau khi được chứng nhận, tình hình phát triển sản xuất kinh doanh...

Đồng thời có kiến nghị, định hướng xử lý những tồn tại mà chủ thể còn thiếu sót nhằm thực hiện đầy đủ Quy chế quản lý sản phẩm thuộc Chương trình OCOP trên địa bàn tỉnh Bắc Giang.



Ứng dụng vách kính trượt dọc tự động thuận tiện chuyển ban công mở thành không gian phòng kín.

Cửa thông minh: Giải pháp mới cho gia đình đa thế hệ

THÙY DƯƠNG

Trong thời đại công nghệ AI ứng dụng rộng rãi vào mọi lĩnh vực của cuộc sống, nhiều gia đình đã đầu tư các thiết bị thông minh như: tivi điều khiển bằng giọng nói, đèn cảm ứng, robot hút bụi... Cùng với đó, cửa thông minh cũng là xu thế được ưu tiên lựa chọn.

Vận hành thuận tiện với mọi thành viên

Cửa thông minh mang lại sự tiện lợi, linh hoạt cao cho các thành viên trong gia đình khi tích hợp

đồng thời đa phương thức vận hành. Với những người già, việc ghi nhớ mật khẩu gặp nhiều khó khăn thì chức năng mở khóa bằng nhận diện khuôn mặt, điều khiển bằng giọng nói, sử dụng vân tay sẽ đơn giản và dễ dàng hơn. Còn với người trẻ, vận hành qua app điện thoại là hình thức lý tưởng, đặc biệt khi cần điều khiển mở cửa từ xa cho người thân vào nhà.

Ngoài ra, khác với các loại khóa thông minh trên thị trường hiện nay, thay vì sử dụng pin, cửa thông minh kết nối nguồn điện ngoài ổn định, bảo đảm vận hành không bị gián đoạn. Điều này mang lại sự yên tâm cho các thành viên, đặc biệt khi

có trẻ nhỏ hoặc người già ở nhà một mình.

Bảo mật đa lớp, cảnh báo người lạ

Ngày nay, các công nghệ tiên tiến ứng dụng trong cửa thông minh như Liveness Check sử dụng sinh trắc học, phân tích các đặc điểm và phản ứng vật lý, xác minh thực thể sống, giúp ngăn chặn tối đa các hình thức giả mạo khuôn mặt bằng ảnh in, ảnh trên video, mặt nạ 3D...

Một số loại cửa còn cho phép truy cập mốc lịch sử thời gian; gửi cảnh báo tới gia chủ khi phát hiện người lạ xuất hiện liên tục trong vùng nhận diện, giúp nâng



Cửa bản lề sàn thể hệ mới thiết kế mở quay tự động 2 chiều trang bị “bộ ba” cảm biến (cảm biến chuyển động, cảm biến vật cản, cảm biến lực) đảm bảo độ an toàn cao cho người sử dụng.

cao bảo mật, đề phòng cảnh giác trước các đột nhập bất hợp pháp.

An toàn sức khỏe

Các sản phẩm cửa hiện đại sử dụng kính cao cấp có khả năng loại bỏ tới 99% tia cực tím (tia UV/tia tử ngoại), là tác nhân gây đen da, sạm da, lão hóa da, ung thư da và gây hại đối với mắt. Đây là điểm quan tâm của nhiều chị em phụ nữ, nhất là khi gia đình có con nhỏ. Loại bỏ những nỗi lo thường trực, gia chủ hoàn toàn an tâm cho trẻ tắm nắng và vui chơi trong môi trường yên tĩnh, mát mẻ, tràn ngập ánh sáng tự nhiên.

Hơn nữa, các giải pháp cửa thông minh còn trang bị cảm biến lực/cảm biến vật cản, thiết kế chống kẹt tay, giúp hạn chế tối đa các va chạm không đáng có, nâng cao tính an toàn khi vận hành.

An toàn phòng hỏa hoạn

Nếu như các loại cửa gỗ chống cháy, cửa thép chống cháy cấu tạo từ các vật liệu khó bén lửa, ngăn cháy lan, kéo dài thoát hiểm cho người trong nhà thì cửa thông minh thể hệ mới lại được trang bị hệ thống cảm biến khói.

Nhờ thế, cửa sẽ kích hoạt tự động mở để thoát khí độc, bảo đảm an toàn cho gia chủ khi có dấu hiệu hỏa hoạn.

Chủ động trước sự thay đổi của thời tiết

Một trong những ưu điểm của cửa nhôm kính hiện đại là tạo tầm nhìn thoáng đãng, tăng khả năng lấy sáng, lưu thông gió, đón nắng tự nhiên. Song gia chủ phải luôn chú ý những cơn mưa dông bất chợt để đóng cửa lại, tránh hắt nước vào nhà.

Khắc phục nhược điểm đó, cửa thông minh ngày nay có tùy chọn tích hợp cảm biến thời tiết, tự động đóng lại khi trời mưa, giúp bảo vệ đồ nội thất, tài sản của các gia đình.

Thuận tiện vệ sinh

Trước đây, hệ vách kính lắp đặt ở các vị trí cao tầng phía ngoài nhà thường phải đu dây mới lau chùi được sáng bóng. Ngày nay, thiết kế vách kính thể hệ mới cho phép tách từng lớp kính, người dùng dễ dàng vệ sinh sạch sẽ khi đứng ở trong phòng. Vì thế, mọi thành viên trong gia đình cùng

có thể đảm nhiệm công tác vệ sinh cửa định kỳ. Các dòng cửa thông minh trên thị trường hiện tích hợp đa công năng, sở hữu nhiều ưu điểm vượt trội. Nếu gia đình bạn đang cần trang bị cửa thông minh cho ngôi nhà, hãy tham khảo các giải pháp mới nhất đến từ thương hiệu Eurowindow.

Đội ngũ chuyên gia, kỹ thuật viên, kỹ sư được đào tạo bài bản, có trình độ chuyên môn cao, tác phong làm việc chuyên nghiệp, luôn đồng hành với đối tác/khách hàng từ khâu tư vấn, thiết kế cho tới thi công, bảo trì, bảo hành sản phẩm. Tâm huyết của Eurowindow là mang đến những trải nghiệm hoàn hảo, tạo giá trị khác biệt cho các công trình.

Từ nay tới hết 31/5/2024, Eurowindow triển khai CTKM “Đón cửa tân gia - Nhận quà nghỉ dưỡng”. 100% khách hàng ký hợp đồng/phụ lục hợp đồng mua sản phẩm của Eurowindow lắp đặt cho công trình nhà riêng trên toàn quốc đều được tặng quà hấp dẫn. Trong đó, tặng kỳ nghỉ lên tới 7 ngày tại Radisson Blu Resort Cam Ranh tiêu chuẩn 5 sao quốc tế đối với GTHĐ từ 100 triệu đồng trở lên.

Ngoài ra, Eurowindow tặng thêm 3 năm bảo hành ngoài thời gian bảo hành sản phẩm theo chính sách quy định hiện hành, giảm thêm 2% khi KH thanh toán 100% giá trị ngay sau khi ký HĐ/PLHĐ.

Để tìm hiểu sản phẩm và cập nhật ưu đãi mới nhất, Quý KH vui lòng truy cập website: www.eurowindow.biz hoặc liên hệ hotline: miền Bắc (0909.888.000), miền Trung (0906.000.111), miền Nam (0903.11.8888).

Dấu ấn mới của thể thao Thanh Hóa

LÊ VIỆT



Thể thao Thanh Hóa những năm gần đây đã phát triển khá mạnh và đồng đều, nhiều môn thể thao đã đạt thành tích ấn tượng tạo dấu ấn mới. Liên tục 3 kỳ đại hội TDTT toàn quốc lần thứ VII, VIII, IX, Thanh Hóa luôn có số lượng VĐV đạt huy chương cao, xếp thứ 4 toàn đoàn trong tổng số 65 tỉnh, thành, ngành. Đặc biệt, năm 2023, đội bóng đá Đông Á Thanh Hóa đoạt chức vô địch cúp quốc gia và siêu cúp quốc gia.

Trong những năm gần đây, phong trào TDTT của tỉnh Thanh Hóa đã liên tục gặt hái nhiều thành công. Hoạt động TDTT cho cộng đồng hàng năm luôn có bước tiến bộ, nhân dân các địa phương luôn quan tâm ủng hộ. Phong trào xây dựng Gia đình thể thao và CLB TDTT cơ sở được phát triển rộng ở nhiều nơi. Công tác xã hội hoá bước đầu đã thu được kết quả cao, người dân tự nguyện đóng góp công sức, kinh phí xây dựng cơ sở vật chất cho hoạt động TDTT ngày càng nhiều.



Tính đến năm 2023 số người tham gia tập luyện TDTT thường xuyên đạt trên 44% dân số; Gia đình thể thao đạt trên 30% số hộ; CLB TDTT tăng 30 CLB lên 3530 CLB toàn tỉnh.

Thanh Hóa là tỉnh có nhiều môn thể thao chiếm vị thế trong làng thể thao cả nước. Nhiều VĐV Thanh Hóa đạt thành tích cao trên các đấu trường trong nước, khu vực và thế giới.

Chỉ tính trong năm 2023 đã có nhiều vận động viên ghi dấu ấn cho thể thao của tỉnh như: VĐV điền kinh Quách Thị Lan, Lê Trọng Hình đoạt HCV, Quách Công Lịch...

Thanh Hóa cũng là địa phương tổ chức thành công các giải thể thao thành tích cao quốc gia năm 2023; thành lập nhiều đoàn tham gia thi đấu các giải quốc gia, quốc tế. Trong đó, tiêu biểu là VĐV Phạm Ngọc Châm giành được HCD môn Taekwondo tại ASIAD 19.

SEA Games 32 tổ chức tại Campuchia, các VĐV Thanh Hóa giành 17 huy chương các loại, trong đó có 7 HCV; 5 HCB; 5 HCD.

Đội bóng chuyên nữ Xi măng Long Sơn - Thanh Hóa tham gia thi đấu giải Bóng chuyên Vô địch quốc gia cúp Hóa chất Đức Giang năm 2023. Về bóng đá, U9 Việt Hùng Thanh Hóa giành HCB Giải bóng đá U9 toàn quốc năm 2023. Đội bóng đá U19 Thanh Hóa giành chức vô địch Giải bóng đá U19 quốc gia năm 2023; đội bóng đá Đông Á Thanh Hóa vô địch cúp Quốc gia năm 2023 và Siêu cúp quốc gia - THACO 2023.



Khó có thể đếm hết những tài năng của thể thao Thanh Hóa. Họ đều là những người đã làm nên màu cờ sắc áo xứ Thanh trên đấu trường thể thao trong nước và quốc tế. Từ những gương mặt này mà số lượng huy chương của Thanh Hóa đã liên tục tăng cao qua các năm. Năm 2010, trong lần xác lập lại thứ hạng thể thao các tỉnh, thành, ngành tại Đại hội TDTT toàn quốc lần thứ VI, các VĐV của Thanh Hóa đã vươn từ vị trí thứ 12 lên vị trí thứ 6 cả nước. Tại Đại hội TDTT toàn quốc lần thứ VII năm 2014 đến

đại hội TDTT toàn quốc lần thứ VIII, thứ IX, Thanh Hóa liên tục năm giữ vị trí thứ 4 toàn quốc chỉ sau TP Hà Nội, TP Hồ Chí Minh và quân đội...

Kết quả đạt được khẳng định sự nỗ lực vượt bậc, sự rèn luyện tích cực của đội ngũ HLV, VĐV và tập thể cán bộ nhân viên toàn ngành cùng sự quan tâm đầu tư tích cực của địa phương. Phát huy thành tích đã đạt được, thể thao Thanh Hóa trong năm 2024 và những năm tới tiếp tục hành trình cho những đỉnh cao mới.

PVcomBank: Đa dạng ưu đãi dịch vụ thanh toán quốc tế

ĐỨC VƯỢNG

Sở hữu mạng lưới thanh toán toàn cầu đa dạng cùng nền tảng công nghệ hiện đại, Ngân hàng TMCP Đại Chúng Việt Nam (PVcomBank) không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế.

Theo chương trình ưu đãi “Chuyển tiền quốc tế - Chuyển là yêu” đang triển khai đến hết 31/12/2024, các khách hàng cá nhân mới (hoặc khách hàng đã có CIF nhưng chưa thực hiện giao dịch chuyển tiền đi quốc tế trong năm 2023) sẽ được miễn phí chuyển tiền của PVcomBank và điện phí cho giao dịch chuyển tiền đi quốc tế đầu tiên. Vào các “ngày vàng” thứ 5 hàng tuần, ưu đãi này cũng được áp dụng cho khách hàng đã và đang sử dụng

dịch vụ chuyển tiền quốc tế, các khách hàng là Hội viên Dịch vụ ưu tiên tại PVcomBank.

Thời gian gần đây, dịch vụ chuyển tiền quốc tế trên ứng dụng PV Mobile Banking đã liên tục được nâng cấp, hoàn thiện nhằm đáp ứng nhu cầu trải nghiệm xuyên suốt của khách hàng một cách nhanh chóng, chính xác chỉ bằng vài thao tác đơn giản. Thay vì mất thời gian giao dịch trực tiếp tại quầy, khách hàng có thể



KẾT NỐI



Khách hàng chuyển tiền quốc tế online trên ứng dụng PV Mobile Banking được miễn phí chuyển tiền của PVcomBank và điện phí.

tự thực hiện chuyển tiền quốc tế mọi lúc, mọi nơi qua kênh số và hưởng ưu đãi miễn phí chuyển tiền của PVcomBank và điện phí.

Không chỉ đa dạng về mục đích chuyển tiền, bao gồm: chi phí học tập, chi phí khám chữa bệnh; đi công tác; thăm viếng, du lịch; trả các loại phí ở nước ngoài; trợ cấp người thân, đồng thời đa dạng về các loại ngoại tệ áp dụng (USD, EUR, GBP, AUD, SGD, JPY), cùng với hạn mức lên đến 50.000 USD/giao dịch. Sản phẩm chuyển tiền quốc tế online còn mang đến nhiều tiện ích hơn so với phương thức truyền thống khi mọi thao tác từ khởi tạo hồ sơ, bổ sung hồ sơ, xác nhận lệnh chuyển tiền, truy vấn giao dịch đều được thực

hiện và cập nhật kết quả ngay trên ứng dụng PV Mobile Banking.

Ưu đãi chuyển tiền quốc tế cũng hướng đến nhóm khách hàng tiêu thương, hộ kinh doanh. Theo đó, tất cả các khách hàng mới thuộc phân khúc này đều được miễn phí chuyển tiền của PVcomBank cho 3 giao dịch chuyển tiền đi quốc tế đầu tiên, từ các giao dịch tiếp theo giảm 50%. Với các khách hàng doanh nghiệp siêu nhỏ đã và đang sử dụng dịch vụ chuyển tiền quốc tế của ngân hàng, ưu đãi miễn phí chuyển tiền của PVcomBank và điện phí sẽ được áp dụng vào các “ngày vàng” thứ 5 hàng tuần.

“Thông qua các chương trình ưu đãi dành cho dịch vụ chuyển

tiền quốc tế được áp dụng đa dạng đối với nhiều phân khúc khách hàng đặc thù, PVcomBank mong muốn sẽ tiếp tục mang đến những giải pháp tài chính tối ưu nhằm nâng cao trải nghiệm người dùng, thúc đẩy hoạt động giao dịch, thanh toán quốc tế đồng thời hướng tới mục tiêu chuyên đổi số toàn diện, đáp ứng trọn vẹn nhu cầu của khách hàng”, đại diện PVcomBank chia sẻ.

Đối với khách hàng tổ chức, PVcomBank cũng triển khai chương trình ưu đãi đến hết 30/6/2024. Các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực xuất nhập khẩu mở mới tài khoản sẽ nhận ngay 1 tài khoản thanh toán số đẹp miễn phí (VND hoặc USD), đồng thời được miễn phí chuyển tiền của PVcomBank cho 3 giao dịch chuyển tiền quốc tế đầu tiên và giảm 50% đối với các giao dịch tiếp theo. Đối với dịch vụ thanh toán trong nước, PVcomBank giảm tới 50% phí giao dịch tiền mặt, chuyển tiền trong nước, phí kiểm đếm cho khách hàng.

Với các doanh nghiệp có hoạt động tài trợ thương mại, PVcomBank áp dụng chính sách giảm 50% phí dịch vụ Thư tín dụng, Nhờ thu, CAD, chuyển tiền quốc tế cho cả khách hàng mới và khách hàng hiện hữu vào các “ngày vàng” thứ 4 hàng tuần.

Ngoài ra, các gói combo theo giá trị (BizBlock) hoặc theo thời gian (BizMax3612) cũng mang đến cho khách hàng tổ chức những phương án tài chính phù hợp khi có thể thực hiện chuyển tiền quốc tế không giới hạn cả về số lần chuyển và số tiền chuyển trong kỳ, giúp tối ưu chi phí hoạt động, qua đó gia tăng hiệu quả kinh doanh.



Khách hàng cá nhân được miễn phí chuyển tiền của PVcomBank cho 3 giao dịch chuyển tiền đi quốc tế đầu tiên.



PVcomBank triển khai ưu đãi chuyển tiền quốc tế dành cho khách hàng tổ chức đến hết 30/6/2024.

Báo cáo phát triển bền vững của Vinamilk: Đề tâm thay đổi - Net Zero 2050

THU AN



Là một doanh nghiệp được đánh giá cao về các thực hành ESG, báo cáo phát triển bền vững (PTBV) của Vinamilk luôn được các nhà đầu tư, cộng đồng quan tâm, nghiên cứu kỹ lưỡng. Năm thứ 12 công bố, báo cáo PTBV năm 2023 được Vinamilk chọn chủ đề “Đề tâm thay đổi - Net “Zero 2050”.

Theo chuẩn mực quốc tế nhưng gần gũi với người đọc

Vinamilk ra mắt cuốn báo cáo PTBV đầu tiên vào năm 2012, phát hành tự nguyện và độc lập với báo cáo thường niên. Tại thời điểm đó, chưa có các yêu cầu bắt buộc về lập và công bố báo cáo PTBV. Báo cáo được tham chiếu theo Chuẩn mực Sáng kiến Báo cáo toàn cầu về lập báo cáo PTBV (GRI Standards) được phát hành bởi Global Sustainability Standards Board vào năm 2016, điều chỉnh năm 2021. Đây là chuẩn mực quốc tế và phiên bản mới nhất về lập báo cáo PTBV.

Năm 2023, chủ đề của báo cáo là “Đề tâm thay đổi - Net Zero

2050”, thể hiện các nội dung liên quan đến lộ trình thực hiện mục tiêu Net Zero của Vinamilk như kiểm kê khí nhà kính theo ISO 14064, các đơn vị đạt trung hòa carbon theo tiêu chuẩn quốc tế PAS 2060:2014, các chương trình hành động...

Nội dung báo cáo bao gồm phương thức quản lý, mục tiêu nhằm phác họa toàn cảnh bức tranh hoạt động trong năm, và định hướng PTBV cho tương lai. Đề cao yếu tố minh bạch, báo cáo PTBV của Vinamilk luôn được bảo đảm bởi đơn vị kiểm toán độc lập.

Nói về việc thực hiện báo cáo PTBV từ sớm, kể cả khi chưa có các quy định bắt buộc, bà



Báo cáo PTBV năm 2023 có nhiều điểm đổi mới về cả hình thức và nội dung.



Báo cáo PTBV Vinamilk là tài liệu nghiên cứu hữu ích cho các em học sinh

Trần Thái Thoại Trân - Giám đốc Phòng Kiểm soát nội bộ và Quản lý rủi ro Vinamilk cho biết: “Để có thể quản lý hiệu quả khía cạnh PTBV, nền tảng cơ bản cần bắt đầu chính là cơ sở dữ liệu và sự hiểu biết về dữ liệu.

Với phương châm những gì đo lường được thì quản lý được, đằng sau mỗi cuốn báo cáo là kho dữ liệu khổng lồ, giúp Vinamilk có được bức tranh đúng và đủ về thực hành PTBV của công ty. Điều này cũng giúp chúng tôi cung cấp được dữ liệu chính xác,

minh bạch và thống nhất cho các bên liên quan”.

Việc các doanh nghiệp niêm yết lập báo cáo ESG hay rộng hơn là báo cáo PTBV được xem là yếu tố quan trọng trong quá trình nâng hạng thị trường chứng khoán. Công bố báo cáo PTBV là thực hành rất cần thiết của doanh nghiệp thể hiện sự minh bạch, chuyên nghiệp và chú trọng cho PTBV.

Được biết, Vinamilk có hẳn một quy trình cho việc lập báo cáo, theo đó, nhân sự được phân công cụ thể đến từng lĩnh vực và đơn vị thành viên để việc thu thập dữ liệu, soạn thảo, công bố được bảo đảm. Có thể nói, với 12 cuốn báo cáo PTBV có hàm lượng thông tin, dữ liệu khổng lồ, Vinamilk là một ví dụ điển hình về sự chủ động và chuyên nghiệp. Cũng nhờ đó, doanh nghiệp này thường xuyên góp mặt tại các



Đại diện Vinamilk nhận giải Nhất báo cáo PTBV trong Cuộc bình chọn doanh nghiệp niêm yết 2023.

giải thưởng lớn với các vị trí dẫn đầu về báo cáo PTBV và thường được đánh giá là “đáng mong chờ” hàng năm.

Từ năm 2019 đến nay, Vinamilk cũng giảm dần phát hành bản in và phát triển phiên bản trực tuyến sinh động, giúp người xem dễ dàng tra cứu những thông tin cần thiết và góp phần giảm giấy in, bảo vệ môi trường. Điều này cho thấy nỗ lực của doanh nghiệp trong việc cải tiến cuốn báo cáo vốn khô khan, nhiều số liệu trở nên sinh động, dễ hiểu hơn với công chúng, thậm chí là giới trẻ hay các em học sinh.

Theo ông Trương Hiền Phương - Giám đốc Cấp cao CTCP Chứng khoán KIS Việt Nam, báo cáo PTBV ngày càng được quan tâm và đánh giá cao bởi nhiều nhà đầu tư trước khi ra quyết định đầu tư vào các mã cổ phiếu.

Với những doanh nghiệp minh bạch thông tin và số liệu PTBV, đối tượng đầu tiên họ thu hút là những nhà đầu tư tổ chức, nhà đầu tư chuyên nghiệp nước ngoài, nhà đầu tư lớn bởi những đơn vị này thường quan tâm đến quản trị và chiều sâu sản xuất - kinh doanh, tính trách nhiệm của doanh nghiệp với cộng đồng. Về lâu dài, các thực hành PTBV của các doanh nghiệp này cũng sẽ tác động đến nhà đầu tư cá nhân.

Làm báo cáo vì lợi ích cho chính doanh nghiệp

“Cá nhân tôi đánh giá cao xu hướng công bố báo cáo PTBV vì thế giới đã đi trước 10-20 năm, nhưng mới được phổ biến ở Việt Nam trong những năm gần đây. Hiện nay mới có doanh nghiệp lớn chủ động công bố báo cáo PTBV. Tôi hy vọng, sau này những doanh nghiệp nhỏ và

vừa sẽ nhận ra điểm mạnh và sẽ đi theo xu hướng này để có thể mang đến những lợi ích tốt hơn cho người tiêu dùng, cộng đồng và xã hội”, ông Phương cho biết thêm.

Đại diện Hội đồng bình chọn của Cuộc bình chọn doanh nghiệp niêm yết 2023 chia sẻ: “Báo cáo của Vinamilk tiếp tục là một báo cáo chuẩn, bao gồm đầy đủ các chỉ tiêu và lãnh vực quan trọng; được trình bày súc tích, gọn gàng với số lượng trang báo cáo trong mức vừa phải.

Ngay từ đầu báo cáo, thông điệp của Tổng giám đốc đã cho thấy một sự cam kết cao của Ban lãnh đạo Vinamilk và sự lồng ghép thành công yếu tố PTBV vào trong chiến lược kinh doanh. Điều này thể hiện ở các định hướng và cam kết nghiêm túc “đưa phát thải ròng bằng 0 (Net Zero) vào năm 2050”.

EVNSPC

và hành trình 20 năm đưa điện ra đảo ngọc

H. PHƯƠNG

Với những nỗ lực vượt bậc của ngành điện, người dân Phú Quốc đã có điện lưới quốc gia sử dụng. Từ đó, tạo đà cho đảo ngọc phát triển, nâng cao năng lực cạnh tranh và thu hút đầu tư mạnh mẽ, đặc biệt là du lịch.



Tập kinh khí máy dệt ở Phú Quốc thành công vào tháng 7/2016

Kéo điện vượt biển

Gần nửa thế kỷ trước, cuối năm 2001, hệ thống điện ở đảo Phú Quốc (do UBND tỉnh Kiên Giang quản lý) chỉ gồm 41 km đường dây trung thế, 44 km đường dây hạ thế, với 1 trạm phát điện diesel công suất khoảng 3 MW gồm 2 máy phát DG72 và 3 máy phát Caterpillar, cấp điện cho 4.252 khách hàng với sản lượng điện tiêu thụ cả năm chưa đầy 6 triệu kWh. Việc cấp điện cho người dân, doanh nghiệp trên đảo khi phải chạy máy phát diesel với chi phí cao.

Đầu năm 2002, Công ty Điện lực 2 (nay là Tổng công ty Điện lực miền Nam - EVNSPC) tiếp nhận trạm phát điện, lưới điện trên đảo Phú Quốc từ tỉnh Kiên Giang và đầu tư đồng bộ vào hệ thống nguồn và lưới điện. Từ chỗ chỉ cung cấp nhu cầu TT. Đồng Đường và xã An Thới đến năm 2002, điện được đưa đến hầu hết các xã, thị trấn trên toàn đảo với 95 km đường dây trung thế, 89 km đường dây hạ thế, 192 trạm biến áp phân phối với tổng dung lượng là 23.070 kVA; 1 phân xưởng diesel với quy mô 24,7 MW hoạt động 24/24 giờ.



Thị trường điện cấp và vận hành đường dây 220kV Kiên Bành - Phú Quốc (Kiên Giang)

Xác định nỗ lực cấp điện cho phát triển Phú Quốc là nhiệm vụ chính trị quan trọng, EVNSPC đã đầu tư dự án cấp ngầm 110kV xuyên biển, đưa điện từ đất liền ra đảo. Với những nỗ lực không ngừng, ngày 22/2004, EVNSPC chính thức đồng điện, đưa vào vận hành công trình đường dây cáp ngầm 110kV xuyên biển Kiên Bành - Phú Quốc với khả năng truyền tải công suất lên đến 1.310 MW. Đây là công trình đường dây cáp ngầm xuyên biển dài nhất Đông Nam Á, tổng vốn đầu tư hơn 2.300 tỉ đồng, đem đến lưới quốc gia ra đảo, thay thế hoàn toàn nguồn điện diesel. Đáng chú ý, từ thời điểm có điện lưới quốc gia, giá điện tại đảo ngọc cũng vì mức bình quân tương đương với đất liền, giảm gần 50% so với thời điểm chưa có điện lưới quốc gia.

ĐÓN BẦY ĐẾ PHÚ QUỐC CẮT CÀNH

Rẽ từ khi có điện lưới quốc gia, du lịch tại đảo Phú Quốc phát triển vượt bậc, lượng khách du lịch đến đảo tăng mạnh mỗi năm, từ 303.000 lượt du khách vào năm 2015 tăng lên trên 5,1 triệu vào năm 2019. Sau thời gian gần đoạn đo dịch bệnh Covid-19, từ tháng 1 - 10/2023, có gần 5,2 triệu lượt du khách đến Phú Quốc. Đến nay, có nhiều chuyến bay quốc tế bay thẳng đến Phú Quốc với tần suất 2 - 4 chuyến mỗi tuần.

Cùng với việc kéo điện ra đảo, EVNSPC đã liên tục thực hiện đầu tư đồng bộ hệ thống nguồn và lưới điện trên đảo với tổng số vốn hơn 7.080 tỉ đồng. Đến nay, quy mô đường dây trung thế, hạ thế và trạm biến áp phân phối tổng gần 100 tỉ.

đem bảo điện cho số khách hàng tăng gấp 10,5 lần. Phú Quốc sử dụng điện Phú Quốc không ngừng tăng cao và hiện là địa bàn phát triển phú tại sự dụng điện tăng nhanh nhất trong tỉnh Kiên Giang, đồng thời là địa bàn có tỷ lệ khách hàng thường mai - dịch vụ cao nhất.

Để đáp ứng nhu cầu phụ tải sử dụng điện đang tăng nhanh của đảo ngọc, EVNSPC đã tăng công suất trạm biến áp, đồng thời bổ sung đầu tư nhiều công trình điện. Trong đó, đường dây 220kV Kiên Bành - Phú Quốc với tổng mức đầu tư lên đến 2.212 tỉ đồng đã hoàn thành và đồng điện vào cuối tháng 10/2020 sau hơn 3,5 năm triển khai xây dựng.

Ông Nguyễn Phước Đức, Tổng giám đốc EVNSPC cho

biết, đây công là công trình đường dây vượt biển trên lồng cáp điện áp 220kV dài nhất khu vực Đông Nam Á, được triển khai đầu tiên tại Việt Nam. Công trình gần 2 mạch đường dây, tổng chiều dài 80,8 km, trong đó phần đường dây trên biển dài 64,7 km. Công trình đã kịp thời tăng cường năng lực cung ứng điện cho đảo Phú Quốc trên 500MW, gấp 5 lần công suất sử dụng điện hiện nay và đáp ứng nhu cầu về điện đến năm 2035 của Phú Quốc. Tình trạng quá tải nguồn cấp điện cho đảo được giải quyết, điện áp cung cấp điện được nâng cao, bảo đảm cung cấp điện an toàn, ổn định cho nhu cầu phát triển kinh tế, an ninh, quốc phòng và thu hút đầu tư tại TP. Phú Quốc.

Thảo ông Nguyễn Phước Đức, trong giai đoạn đầu tiên, EVNSPC dự kiến đầu tư hơn 1.600 tỉ đồng để tiếp tục thực hiện các công trình đồng bộ cấp điện dự 22 kV - 110 kV - 220 kV như Trạm 220kV Phú Quốc, đường dây và trạm 110kV Phú Quốc - B. Phú Quốc, hoàn thành đoạn còn lại của đường dây 110kV Phú Quốc - Nam Phú Quốc, đồng thời triển khai thực hiện dự án từ cầu trúc lưới điện Phú Quốc.



Thị trường điện cấp và vận hành đường dây 220kV Kiên Bành - Phú Quốc (Kiên Giang)



GOOGLE MAPS



FOOD & BEER

TÂN ĐÀO HOA ĐẢO

NƠI TRẢI NGHIỆM KHÔNG GIAN ẨM THỰC ĐẶC SẮC TẠI CẦN THƠ

SÀNH MÔ THOÁNG MẶT

SÀNH TIỆC & HỘI NGHỊ

HỆ THỐNG CÁC PHÒNG VIP



OPEN: 09:30 AM - 04:00 AM. ĐỊA CHỈ: TRẦN QUANG KHÁI, CẢI KHÊ, MINH KIỂU TP. CẦN THƠ. HOTLINE: 0922 09 09 79 - 0981 961 561.



KẾT NỐI

Nhang sạch **An Viên**®

Sức khỏe bởi từ lòng thành tâm!



Hotline: 1900 2271 (ext: 103)

Website: www.chongachuanvien.com



CÔNG TY CỔ PHẦN MÊ KÔNG

Số 06 Quốc lộ 17, Tầm Vê 1 - Thanh Hóa - Phụng Hiệp - Hậu Giang

VPEO: 22/4/Tr. Trung An Cư, Ninh Kiều, Cần Thơ.

Email: hovienmekong@gmail.com



NHÀ MÁY CHẾ BIẾN THỦY SẢN CÁ VIỆT NAM

Địa chỉ: KCN Thốt Nốt, Phường Thới Thuận, Quận Thốt Nốt, TP. Cần Thơ
ĐT: +84 292 6533981 • Email: sales@vinafish.vn • www.vinafish.vn





CÔNG TY TNHH CÁ VIỆT NAM
 Địa chỉ: Số 26 đường 02 KXD Cần Thơ, Phường Hưng Thạnh, Quận Cái Răng, TP. Cần Thơ
NHÀ MÁY CHẾ BIẾN THỦY SẢN CÁ VIỆT NAM
 Địa chỉ: Khu Công nghiệp Thốt Nốt, Phường Thới Thuận, Quận Thốt Nốt, TP. Cần Thơ
 ☎ +84 292 6533941 ✉ sales@vinafish.vn 🌐 www.vinafish.vn

Nhà Máy Chế Biến Thủy Sản Cá Việt Nam với những sản phẩm và dịch vụ chất lượng nhất ở miền Nam 30 quốc gia trên thế giới được dự thưởng Chất lượng Vàng, Trung Vàng, Chấm Phé, Trung Phé và các nước khác... Luôn đồng lòng, đồng hành, phục vụ tốt quý khách hàng gần xa.

CÔNG TY TÀI CHÍNH TNHH MTV LOTTE VIỆT NAM
BÁO CÁO TÀI CHÍNH NĂM 2023
 (Báo cáo theo Thông tư số 10/2014/TT-NHNN ngày 17 tháng 12 năm 2014)

Chỉ tiêu		Đơn vị tính		Đơn vị tính	
		VNĐ		USD	
I. THÔNG TIN CHUNG					
1. Tên công ty: Công ty Tài chính TNHH MTV Lotte Việt Nam					
2. Địa chỉ: Số 26 Đường 02 Khu Công nghiệp Cần Thơ, Phường Hưng Thạnh, Quận Cái Răng, TP. Cần Thơ					
3. Mã số thuế: 0312345678					
4. Ngày lập báo cáo: 31/12/2023					
5. Đơn vị chịu trách nhiệm: Giám đốc tài chính					
6. Đơn vị kiểm toán: Công ty Kiểm toán độc lập					
7. Đơn vị chứng nhận: Ủy ban Chứng khoán Nhà nước					
8. Đơn vị đăng ký: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
9. Đơn vị lưu trữ: Công ty Lưu trữ chứng khoán					
10. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
11. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
12. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
13. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
14. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
15. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
16. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
17. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
18. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
19. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
20. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
21. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
22. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
23. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
24. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
25. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
26. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
27. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
28. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
29. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
30. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
31. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
32. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
33. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
34. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
35. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
36. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
37. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
38. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
39. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
40. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
41. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
42. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
43. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
44. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
45. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
46. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
47. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
48. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
49. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
50. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
51. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
52. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
53. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
54. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
55. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
56. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
57. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
58. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
59. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
60. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
61. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
62. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
63. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
64. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
65. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
66. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
67. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
68. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
69. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
70. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
71. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
72. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
73. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
74. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
75. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
76. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
77. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
78. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
79. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
80. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
81. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
82. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
83. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
84. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
85. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
86. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
87. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
88. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
89. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
90. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
91. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
92. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
93. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
94. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
95. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
96. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
97. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
98. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
99. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					
100. Đơn vị niêm yết: Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh					









BỆNH VIỆN ĐA KHOA HUYỆN THỌ XUÂN

Địa chỉ: Thị trấn Thọ Xuân - Thọ Xuân - Thanh Hoá
 Điện thoại: 02373.538.538
 Email: bvthoxuan@gmail.com

GÓI TÍN DỤNG TDH 100.000 TỶ ĐỒNG CHO VAY KHCN

CV số 7996/BIDV-SPBL ngày 15/05/2024

- Quy mô Gói:** Dư nợ tối đa 100.000 tỷ đồng (bao gồm các khoản vay đã giải ngân theo công văn 24210/BIDV-SPBL ngày 29/12/2023, công văn 1750/BIDV-SPBL ngày 28/01/2024)
- Thời gian áp dụng:** Đến hết ngày 31/12/2024 hoặc đến khi hết quy mô gói tín dụng hoặc khi Trụ sở chính có văn bản thông báo dừng gói tín dụng tùy điều kiện nào đến trước.
- Lãi suất cho vay cạnh tranh:** Lãi suất cho vay, FTPbv các chương trình tín dụng đối với sản phẩm cho vay phục vụ nhu cầu nhà ở, mua ô tô, phục vụ nhu cầu đời sống bảo đảm bằng SBS, SXKD (bao gồm cả mục đích kinh doanh dịch vụ lưu trú và nhà hàng đối với KHCN (hiện tại theo CV số 4033/BIDV-NHBL ngày 20/07/2020)), cho vay để trả nợ trước hạn tại TCTD khác.

Chương trình	Lãi suất cho vay tối thiểu	FTP bán vốn	Thời gian vay tối thiểu
1.	Tối thiểu 6.0%/năm trong 06 tháng đầu tiên kể từ thời điểm giải ngân lần đầu theo Gói tín dụng	Trong thời gian cố định lãi suất: + Đối với khoản vay có chênh lệch giữa LSCV và FTPbv cơ sở <1%/năm, Áp dụng FTPbv giảm trừ đảm bảo NIMtd của khoản vay (chênh lệch giữa LSCV và FTPbv) là 2%/năm, đồng thời trong mọi trường hợp FTPbv giảm trừ tối đa là 2%/năm. + Đối với khoản vay có chênh lệch giữa LSCV và FTPbv cơ sở từ 1%/năm trở lên: Áp dụng FTPbv giảm trừ 1%/năm so với FTPbv cơ sở. Sau thời gian cố định lãi suất: Áp dụng FTP bán vốn thông thường đối với KHCN tại thời điểm điều chỉnh lãi suất.	36 tháng
2.	Tối thiểu 6.0%/năm trong 12 tháng đầu tiên kể từ thời điểm giải ngân lần đầu theo Gói tín dụng		60 tháng
3.	Tối thiểu 6.0%/năm trong 18 tháng đầu tiên kể từ thời điểm giải ngân lần đầu theo Gói tín dụng		
4.	Tối thiểu 6.0%/năm trong 24 tháng đầu tiên kể từ thời điểm giải ngân lần đầu theo Gói tín dụng		
5.	Tối thiểu 7.5%/năm trong 36 tháng đầu tiên kể từ thời điểm giải ngân lần đầu theo Gói tín dụng		

- LSCV đảm bảo mức chênh lệch so với FTPbv cơ sở > 0 tại mọi thời điểm (FTPbv cơ sở tính toán sau HSRRD).
- LSCV tối thiểu nêu trên áp dụng tại Chi nhánh thuộc các địa bàn: Hà Nội, ĐUP8 ngoài Hà Nội và ĐL sống hằng, TP HCM, ĐUP8 ngoài TP HCM cho vay đối với các khách hàng:
- KH nhận thu nhập (bao gồm đồ lương và/hoặc thu nhập từ hoạt động đầu tư, kinh doanh) trực tiếp qua tài khoản mở tại BIDV; hoặc
 - Đang ký vay, giải ngân thành công qua ứng dụng BIDV Home
- Áp dụng mức LSCV tối thiểu cao hơn 0.2%/năm so với mức tối thiểu của từng chương trình tín dụng đối với các trường hợp:
- Các Chi nhánh trên địa bàn còn lại.
 - Khách hàng không nhận thu nhập qua tài khoản mở tại BIDV và không đăng ký vay, giải ngân thành công qua ứng dụng BIDV Home
- Lãi suất cho vay, FTPbv SP cho vay TDH KHCN phục vụ nhu cầu đời sống không có TSBĐ

Nội dung	Chương trình 1	Chương trình 2
Đối tượng khách hàng	KH công tác tại các EV ngành y, EV giáo dục và KH hiện đang hưởng lương từ NSNN (*)	KH công tác tại các đơn vị còn lại
Điều kiện vay vốn	KH vay vốn là CBNV đã ký kết HĐLĐ có thời hạn từ 1 năm trở lên hoặc Hợp đồng lao động không thời hạn hoặc đã được vào biên chế đang công tác tại các đơn vị chỉ trả thu nhập trực tiếp qua TK BIDV	
Lãi suất cho vay (*)	Tối thiểu 6.7%/năm trong 12 tháng đầu tiên kể từ thời điểm giải ngân lần đầu theo Gói tín dụng (*) Để đảm bảo hiệu quả triển khai Gói CN cho vay với lãi suất cho vay đảm bảo mức chênh lệch so với FTPbv cơ sở > 0 tại mọi thời điểm (FTPbv cơ sở tính toán sau HSRRD)	Tối thiểu 7.2%/năm trong 12 tháng đầu tiên kể từ thời điểm giải ngân lần đầu theo Gói tín dụng
Thời gian vay tối thiểu	36 tháng	
FTP bán vốn	1. Trong thời gian cố định lãi suất: - Khoản vay có chênh lệch giữa LSCV và FTPbv cơ sở <1%/năm, Áp dụng FTPbv giảm trừ đảm bảo NIMtd của khoản vay (chênh lệch giữa LSCV và FTPbv) là 2%/năm, đồng thời trong mọi trường hợp FTPbv giảm trừ tối đa là 2%/năm. - Khoản vay có chênh lệch giữa LSCV và FTPbv cơ sở từ 1%/năm trở lên: Áp dụng FTPbv giảm trừ 1%/năm so với FTPbv cơ sở. 2. Sau thời gian cố định lãi suất: FTPbv thông thường đối với KHCN tại thời điểm điều chỉnh lãi suất.	

(*) Đơn vị ngành y bao gồm bệnh viện, trung tâm y tế, Bộ y tế và các cơ quan trực thuộc Bộ, Sở y tế và các cơ quan trực thuộc Sở y tế địa phương... Đơn vị giáo dục bao gồm trường học các cấp mầm non, tiểu học, trung học cơ sở, trung học phổ thông, trung học nghề, đại học/học viện/cao đẳng, sau đại học, Bộ giáo dục và đào tạo và các cơ quan trực thuộc Bộ, Sở Giáo dục và Đào tạo và các cơ quan trực thuộc Sở giáo dục và đào tạo địa phương... Đối tượng hưởng lương từ Ngân sách nhà nước là cán bộ, công chức, viên chức và người lao động đang hưởng lương từ ngân sách nhà nước. Các nội dung khác không đề cập thực hiện theo quy định SP cho vay phục vụ nhu cầu đời sống không TSBĐ hiện hành.

Giao Chi nhánh chủ động quyết định mức LSCV cụ thể và bổ sung các biện pháp kiểm soát rủi ro đối với khách hàng vay vốn theo gói tín dụng, trong đó lưu ý các trường hợp khách hàng gặp rủi ro về sức khỏe, tình trạng ảnh hưởng đến khả năng trả nợ BIDV.

- Lãi suất cho vay sau thời gian áp dụng LS cho vay cạnh tranh:** Tuân thủ quy định điều hành LSCV đối với KH bán lẻ của BIDV từng thời kỳ, đảm bảo hiệu quả kinh doanh, trong đó khuyến khích CN lựa chọn lãi suất cơ sở tham chiếu bằng lãi suất tiết kiệm VND trả sau kỳ hạn 24 tháng.
- Phí trả nợ trước hạn**

KH trả nợ trước hạn để chuyển khoản vay sang NH khác	Các trường hợp KH trả nợ trước hạn còn lại
Trong 24 tháng đầu tiên: Tối thiểu 2% x số tiền trả nợ trước hạn. Từ tháng 25 đến hết thời gian vay tối thiểu: Tối thiểu 1% x số tiền trả nợ trước hạn.	- Trong 12 tháng đầu tiên: Tối thiểu 1% x số tiền trả nợ trước hạn. - Từ tháng 13 đến hết thời gian vay tối thiểu: Tối thiểu 0.5% x số tiền trả nợ trước hạn.

AGRIBANK NAM THANH HÓA PHÁT HUY VAI TRÒ CHỦ LỰC ĐẦU TƯ NGUỒN VỐN PHÁT TRIỂN NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN

Với sứ mệnh phục vụ phát triển nông nghiệp, nông dân và nông thôn, những năm qua, Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Chi nhánh Nam Thanh Hóa (Agribank Nam Thanh Hóa) đã vận dụng linh hoạt cơ chế chính sách đưa nguồn vốn vay đến với người dân, doanh nghiệp. Từ đó, giúp người dân, doanh nghiệp khai thác hiệu quả tiềm năng, thế mạnh, phát triển sản xuất, kinh doanh, tạo việc làm cho nhiều lao động địa phương.

Agribank Nam Thanh Hóa đã và đang có những đóng góp tích cực vào quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế, giải quyết việc làm, tăng thu nhập, cải thiện chất lượng cuộc sống của người dân tại nhiều địa phương trên địa bàn tỉnh. Để khách hàng nắm bắt được chủ trương, chính sách tín dụng, nhất là tín dụng ưu đãi phục vụ phát triển nông nghiệp và thuận tiện hơn



Khách hàng đến giao dịch tại Hội sở Agribank Nam Thanh Hóa, thị trấn Tân Phong (Quảng Xương).

trong việc tiếp cận nguồn vốn cũng như sử dụng vốn vay được hiệu quả, Agribank Nam Thanh Hóa đã chỉ đạo các chi nhánh, phòng giao dịch Agribank trực thuộc phối hợp với các tổ chức chính trị, đoàn thể và chính quyền địa phương thành lập các tổ vay vốn; hỗ trợ, tư vấn phương án sản xuất, cách quản lý, sử dụng vốn vay. Đồng thời, phân công cán bộ thường xuyên nắm bắt nhu cầu vốn của các thành phần kinh tế để cho vay, đáp ứng kịp thời về vốn sản xuất, kinh doanh cho các thành phần kinh tế. Trong đó, ưu tiên đầu tư vốn cho lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn, vốn cho phát triển chăn nuôi, các làng nghề, trang trại; cho vay xuất khẩu lao động; cho vay nhu cầu tiêu dùng để xây dựng, cải tạo nhà ở nông thôn; cho vay các chương trình kinh tế của địa phương như: chương trình chăn nuôi; mua máy móc thiết bị phục vụ mục tiêu cơ giới hóa đồng bộ trong nông nghiệp; các mô hình ứng dụng khoa học kỹ thuật, công nghệ cao vào sản xuất; cho vay nước sạch và vệ sinh môi trường; đầu tư sản phẩm OCOP...

Cùng với đó, Agribank Nam Thanh Hóa đã triển khai đầy đủ, kịp thời các chính sách như: cơ cấu lại thời hạn trả nợ, xem xét miễn, giảm lãi tiền vay, tiếp tục cho vay mới... hỗ trợ khách hàng bị ảnh hưởng bởi dịch COVID-19 phục hồi hoạt động sản xuất, kinh doanh. Cụ thể, ngân hàng đã triển khai cho vay hỗ trợ lãi suất theo Nghị định số 31/2022/NĐ-CP, lũy kế đến trung tuần tháng 5/2024 đã thực hiện hỗ trợ lãi suất cho hơn 70 khách hàng, doanh số cho vay gần 500 tỷ đồng, số tiền lãi đã hỗ trợ khách hàng gần 7 tỷ đồng. Thực hiện giảm lãi suất hỗ trợ người dân, doanh nghiệp theo chỉ đạo của Tổng Giám đốc Agribank cho 55.000 khách hàng, dư nợ được giảm lãi gần 13.530 tỷ đồng, số tiền giảm lãi trên 62 tỷ đồng... Bên cạnh đó, Agribank Nam Thanh Hóa còn triển khai nhiều chương trình chính sách lãi suất cho vay như: cho vay doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp nhỏ và vừa, doanh nghiệp xuất khẩu; lĩnh vực nông - lâm - thủy sản, chương trình hỗ trợ lãi suất theo Nghị định số 31 của Chính phủ; chương trình cho vay nhà ở xã hội theo Nghị quyết số 33 của Chính phủ, cho vay hỗ trợ các cá nhân hưởng lương ngân sách, cho vay hỗ trợ đối với cán bộ, nhân viên y tế... Qua đó, đã tạo lực bầy tăng trưởng kinh tế tại các địa phương.

Để tạo điều kiện cho người dân, doanh nghiệp thuận lợi trong việc tiếp cận vốn vay ưu đãi phát triển nông nghiệp, nông thôn, Agribank Nam Thanh Hóa cũng đã chủ động thực hiện cải cách hành chính, đơn giản hóa hồ sơ vay vốn theo quy định; đa dạng hóa các kênh dẫn vốn, đưa dịch vụ ngân hàng đến địa bàn nông thôn, trong đó, phối hợp với các tổ chức chính trị - xã hội thành lập, duy trì hoạt động và phát huy hiệu quả của các tổ vay vốn, bảo đảm nâng cao chất lượng tín dụng, hạn chế nợ xấu phát sinh.

Thời gian tới, Agribank Nam Thanh Hóa tiếp tục triển khai kịp thời, hiệu quả các chương trình tín dụng ưu đãi dành cho phát triển nông nghiệp, nông thôn thông qua tổ vay vốn, mở rộng đầu tư tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn, XDNTM trên địa bàn tỉnh với mục tiêu tăng trưởng dư nợ năm 2024 tối thiểu đạt 1.500 tỷ đồng. Ngân hàng tiếp tục triển khai ưu tiên nguồn vốn xây dựng các mô hình ứng dụng công nghệ cao vào sản xuất; các mô hình liên kết trong nông nghiệp từ sản xuất, chế biến, bao tiêu sản phẩm và xuất khẩu để đem lại hiệu quả cao; đầu tư máy móc thiết bị phục vụ nông nghiệp, nông thôn; đầu tư các sản phẩm OCOP. Đồng thời, tích cực triển khai các dịch vụ ngân hàng về địa bàn nông thôn, trọng tâm là mở tài khoản thanh toán, dịch vụ thẻ, dịch vụ ngân hàng điện tử, thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt, thúc đẩy chuyển đổi số.


CÔNG TY TNHH HỒNG ĐỨC

CHÚC MỪNG NGÀY

BẢO CHÍ CÁCH MẠNG VIỆT NAM

(21.6.1925 - 21.6.2024)



 [Thăm và tải tài liệu](#)


CÔNG TY TNHH PHÂN BÓN HỮU CƠ TÂY ĐÔ

CHÚC MỪNG
NGÀY BẢO CHÍ
CÁCH MẠNG VIỆT NAM
21/06

Lĩnh vực hoạt động: Sản xuất, kinh doanh phân bón, giống cây trồng và thuốc bảo vệ thực vật. Các sản phẩm nhóm phân bón hữu cơ, hữu cơ vi sinh và thuốc sinh học được bà con nông dân tin dùng.



Thông tin liên hệ:
☎ 0915.588.53 hoặc 0712.6258679
✉ phatbontaydo@tphcm.vn phatbontaydo@tphcm.vn
Địa chỉ: 12/12/22 Ngã 3 Lũy 32, Xã An Phước, Huyện Hoài Nhơn, Tỉnh Bình Định


TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRÀ VINH
Mang đến cơ hội học tập chất lượng cho cộng đồng





Chúc Mừng
Ngày Bảo Chí Cách Mạng Việt Nam
21/6

Trường Đại học Trà Vinh là thành viên quốc tế Hiệp hội các trường đại học, cao đẳng và học viện Canada - CICA; là thành viên của tổ chức CDIO; nhiều năm liên tiếp trong top 200 trường đại học xanh, phát triển bền vững - theo Uf GreenMetric; World University Rankings và Top 100 trường có ảnh hưởng và đóng góp tích cực cho xã hội - theo WUFI Ranking; Trường đại học chuẩn kiến định chất lượng cơ sở giáo dục theo bộ tiêu chí mới của Bộ GD&ĐT, và 19 chương trình kiểm định chất lượng giáo dục quốc tế EFMD EQUIS, AACSB, ABET.

  
FACEBOOK ZALO WEBSITE

Số 176 Nguyễn Thiện Thuật - K1, P5, Tp. Trà Vinh, tỉnh Trà Vinh
Điện thoại: (+84) 2943.855.245 / Fax: (+84) 2943.855.317
Zalo: 0911202787 - Website: hctv.edu.vn
Email: thvtv@hctv.edu.vn

TÂM TÂM
MINH BẠCH
SÁNG TẠO
THÂN THIỀN


CÔNG TY CỔ PHẦN CẦU ĐƯỜNG ĐÀ NẴNG

Chúc Mừng
NGÀY BẢO CHÍ CÁCH MẠNG VIỆT NAM
21/6 (1925 - 2024)

NGÀNH NGHỀ KINH DOANH CHÍNH:
QUẢN LÝ, BẢO TRÌ, BẢO DƯỠNG HỆ THỐNG HẠ TẦNG
KỸ THUẬT CÔNG TRÌNH ĐƯỜNG BỘ, CẦU, HẦM, HẠO,
NÚT GIAO THÔNG KHÁC MỨC, ĐƯỜNG THUYỀN NỘI ĐỊA,
BẾN CẢNG VÀ BÃI ĐÓNG XE CÁC LOẠI.

Địa chỉ: Số 62, Phạm Hữu Kính, quận Ngũ Hành Sơn, Đà Nẵng
www.cauduongdanang.com.vn
Số điện thoại: 02363.955838



Chung niềm tin Vững tương lai

Chi tiết xem **tại đây**



LIÊN MINH KINH TẾ MIỀN NAM

Địa chỉ: 57 Đường 19, Khu phố 2, Phường An Khánh, Thành phố Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh

Văn phòng đại diện: 85 Cách mạng tháng 8, Phường Bến Thành, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh

Lĩnh vực hoạt động:

- Ứng dụng đặt xe Baolac
- Vận chuyển hàng hoá
- Giải pháp Marketing
- Định vị xe ô tô
- Garage sửa chữa xe ô tô
- Hỗ trợ đăng ký GrabCar, BeCar,...

