

THƯƠNG HIỆU VIỆT

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



KỈ NIỆM 100 NĂM

*Ngày Báo chí
Cách mạng Việt Nam*



**“Nghiêm cấm các hành vi
những nhiễu, tiêu cực, đưa thông tin sai lệch,
không chính xác, ảnh hưởng đến
doanh nghiệp, doanh nhân”**

(Trích Nghị quyết số 68-NQ/TW)



VINATRANS

since 1975



CHÚC MỪNG **100** NĂM
NGÀY BÁO CHÍ CÁCH MẠNG
VIỆT NAM
21/6 1925 - 2025



102C Nguyen Van Cu str, Nguyen Cu Trinh ward, 1st District, Ho Chi Minh city, Viet Nam.



No. 56 Thu Khoa Huan str, Ben Thanh ward, 1st District, Ho Chi Minh city, Viet Nam.



<https://vinatrans.com>



84- 8- 39414919



vinatrans@vinatrans.com



84-8-39404031

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 36-37-38 tháng 06 năm 2025

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@doanhnghepv.vn

Hotline

024 2216 9595

ẤN PHẨM ĐIỆN TỬ DOANH NGHIỆP VIỆT NAM



ISSN 2815 - 6250

www.doanhnghepv.vn

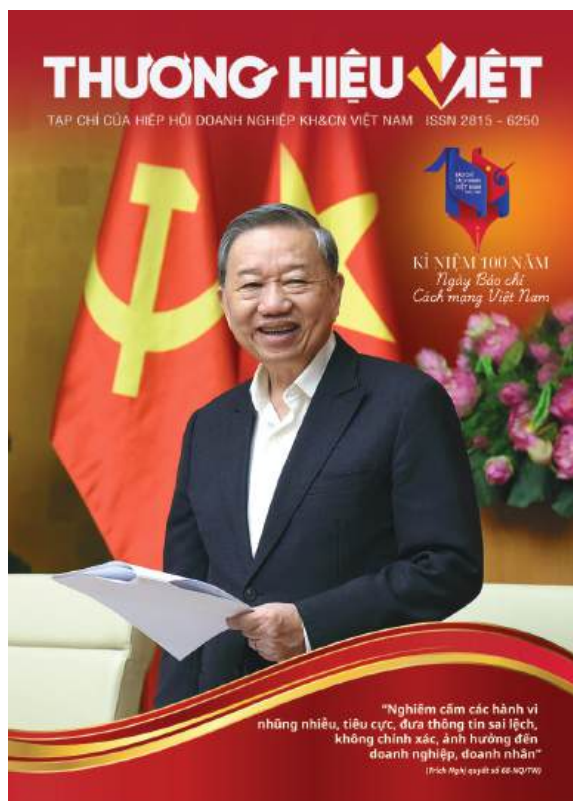
In tại Công ty Cổ phần KH&CN Hoàng Quốc Việt

Giá: 86.000đ



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

TRONG SỐ NÀY



CHUYÊN ĐỀ

100 năm Báo chí Cách mạng Việt Nam: Giữ vững vai trò tiên phong, đồng hành cùng doanh nghiệp	6
Nghị quyết 68: Nghiêm cấm hành vi đưa thông tin sai lệch ảnh hưởng đến doanh nghiệp, doanh nhân	9
Báo chí thời đại số: Cách nào để tạo dấu ấn giữa “rừng” thông tin?	13
Báo chí nâng tầm văn hóa doanh nghiệp	15
Truyền thông thời AI: Cơ hội bùng nổ hay thách thức với doanh nghiệp Việt?.....	18
Khởi nghiệp thành công không đến từ truyền thông hào nhoáng	21

NGHIÊN CỨU & TRAO ĐỔI

8 nhiệm vụ trọng tâm phát triển kinh tế tư nhân.....	24
Hỗ trợ cơ chế, chính sách để hộ kinh doanh “chịu lớn”	28
Doanh nghiệp bản khoăn việc triển khai thực tế Nghị quyết 66 và 68.....	30
Tháo gỡ tình trạng “bỏ ngăn kéo” kết quả nghiên cứu khoa học	33



Tín chỉ carbon: “Tài sản” để doanh nghiệp hội nhập.....	36
Gia tăng giá trị doanh nghiệp nhờ ESG	40

THỜI CUỘC & KINH DOANH

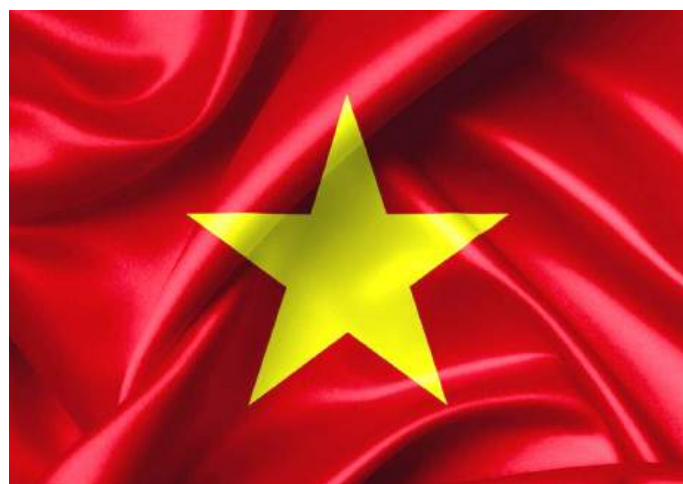
Quốc hội chính thức thông qua nghị quyết đặc biệt phát triển kinh tế tư nhân	42
Tạo đột phá thể chế, nâng tầm kinh tế tư nhân trong kỷ nguyên mới	44
Đẩy mạnh ba đột phá chiến lược số: Thể chế, hạ tầng, nhân lực.....	46

KINH TẾ SỐ

VCCI: Cân nhắc quy định miễn thuế nhập khẩu trực tuyến với đơn hàng giá trị nhỏ	48
Thủ tướng Phạm Minh Chính: 100% số thủ tục với doanh nghiệp phải thực hiện online	50
Gỡ khó trong quản trị bền vững nhờ công nghệ AI	52
Tiềm năng ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong cải cách hành chính công.....	54
Chuyển đổi số: Cuộc chơi không dễ cho doanh nghiệp vừa và nhỏ.....	56

THƯƠNG HIỆU

Xây dựng thương hiệu quốc gia từ công nghệ số	58
CEO Mai Kiều Liên nói gì sau hai năm “chuyên mình” toàn diện của thương hiệu tỷ đô?.....	61



Ứng dụng công nghệ, phân tích dữ liệu lớn để phát triển cả phê bền vững	64
Xuất khẩu cá tra vấp nhiều rào cản, doanh nghiệp xoay trục thế nào?.....	67

DOANH NGHIỆP & DOANH NHÂN

CEO Mai Văn Hưng: Hơn thập kỷ theo đuổi giấc mơ nắm hữu cơ.....	69
Doanh nghiệp công nghệ kỳ vọng bứt phá nhờ chính sách thiết thực	72
Cần hỗ trợ đặc biệt để “khởi nghiệp không thành sạt nghiệp”	74
Thực hành ESG - Mở lối cho doanh nghiệp tiếp cận vốn ưu đãi	76
Nghệ An: Doanh nghiệp ứng dụng AI trong sản xuất, kinh doanh.....	78

THỊ TRƯỜNG & ĐẦU TƯ

Chuyên gia Savills: Sáp nhập địa giới là đòn bẩy hình thành các vùng công nghiệp lớn	80
Phó Thủ tướng Bùi Thanh Sơn: Xử lý ngay khi dân báo hàng giả, hàng kém chất lượng	82
Cửa sáng tăng vốn cho ngân hàng thương mại từ chính sách nới “room” ngoại	84

KẾT NỐI

Người mang đạo vào tre, dựng Nhà An Lành giữa đời..	86
Bắc Giang: Nâng tầm đặc sản địa phương qua chương trình OCOP	88
Agribank Nam Thanh Hóa: Xây dựng hình ảnh “Ngân hàng vì cộng đồng”	90
Hà Tiên ngày càng hấp dẫn thu hút khách du lịch trong và ngoài nước.....	91
Cửu Long Corporation - Giải pháp kinh doanh vận tải toàn diện.....	94
Đón bình minh, ngắm hoàng hôn từ tòa tháp đôi Thiên Quân - Marina Plaza	96

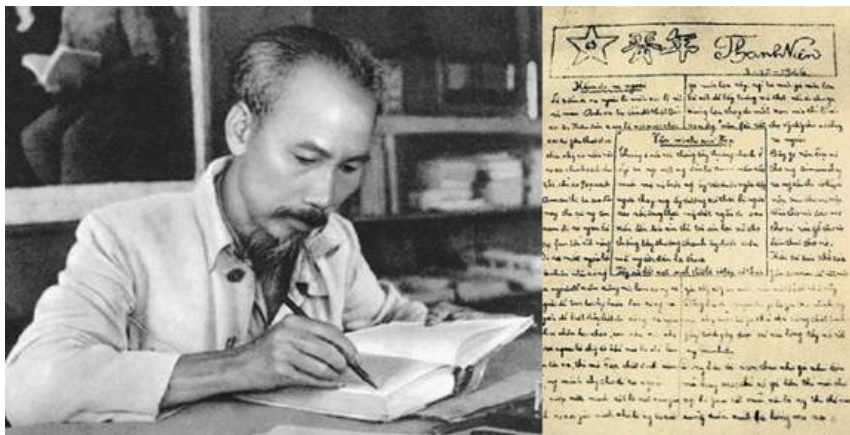
100 NĂM

BÁO CHÍ CÁCH MẠNG VIỆT NAM: GIỮ VỮNG VAI TRÒ TIÊN PHONG, ĐỒNG HÀNH CÙNG DOANH NGHIỆP

AN NHIÊN

Tròn một thế kỷ kể từ khi Lãnh tụ Nguyễn Ái Quốc - Chủ tịch Hồ Chí Minh sáng lập tờ Thanh Niên (21/6/1925) tại Quảng Châu (Trung Quốc), Báo chí Cách mạng Việt Nam luôn đồng hành cùng dòng chảy phát triển của đất nước, cùng cộng đồng doanh nghiệp.





Thanh Niên - tờ báo đầu tiên của nền Báo chí Cách mạng Việt Nam.

Đồng hành cùng doanh nghiệp

Trong dòng chảy không ngừng của nền kinh tế, báo chí không chỉ đưa tin mà còn là người bạn đồng hành, hỗ trợ, kết nối và thúc đẩy doanh nghiệp phát triển.

Báo chí phản ánh trung thực, kịp thời những khó khăn, vướng mắc của doanh nghiệp liên quan đến thủ tục hành chính, các vấn đề thị trường, lao động, vốn, thuế... Nhiều tuyến bài điều tra, phóng sự chuyên sâu đã kịp thời lên tiếng cho cộng đồng doanh nghiệp, từ đó góp phần thay đổi chính sách, cải thiện môi trường đầu tư và thúc đẩy cải cách hành chính.

Không chỉ phản ánh, báo chí còn là lực lượng dẫn dắt dư luận, nâng cao nhận thức xã hội về vai trò của doanh nghiệp trong phát triển đất nước. Qua đó khơi dậy tinh thần khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo, xây dựng văn hóa kinh doanh tử tế, minh bạch, có trách nhiệm.

Một trong những sứ mệnh cao cả của báo chí hiện đại là góp phần kiến tạo môi trường kinh doanh công bằng, minh bạch và bền vững. Báo chí đấu tranh chống lại các biểu hiện tiêu cực, gian

lận thương mại, phá hoại môi trường cạnh tranh lành mạnh...

Báo chí cũng tôn vinh và lan tỏa giá trị tốt đẹp của những doanh nghiệp làm ăn chân chính, ứng xử nhân văn, tiên phong đổi mới công nghệ, chuyển đổi số, phát triển xanh và phát triển bền vững. Đó là cách báo chí truyền cảm hứng, cổ vũ doanh nghiệp đi lên bằng trí tuệ, bản lĩnh và đạo đức kinh doanh.

Trong tiến trình kiến thiết đất nước, báo chí không chỉ phản ánh tiếng nói của doanh nghiệp mà còn tham gia kết nối chính sách, tháo gỡ rào cản, lan tỏa mô hình tốt, thúc đẩy xây dựng môi trường kinh doanh minh bạch, năng động, giàu tính sáng tạo.

Đối với riêng khu vực doanh nghiệp khoa học công nghệ, nơi đang dẫn đầu làn sóng đổi mới sáng tạo ngày nay, báo chí cũng đóng vai trò then chốt trong việc truyền cảm hứng, cổ vũ tinh thần khởi nghiệp, kết nối hệ sinh thái sáng tạo và đưa các sản phẩm trí tuệ Việt ra thế giới.

Lan tỏa trí tuệ Việt trong thời đại mới đồng nghĩa với việc báo chí càng phải khẳng định mình để trở

thành trung tâm kiến tạo tri thức số, nơi tổng hợp, phân tích, dự báo và dẫn dắt xu hướng. Báo chí phải không ngừng nuôi dưỡng tinh thần khai phóng, cổ vũ sáng tạo trong mọi lĩnh vực: từ kinh tế xanh, chuyển đổi số, giáo dục khai phóng cho tới khởi nghiệp đổi mới sáng tạo.

Phụng sự đổi mới sáng tạo hôm nay, báo chí còn góp phần thắp sáng những giấc mơ Việt, tiếp sức cho các thể hệ doanh nhân khát khao vươn ra biển lớn bằng trí tuệ, bản lĩnh và đạo đức.

Liên tục “làm mới” để giữ vững vai trò tiên phong

Bước sang kỷ nguyên số, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và truyền thông đa nền tảng đang làm thay đổi sâu sắc cách con người giao tiếp và tiếp nhận tri thức. Trong bối cảnh ấy, Báo chí Cách mạng Việt Nam càng phải tự làm mới mình để thích ứng.

Khi cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 lan tỏa đến từng ngóc ngách của đời sống xã hội, báo chí không nằm ngoài vòng xoáy ấy. AI (trí tuệ nhân tạo), dữ liệu lớn (big data), mạng xã hội, thuật toán cá nhân hóa... đang thay đổi cách tin tức được sản xuất, phân phối và tiếp cận công chúng.

Không chỉ đưa thông tin, báo chí còn giúp hình thành nhận thức mới về giá trị của tri thức, của tài sản vô hình, của công nghệ lõi và nghiên cứu phát triển, những trụ cột cho tăng trưởng dài hạn.

AI có thể viết bài, tạo video, thậm chí tổng hợp dữ liệu và đưa ra dự báo xu hướng dư luận nhanh chóng. Một số tòa soạn quốc tế

đã thử nghiệm thành công robot phóng viên, chatbot hỗ trợ trả lời độc giả, hay hệ thống phân tích phản hồi công chúng theo thời gian thực.

Ngay cả ở Việt Nam, nhiều cơ quan báo chí cũng đang triển khai các mô hình chuyển đổi số với sự hỗ trợ của công nghệ trí tuệ nhân tạo.

Tuy nhiên, AI cũng đặt ra hàng loạt thách thức. Tin giả, đạo văn, nội dung “vô hồn” do máy móc tạo ra đang tràn lan trên không gian mạng.

Ở góc độ nghề nghiệp, một bộ phận người làm báo vẫn gặp khó khăn trong việc tiếp cận công nghệ mới, thiếu công cụ, kỹ năng và tư duy số. Khoảng cách giữa báo chí truyền thống

và truyền thông số nếu không được thu hẹp, sẽ trở thành rào cản lớn.

Trong thời đại dữ liệu và thuật toán, vai trò của người làm báo ngày càng trở nên quan trọng. AI có thể hỗ trợ tìm kiếm, phân tích, thậm chí tạo nội dung, nhưng không thể thay thế bản lĩnh chính trị, đạo đức nghề nghiệp, nhãn quan xã hội và khả năng phản biện của nhà báo.

Người làm báo hôm nay không chỉ cần giỏi chuyên môn mà còn thành thạo công nghệ, tư duy nền tảng số và sẵn sàng học hỏi suốt đời. Chuyển đổi số trong báo chí không chỉ là số hóa nội dung, ứng dụng công nghệ hiện đại, mà là thay đổi cách nghĩ, cách làm, cách tổ chức lại quy trình tòa soạn, từ thu thập dữ

liệu, sản xuất nội dung, phân phối đến đo lường phản hồi. Một nhà báo mới không thể thiếu tư duy công nghệ và khả năng thích nghi linh hoạt.

Kỷ niệm 100 năm Báo chí Cách mạng Việt Nam không chỉ là dịp nhìn lại một chặng đường vẻ vang, mà hơn thế, là lời nhắc nhở về trách nhiệm tiếp tục khai phóng trí tuệ dân tộc, thổi bùng ngọn lửa sáng tạo cho tương lai.

Từ những dòng chữ giản dị trên giấy in thời xưa tới những siêu dữ liệu hôm nay, bản chất bất biến của báo chí cách mạng vẫn luôn là phụng sự chân lý, truyền cảm hứng đổi mới, đồng hành cùng dân tộc, cùng cộng đồng doanh nghiệp trên con đường phát triển bền vững, nhân văn.



Trong thời đại dữ liệu và thuật toán, vai trò của người làm báo không thể mất đi, mà càng trở nên quan trọng.



Nghị quyết 68: Ng nghiêm cấm hành vi đưa thông tin sai lệch ảnh hưởng đến doanh nghiệp, doanh nhân

LONG VÂN

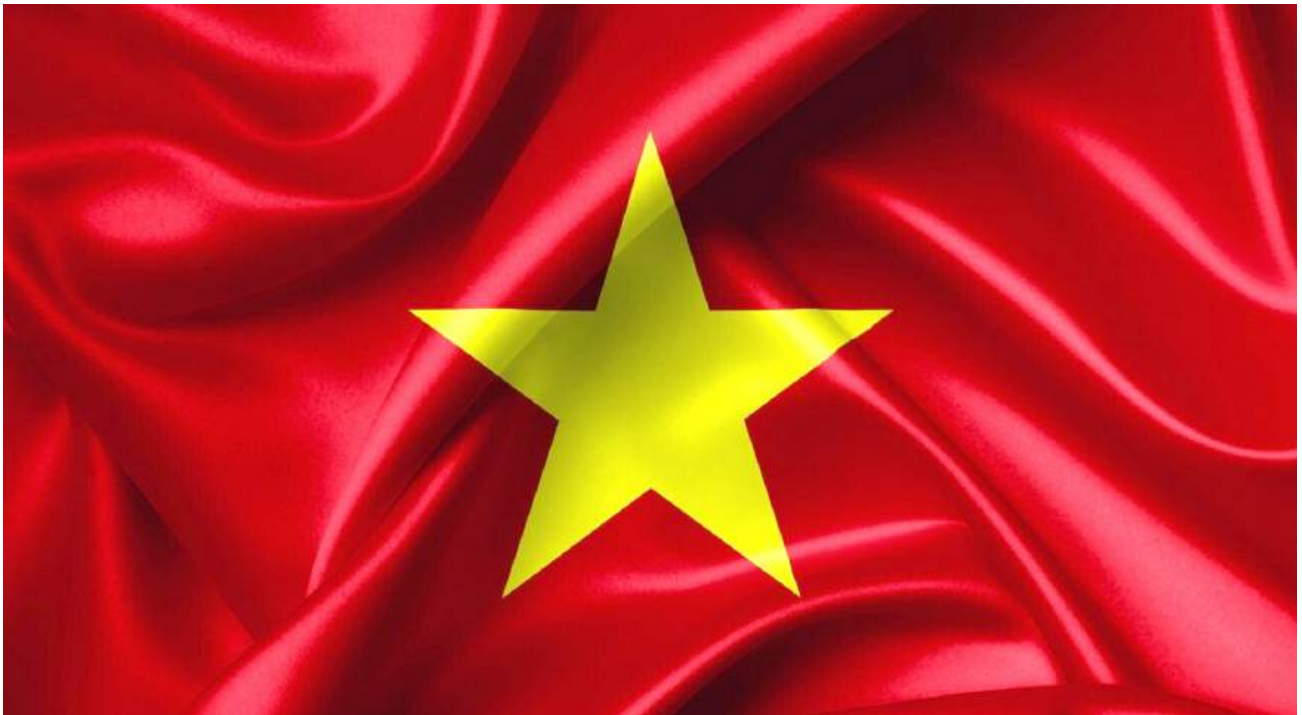


Nghị quyết số 68-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân nêu rõ: nghiêm cấm các hành vi nhữn nhiều, tiêu cực, đưa thông tin sai lệch, không chính xác, ảnh hưởng đến doanh nghiệp, doanh nhân.

Đổi mới tư duy, tạo khí thế mới để phát triển kinh tế tư nhân

Thay mặt Bộ Chính trị, Tổng Bí thư Tô Lâm đã ký Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 4/5/2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân. Nghị quyết nêu rõ: nhất quán nhận thức của các cấp uỷ, chính quyền, cả hệ thống chính trị, cộng đồng doanh nghiệp và nhân dân về vị trí, vai trò của kinh tế tư nhân; củng cố niềm tin,

khát vọng vươn lên và hành động mạnh mẽ của kinh tế tư nhân Việt Nam trong kỷ nguyên mới. Nhà nước kiến tạo, phục vụ, hỗ trợ kinh tế tư nhân phát triển nhanh, bền vững, không can thiệp hành chính vào hoạt động sản xuất, kinh doanh trái với nguyên tắc thị trường; xây dựng mối quan hệ giữa chính quyền với doanh nghiệp cởi mở, thân thiện, đồng hành, liêm chính phục vụ, kiến tạo phát triển.



Đẩy mạnh công tác truyền thông, nâng cao nhận thức và hành động, khơi dậy tinh thần kinh doanh, khởi nghiệp, sự tự tin, tự cường, tự hào dân tộc của mọi người dân để thúc đẩy phát triển mạnh mẽ kinh tế tư nhân. Các cơ quan truyền thông, báo chí cần nâng cao chất lượng, hiệu quả thông tin tuyên truyền, bảo đảm khách quan, trung thực, đầy đủ, cô vũ, lan toả những mô hình tốt, cách làm hay, sáng tạo, hiệu quả, khích lệ tinh thần kinh doanh trong toàn xã hội.

Nghiêm cấm các hành vi những nhiều, tiêu cực, đưa thông tin sai lệch, không chính xác, ảnh hưởng đến doanh nghiệp, doanh nhân.

Đẩy mạnh cải cách, hoàn thiện, nâng cao chất lượng thể chế, chính sách

Đổi mới tư duy xây dựng và tổ chức thực thi pháp luật bảo đảm nền kinh tế vận hành theo cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, sử dụng các công cụ thị

trường để điều tiết nền kinh tế; giảm thiểu sự can thiệp và xoá bỏ các rào cản hành chính, cơ chế “xin - cho”, tư duy “không quản được thì cấm”.

Người dân, doanh nghiệp được tự do kinh doanh trong những ngành nghề pháp luật không cấm. Quyền kinh doanh chỉ có thể bị hạn chế vì lý do quốc phòng, an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội, đạo đức xã hội, môi trường và sức khoẻ của cộng đồng và phải được quy định trong luật.

Hoàn thiện hệ thống pháp luật, xoá bỏ các rào cản tiếp cận thị trường đảm bảo môi trường kinh doanh thông thoáng, minh bạch, rõ ràng, nhất quán, ổn định lâu dài, dễ tuân thủ, chi phí thấp. Minh bạch hóa, số hóa, thông minh hoá, tự động hóa, áp dụng triệt để trí tuệ nhân tạo và dữ liệu lớn trong thực hiện các quy trình, thủ tục hành chính, nhất là về gia nhập, rút lui khỏi thị trường, đất đai, quy hoạch, đầu tư, xây dựng, thuế, hải quan, bảo hiểm, sở hữu trí tuệ, tiêu chuẩn, quy chuẩn...

Trong năm 2025, hoàn thành việc rà soát, loại bỏ những điều kiện kinh doanh không cần thiết, quy định chồng chéo, không phù hợp, cản trở sự phát triển của doanh nghiệp tư nhân; thực hiện cắt giảm ít nhất 30% thời gian xử lý thủ tục hành chính, ít nhất 30% chi phí tuân thủ pháp luật, ít nhất 30% điều kiện kinh doanh và tiếp tục cắt giảm mạnh trong những năm tiếp theo. Triển khai mạnh mẽ việc cung cấp dịch vụ công cho doanh nghiệp không phụ thuộc vào địa giới hành chính. Phấn đấu đến năm 2028, môi trường đầu tư kinh doanh của Việt Nam thuộc nhóm 3 quốc gia hàng đầu ASEAN và nhóm 30 quốc gia hàng đầu thế giới.

Chuyển từ nền hành chính công vụ, quản lý là chủ yếu sang phục vụ và kiến tạo phát triển, lấy người dân, doanh nghiệp làm trung tâm; hiện đại hoá quản trị công, quản trị dựa trên dữ liệu. Thực hiện chuyển mạnh từ tiền kiểm sang hậu kiểm gắn với tăng cường kiểm tra, giám sát. Chuyển việc quản lý điều kiện

kinh doanh từ cấp phép, chứng nhận sang thực hiện công bố điều kiện kinh doanh và hậu kiểm, trừ một số ít lĩnh vực bắt buộc phải thực hiện thủ tục cấp phép theo quy định và thông lệ quốc tế.

Sửa đổi Luật Phá sản, rút ngắn thời gian xử lý các thủ tục pháp lý, mở rộng phạm vi áp dụng chế tài phá sản rút gọn; đẩy mạnh áp dụng thủ tục tố tụng trên nền tảng điện tử, cải cách cơ chế xử lý tài sản. Thiết lập cơ chế đánh giá, phản hồi về các rào cản, vướng mắc trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Khắc phục tình trạng thiếu nhất quán trong thực thi chính sách giữa trung ương và địa phương, giữa các bộ, ngành và giữa các địa phương với nhau.

Thực hiện cơ chế thị trường, không phân biệt đối xử giữa các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế trong huy động, phân bổ và sử dụng các nguồn lực vốn, đất đai, tài nguyên, tài sản, công nghệ, nhân lực, dữ liệu và các nguồn lực tài nguyên khác.

Rà soát, hoàn thiện các chính sách thuế, phí, lệ phí theo hướng bảo đảm đối xử công bằng giữa các thành phần kinh tế, giảm thuế suất, mở rộng cơ sở tính thuế, nhất là thu thuế điện tử khởi tạo từ máy tính tiền; nghiêm cấm lạm dụng quyết định hành chính, hành vi bảo hộ cục bộ của ngành, địa phương. Xử lý nghiêm các hành vi làm hạn chế cạnh tranh, lạm dụng vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền và cạnh tranh không lành mạnh.

Hoàn thiện khung pháp lý cho các mô hình kinh tế mới, kinh doanh dựa trên công nghệ và nền tảng số, đặc biệt là công nghệ tài

chính, trí tuệ nhân tạo, tài sản ảo, tiền ảo, tài sản mã hoá, tiền mã hoá, thương mại điện tử... Có cơ chế thử nghiệm đối với những ngành, lĩnh vực mới trên cơ sở hậu kiểm, phù hợp với thông lệ quốc tế. Hoàn thiện pháp luật, chính sách về dữ liệu, quản trị dữ liệu, tạo thuận lợi cho doanh nghiệp kết nối, chia sẻ, khai thác dữ liệu, bảo đảm an ninh, an toàn.

Tạo mọi thuận lợi trong giải quyết thủ tục hành chính; phân công, phân cấp, phân nhiệm rõ

ràng giữa các cấp, ngành của từng cơ quan, đơn vị, xác định rõ trách nhiệm người đứng đầu trong giải quyết thủ tục hành chính.

Có cơ chế, chính sách đặc biệt hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, bảo đảm theo nguyên tắc thị trường và tuân thủ các cam kết quốc tế; bãi bỏ lệ phí môn bài; miễn thuế thu nhập doanh nghiệp cho doanh nghiệp nhỏ và vừa trong 3 năm đầu thành lập; bố trí đủ nguồn lực từ ngân sách trung ương và ngân sách địa





phương cho các chương trình, chính sách hỗ trợ doanh nghiệp, kết hợp huy động nguồn lực từ các quỹ đầu tư của các doanh nghiệp, hiệp hội doanh nghiệp, ngành hàng, viện nghiên cứu, trường đại học... Tăng cường vai trò của kinh tế tư nhân, doanh nhân trong tham gia góp ý, phản biện chính sách, bảo đảm thực chất, hiệu quả, minh bạch.

Đẩy mạnh phát triển thị trường trong nước, kích cầu tiêu dùng, đa dạng hoá các kênh phân phối, phát triển mạnh các nền tảng số, thương mại điện tử; triển khai thực chất, hiệu quả Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; nâng cấp, đổi mới chương trình xúc tiến thương mại quốc gia; hỗ trợ doanh nghiệp tư nhân xây dựng và quảng bá thương hiệu. Khuyến khích phát triển các tập đoàn bán lẻ tư nhân; có chính sách ưu tiên cho doanh nghiệp nhỏ và vừa, doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo tham gia chương trình, kế hoạch, dự án mua sắm công phù hợp với thông lệ quốc tế. Nâng cao năng lực thực thi, tận dụng các cam kết quốc tế và có cơ chế hỗ trợ hiệu quả giải

quyết tranh chấp quốc tế cho khu vực kinh tế tư nhân...

Bảo đảm và bảo vệ hữu hiệu quyền sở hữu, quyền tự do kinh doanh

Hoàn thiện hệ thống pháp luật thực thi hợp đồng, giải quyết tranh chấp trong lĩnh vực kinh doanh, thương mại, rút ngắn thời gian giải quyết tranh chấp hợp đồng. Có cơ chế đặc thù để xử lý các dự án, hợp đồng tồn đọng kéo dài nhiều năm, gây thất thoát, lãng phí nguồn lực xã hội, cản trở quá trình phát triển của các doanh nghiệp tư nhân, song song với việc xác định vai trò, trách nhiệm của các cơ quan, tổ chức, đơn vị và cá nhân có liên quan theo quy định của pháp luật;

Chấm dứt tình trạng cơ quan nhà nước, doanh nghiệp nhà nước chậm thực hiện nghĩa vụ thanh toán theo các hợp đồng đã ký với các doanh nghiệp tư nhân. Tăng cường tính minh bạch, hiệu lực, hiệu quả của toà án kinh tế, trọng tài thương mại trong xử lý các tranh chấp thương mại quốc tế bảo đảm

nhANH chóng, công bằng, khách quan, bình đẳng.

Rà soát, hoàn thiện và thực thi hiệu quả quy định pháp luật về bảo vệ quyền sở hữu tài sản, trong đó có quyền sở hữu trí tuệ và tài sản vô hình; giảm thiểu rủi ro pháp lý. Có chính sách hỗ trợ định giá, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ trong nước; hỗ trợ khuyến khích các doanh nghiệp tư nhân đăng ký quyền sở hữu trí tuệ ở nước ngoài và các tổ chức quốc tế.

Có chế tài nghiêm khắc đối với hành vi vi phạm về sở hữu trí tuệ, nhất là vi phạm trên không gian thương mại điện tử. Bảo đảm thực hiện trực tuyến toàn trình thủ tục xác lập quyền sở hữu công nghiệp, cắt giảm tối đa thời gian thực hiện thủ tục yêu cầu cấp quyền sở hữu trí tuệ, bảo đảm phù hợp với thông lệ quốc tế.

Chấm dứt tình trạng thanh tra, kiểm tra chồng chéo, trùng lặp, kéo dài, không cần thiết; bảo đảm nguyên tắc chỉ thực hiện thanh tra, kiểm tra mỗi năm 1 lần đối với doanh nghiệp, trừ trường hợp có bằng chứng rõ ràng về việc doanh nghiệp vi phạm; xử lý nghiêm các hành vi lạm dụng thanh tra, kiểm tra để nhũng nhiễu, gây khó khăn cho doanh nghiệp. Xây dựng hệ thống dữ liệu và công cụ trí tuệ nhân tạo cảnh báo sớm về các nguy cơ vi phạm pháp luật.

Ứng dụng mạnh mẽ chuyển đổi số trong hoạt động thanh tra, kiểm tra, kiểm toán. Triển khai thanh tra, kiểm tra trực tuyến, ưu tiên thanh tra, kiểm tra từ xa dựa trên các dữ liệu điện tử, giảm thanh tra, kiểm tra trực tiếp. Miễn kiểm tra thực tế đối với các doanh nghiệp tuân thủ tốt quy định pháp luật.

Báo chí thời đại số: Cách nào để tạo dấu ấn giữa “rừng” thông tin?

THANH MAI

Theo ông Lê Quốc Minh - Tổng Biên tập Báo Nhân Dân, Chủ tịch Hội Nhà báo Việt Nam, đổi mới sáng tạo và ứng dụng công nghệ là yếu tố sống còn để báo chí hiện đại phát triển bền vững và giữ chân độc giả trong bối cảnh truyền thông số phát triển mạnh mẽ.

Tạo dấu ấn bằng sự khác biệt

Tại hội thảo chuyên đề “Đón đầu tương lai báo chí: Kiến tạo mô hình bền vững” mới đây, ông Lê Quốc Minh - Tổng Biên tập Báo Nhân Dân, Chủ tịch Hội Nhà báo Việt Nam đã nhấn mạnh vai trò của đổi mới sáng tạo và ứng dụng công nghệ trong sự phát triển báo chí hiện đại.

Việc nghiên cứu các ứng dụng công nghệ để phục vụ tra cứu thông tin, kiểm chứng thông tin, xây dựng nội dung mang tính gợi ý phục vụ hiệu quả cho sự phát triển của tờ báo là điều các tòa soạn cần quan tâm. Báo chí hiện nay và trong tương lai đang dần đi theo hướng cá nhân hoá, dùng



“Hiện nay nhiều nghiên cứu vẫn chỉ ra rằng, nguồn thu từ báo in chiếm đến 50% tổng thu của các cơ quan báo chí. Trong khi đó, báo điện tử dù nhanh và phổ biến, nhưng lại khó tạo ra nguồn thu ổn định”.

ÔNG LÊ QUỐC MINH

Tổng Biên tập Báo Nhân Dân, Chủ tịch Hội Nhà báo Việt Nam.

những thiết bị đeo trên người, ra lệnh bằng giọng nói. Tuy nhiên, các cơ quan báo chí Việt Nam hiện nay chưa đáp ứng được những xu thế này.

Ông kỳ vọng các cơ quan báo chí định hình mô hình hoạt động bền vững, nâng cao chất lượng nội dung và thích nghi hiệu quả với môi trường truyền thông số.

“Chúng tôi rất mong các lãnh đạo cơ quan báo chí phải thực sự suy nghĩ nghiêm túc về việc đầu tư vào những công nghệ mới, đón đầu xu hướng độc giả, khán thính giả trên những nền tảng mới. Có thính giả, độc giả, khán giả thì chúng ta mới tiếp cận được họ. Còn nếu không thì mọi nỗ lực của tòa soạn là vô ích. Rất mong các tòa soạn cũng



CHUYÊN ĐỀ



có những bước đi đầu tiên...”, ông Minh khuyến nghị.

Bên lề sự kiện, trao đổi sâu hơn về vấn đề này, ông Minh chia sẻ cho rằng, thành công của một tờ báo, tạp chí trong quá khứ không bảo đảm cho tương lai nếu các tòa soạn không liên tục đổi mới. Sự thay đổi liên tục của công nghệ dẫn đến sự thay đổi trong thói quen tiếp nhận thông tin. Người dùng hiện nay thường truy cập các trang báo qua những “cửa ngõ”, như mạng xã hội hoặc công cụ tìm kiếm, chứ không còn trung thành với một tên miền nhất định.

Vấn đề đặt ra là làm sao để độc giả ở lại lâu hơn, đọc bài này rồi đọc tiếp bài khác, và quan trọng hơn, ghi nhớ được dấu ấn riêng của từng tờ báo.

“Nếu không tạo được sự khác biệt, rất khó để tạo dấu ấn. Người ta có thể đọc tin của mình nhưng lại không nhớ đó là từ báo nào. Thậm chí, người ta không nhớ cả tên nhà báo đã bỏ nhiều công sức cho tác phẩm đó”, ông nói.

Theo ông Minh, các tòa soạn cần xác định rõ nhóm độc giả mục tiêu - họ là ai, ở đâu, có thói quen và nhu cầu thông tin thế nào, từ

đó phát triển bản sắc riêng và chiến lược nội dung phù hợp.

“Báo chí hiện nay phải rất lớn hoặc phải có thị trường ngách, song điều quan trọng là phải khác biệt. Không thể chỉ chạy đua số lượng bài viết mỗi ngày mà phải tạo ra sản phẩm thực sự độc đáo, sáng tạo và thu hút”, Chủ tịch Hội Nhà báo Việt Nam nhấn mạnh.

Chia sẻ kinh nghiệm chuyển đổi số tại Báo Nhân Dân, ông Minh cho rằng phải “liều một chút”, dám chấp nhận thất bại. “Làm 10 lần có khi chỉ thành công một hoặc hai lần. Nhưng nếu không làm thì không bao giờ có thành công”, ông nói.

Về vấn đề tài chính - một rào cản phổ biến trong chuyển đổi số, ông Minh khẳng định: “Kinh phí không phải là vấn đề lớn. Có kinh phí thì làm công nghệ cao. Không có vẫn có cách để làm công nghệ phù hợp. Quan trọng là tư duy, cách làm và quyết tâm”.

Thực tế cho thấy nhiều tờ báo địa phương như Báo Đắk Nông, Báo Hải Dương đã chuyển đổi số hiệu quả dù nguồn lực hạn chế, trong khi không ít tờ báo lớn ở trung ương lại chưa thành công.

“Nút thắt” nhân lực công nghệ

Theo Chủ tịch Hội Nhà báo Việt Nam, một trong những trở ngại lớn nhất với các tòa soạn hiện nay không phải tài chính, mà là nhân lực công nghệ.

“Tích hợp một công cụ AI vào tòa soạn chỉ là bước đầu. Quan trọng hơn là phải có đội ngũ đủ năng lực để vận hành, đào tạo, phát triển nó. Một vài kỹ thuật viên là chưa đủ. Phải có cả một đội ngũ công nghệ hiểu sâu về vận hành, và đặc biệt là lãnh đạo cũng cần hiểu để chỉ đạo hiệu quả”, ông Minh phân tích.

Ông cho rằng việc tự xây dựng những mô hình AI riêng với báo chí Việt Nam hiện nay còn gặp rất nhiều khó khăn - từ thiếu nhân lực công nghệ, thiếu tư duy công nghệ đến hạn chế trong năng lực vận hành.

Nhắc đến báo in, ông Minh cho rằng, trong kỷ nguyên số, vai trò của báo in đang dần thu hẹp. Tuy nhiên, báo in không biến mất nếu biết kết hợp sáng tạo với công nghệ và thay đổi cách tiếp cận.

“Hiện nay, nhiều nghiên cứu vẫn chỉ ra rằng nguồn thu từ báo in chiếm đến 50% tổng thu của các cơ quan báo chí. Trong khi đó, báo điện tử dù nhanh và phổ biến, nhưng lại khó tạo ra nguồn thu ổn định”, ông cho biết.

Do đó, theo người đứng đầu Hội Nhà báo Việt Nam, báo in vẫn có thể tồn tại trong một khoảng thời gian nhất định nếu biết đổi mới nội dung, định vị rõ nhóm độc giả mục tiêu và tận dụng công nghệ để gia tăng trải nghiệm người đọc.

Báo chí nâng tầm văn hóa doanh nghiệp

TRÂM ANH



CHUYÊN ĐỀ

Trong thời đại mới, sự phối hợp chặt chẽ giữa báo chí và cộng đồng doanh nghiệp được kỳ vọng sẽ tạo nên sức mạnh tổng hợp, đưa văn hóa doanh nghiệp Việt Nam phát triển, hội nhập và khẳng định bản sắc riêng...



Theo Thủ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hồ An Phong, sự phát triển của doanh nghiệp, văn hóa doanh nghiệp phải có sự đồng hành của báo chí và ngược lại.

Báo chí tham gia kiến tạo, phát triển văn hóa doanh nghiệp

Những năm qua, cộng đồng doanh nghiệp chứng kiến nhiều doanh nghiệp phát triển lớn mạnh, từng bước khẳng định thương hiệu trong nước và tại nhiều quốc gia trên thế giới.

Trong hành trình kiến tạo và lan tỏa những thương hiệu, những

giá trị đem lại từ văn hóa doanh nghiệp, yếu tố then chốt trong sức mạnh nền kinh tế quốc gia, luôn có sự đồng hành của các cơ quan báo chí, truyền thông. Báo chí có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy các giá trị văn hóa doanh nghiệp trong cộng đồng xã hội.

Hội thảo “Báo chí đồng hành xây dựng và phát triển văn hóa doanh



Đại diện các cơ quan báo chí và doanh nghiệp trao đổi tại hội thảo.

nghiệp trong kỷ nguyên mới” do Cục Báo chí, Báo Văn Hóa (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch) phối hợp cùng Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa TP Hà Nội (HANOISME) tổ chức ngày mới đây tại Hà Nội được coi là hoạt động thiết thực, diễn ra đúng dịp Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết số 68-NQ/TW về phát triển kinh tế tư nhân.

Tại sự kiện, Thứ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hồ An Phong cho rằng, muốn phát triển doanh nghiệp một cách bền vững, sáng tạo trong kỷ nguyên mới, các doanh nghiệp phải chú trọng phát triển văn hóa doanh nghiệp. Văn hóa doanh nghiệp là yếu tố tất yếu trong phát triển doanh nghiệp. Văn hóa cũng giúp gia tăng giá trị sản phẩm, tiếp cận thị trường và đến tay khách hàng một cách dễ dàng.

Cũng theo Thứ trưởng Hồ An Phong, báo chí có vai trò quan trọng trong đồng hành xây dựng,

phát triển văn hóa doanh nghiệp. Báo chí đã phát hiện, phản biện, lan tỏa những giá trị cốt lõi trong văn hóa doanh nghiệp. Báo chí không chỉ là cầu nối mà còn là kênh truyền thông, tham gia kiến tạo, phát triển văn hóa doanh nghiệp. Báo chí giúp doanh nghiệp xử lý khủng hoảng truyền thông; kết nối sản phẩm tới người dân và xã hội.

Cùng với đó, báo chí lan tỏa hình ảnh, giá trị tích cực, sứ mệnh trong văn hóa doanh nghiệp; kể câu chuyện về sản phẩm của doanh nghiệp.

“Sự phát triển của doanh nghiệp, văn hóa doanh nghiệp phải có sự đồng hành của báo chí và ngược lại. Mỗi quan hệ ấy có tính chất hai chiều. Nhờ có báo chí, doanh nghiệp được củng cố về thương hiệu, độ uy tín với các đối tác. Đồng thời, báo chí góp phần định hướng, truyền thông cho phát triển văn hóa doanh nghiệp”, Thứ trưởng Hồ An Phong đánh giá.

Tổng Biên tập Báo Văn Hóa Nguyễn Anh Vũ nhấn mạnh, trong sự phát triển của văn hóa doanh nghiệp, báo chí được coi như đối tác đồng hành và thúc đẩy văn hóa doanh nghiệp. Báo chí, với tư cách là một thiết chế xã hội đặc biệt, có khả năng dẫn dắt dư luận, thúc đẩy các giá trị tích cực, đã và đang đồng hành chặt chẽ với cộng đồng doanh nghiệp trong nhiều hoạt động.

Báo chí không chỉ là người đưa tin mà còn là “người đồng hành”, “người kiến tạo”, góp phần xây dựng một hệ sinh thái kinh doanh nhân văn và hiện đại. Trong thời đại số, khi thông tin là nguồn lực thiết yếu, báo chí có thể trở thành lực lượng tiên phong trong việc xây dựng và phổ biến các giá trị văn hóa doanh nghiệp tới xã hội và cộng đồng.

Ở góc độ doanh nghiệp, ThS Lê Thế Toàn - Phụ trách Truyền thông Geleximco nhấn mạnh, báo chí đóng vai trò quan trọng

trong việc xây dựng và lan tỏa văn hóa doanh nghiệp.

Việc lan tỏa những câu chuyện nhân văn, mô hình văn hóa tiêu biểu hay sáng kiến cộng đồng thông qua báo chí không chỉ tạo động lực cho doanh nghiệp mà còn góp phần định hướng giá trị tích cực trong xã hội. Đặc biệt, báo chí còn là cầu nối quan trọng giữa doanh nghiệp với xã hội và Nhà nước, giúp truyền đạt tiếng nói, phản hồi chính sách và tham gia đối thoại, từ đó góp phần xây dựng môi trường kinh doanh lành mạnh và thuận lợi.

Bà Đinh Thị Thúy - Phó Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần MISA cho rằng, báo chí và văn hóa doanh nghiệp, hai yếu tố tưởng như riêng biệt nhưng thực chất lại gắn kết chặt chẽ và ngày càng đóng vai trò trọng yếu trong việc xây dựng thương hiệu, phát triển năng lực cạnh tranh và duy trì sự bền vững của doanh nghiệp trong thời đại số.

Đồng hành đưa văn hóa doanh nghiệp ngày càng phát triển

Từ việc xác định rõ vai trò cũng như mối quan hệ hai chiều giữa báo chí và doanh nghiệp, theo Tổng Biên tập Báo Văn Hóa Nguyễn Anh Vũ, báo chí và doanh nghiệp cần phối hợp xây dựng chiến lược truyền thông quốc gia về văn hóa doanh nghiệp, trong đó báo chí giữ vai trò trung tâm về nội dung và lan tỏa thông điệp.

Tăng cường đào tạo phóng viên chuyên sâu về mảng doanh nghiệp, kinh tế, văn hóa tổ chức, giúp nâng cao chất lượng phản ánh, bình luận, phân tích chính

sách. Khuyến khích hình thành các diễn đàn thường niên, tọa đàm chuyên đề, nơi báo chí và doanh nghiệp cùng nhau đối thoại, chia sẻ, học hỏi kinh nghiệm và cùng kiến tạo giá trị.

Việc phát triển các chuyên mục, chuyên trang, chiến dịch truyền thông dài hạn về doanh nghiệp từ tế, văn hóa kinh doanh, đổi mới sáng tạo và trách nhiệm xã hội cần được đẩy mạnh.

Với doanh nghiệp, Tổng Biên tập Báo Kinh tế & Đô thị khuyến nghị, cần chủ động hợp tác với báo chí, xây dựng đội ngũ truyền thông chuyên nghiệp, minh bạch thông tin và đầu tư cho các chiến dịch truyền thông nội bộ. Đối với cơ quan báo chí, cần giữ vững tính khách quan, nhân văn, không thông tin một chiều; đồng thời phát huy vai trò phản biện xã hội trong định hình văn hóa kinh doanh lành mạnh.

Ông Mạc Quốc Anh - Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký HANOISME chia sẻ, trong bối cảnh mới, báo chí cần tiếp tục đổi mới, tiên phong trong lan tỏa giá trị đạo đức, chuẩn mực văn hóa doanh nghiệp; đồng hành cùng doanh nghiệp tư nhân trên con đường khẳng định vị thế, góp phần đưa kinh tế Việt Nam vươn tầm khu vực và thế giới.

Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký HANOISME tin tưởng rằng, với sự phối hợp chặt chẽ giữa báo chí và cộng đồng doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa, sẽ tạo nên sức mạnh tổng hợp, đưa văn hóa doanh nghiệp Việt Nam phát triển, hội nhập và khẳng định bản sắc riêng, phù hợp với yêu cầu của thời đại mới.



Truyền thông thời AI: Cơ hội bùng nổ hay thách thức với doanh nghiệp Việt?

MINH THU

Ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) đang tạo ra những thay đổi mạnh mẽ trong truyền thông doanh nghiệp, giúp cá nhân hóa nội dung, ra quyết định theo thời gian thực và phản ứng nhanh với thị trường. Tuy nhiên, với doanh nghiệp, thách thức lớn nhất không nằm ở công nghệ, mà ở tư duy sẵn sàng đổi mới từ phía lãnh đạo.



AI đang tạo ra những thay đổi mang tính bước ngoặt trong truyền thông doanh nghiệp.

Thay đổi bước ngoặt

Hiện ứng dụng AI không còn là lựa chọn, mà đã trở thành một phần tất yếu trong chiến lược truyền thông hiện đại. Trong môi trường cạnh tranh khốc liệt, truyền thông không thể dựa vào cảm tính mà phải chủ động, dữ liệu hóa và tối ưu liên tục.

Ông Nguyễn Tiến Dũng (Tony Dzong) - Chủ tịch HBR Holdings

nhận định, trong thời đại mà sự chú ý của khách hàng là tài sản quý giá, doanh nghiệp nào tận dụng AI để gửi đúng thông điệp, vào đúng thời điểm, tới đúng người sẽ nắm lợi thế cạnh tranh.

AI như một trợ lý chiến lược bởi nó giúp phân tích hành vi khách hàng, đo lường mức độ tương tác, và đặc biệt là cá nhân hóa trải nghiệm truyền thông. Từ viết nội dung, lên lịch đăng bài,

tối ưu quảng cáo đến theo dõi dư luận đều có sự tham gia của AI. Qua đó, giúp doanh nghiệp tiết kiệm thời gian, tăng tốc phản ứng và nâng cao hiệu quả đầu tư.

“Trong bối cảnh công nghệ số, doanh nghiệp nếu còn làm truyền thông theo kiểu thủ công, rời rạc thì rất khó cạnh tranh và dễ bị bỏ lại phía sau”, chuyên gia nhấn mạnh.



Ông Nguyễn Tiến Dũng - Chủ tịch HBR Holdings tham gia đào tạo về AI cho doanh nghiệp.

Ở góc độ doanh nghiệp, ông Thân Minh Hoàng - CEO HANA HP Group chia sẻ, ngành làm đẹp đòi hỏi mức độ cá nhân hóa cao, nên công ty đã ứng dụng AI từ 2023 vào việc xây dựng nội dung, thiết kế hình ảnh, video và đánh giá hiệu quả truyền thông.

“AI giúp xác định các ‘điểm chạm’ cảm xúc với khách hàng và đối tác, đóng vai trò như trợ lý sáng tạo trong các chiến dịch quà tặng, gợi ý ý tưởng độc đáo. Đồng thời, tối ưu hóa nội dung truyền thông với chi phí và thời gian thấp hơn so với cách làm truyền thống”, ông Hoàng cho biết.

Tuy nhiên, ban đầu HANA HP Group cũng gặp không ít khó khăn, đặc biệt là sự thiếu đồng bộ trong nội bộ. Do đó, doanh nghiệp đã tổ chức các khóa

đào tạo, cập nhật công nghệ cho đội ngũ, đặc biệt là nhân sự chủ chốt, để làm chủ công cụ mới này.

Rào cản tư duy

Là chuyên gia đào tạo và tư vấn cho doanh nghiệp về AI và dữ liệu lớn, ông Dũng nhìn nhận, bức tranh ứng dụng AI của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay trong hoạt động truyền thông đang chia làm hai nhóm rõ rệt. Trong đó, nhóm tiên phong chủ yếu là các doanh nghiệp trẻ, startup hoặc những doanh nghiệp có tư duy đổi mới, chủ động tìm hiểu, thử nghiệm AI trong truyền thông, đặc biệt ở các khâu như sáng tạo nội dung, quản lý dữ liệu khách hàng và tối ưu quảng cáo. Họ xem AI như một phần của chiến lược cạnh tranh.

Tuy nhiên, còn lại phần lớn doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa truyền thống, vẫn đang trong trạng thái nghe nhiều nhưng chưa thật sự hành động. Có thể vì lo ngại chi phí, thiếu nhân lực, hoặc đơn giản là chưa hình dung được bắt đầu từ đâu.

Hiện nay, nhiều chủ doanh nghiệp Việt còn thiếu nền tảng về công nghệ và quản trị, dẫn đến việc chưa có tầm nhìn dài hạn trong ứng dụng AI vào truyền thông. Phần lớn doanh nghiệp mới chỉ sử dụng AI ở mức độ sơ khởi, chủ yếu tập trung vào khâu tạo nội dung, nghĩa là ứng dụng còn manh mún, rời rạc, chưa phát huy hết tiềm năng của công nghệ này.

“Về bản chất, để AI thực sự mang lại giá trị, doanh nghiệp cần ứng



Theo các chuyên gia, điều quan trọng nhất là chủ doanh nghiệp phải thay đổi tư duy.

dụng theo cách tiếp cận hệ thống, dựa trên nền tảng dữ liệu lớn và được dẫn dắt bởi một chiến lược rõ ràng. Nếu chỉ dùng AI theo kiểu ngẫu hứng, thiếu định hướng, thì rất khó tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững trong truyền thông và xây dựng thương hiệu”, Chủ tịch HBR Holdings nói.

Theo ông Dũng, rào cản chính khiến các doanh nghiệp chưa khai thác tốt tiềm năng của AI trong truyền thông đó là tư duy ngắn hạn. Nhiều doanh nghiệp vẫn coi truyền thông là công cụ hỗ trợ bán hàng trước mắt, chưa coi đây là chiến lược dài hạn cần đầu tư bài bản.

Cùng góc nhìn, ông Nguyễn Thanh Sơn - Chủ tịch MVV Group đánh giá, rào cản lớn nhất không phải là công nghệ, mà là tư duy. Nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa chưa nhìn nhận AI như một công cụ thiết thực để cải thiện truyền thông, từ nghiên cứu hành vi khách hàng, thiết

kế chiến lược, sản xuất nội dung số, đến triển khai qua các kênh số toàn cầu. Họ thường nghĩ AI là thứ gì đó xa vời, chỉ dành cho doanh nghiệp lớn, hoặc ngại thay đổi cách làm truyền thống.

“Tôi từng thấy nhiều doanh nghiệp không dám thử vì sợ tốn kém, nhưng thực tế, AI hiện nay đã có những giải pháp rất đơn giản, như chatbot tự động trả lời khách hàng hay công cụ phân tích dữ liệu cơ bản”, ông Sơn nêu.

Nâng cao nhận thức lãnh đạo

Với góc nhìn trên, đưa ra khuyến nghị cho doanh nghiệp, ông Sơn cho rằng, hãy bắt đầu từ những bước nhỏ: dùng AI để nghiên cứu dữ liệu khách hàng trên mạng xã hội, từ đó hiểu rõ nhu cầu. Sau đó thiết kế một chiến dịch truyền thông nhỏ, tận dụng AI để tối ưu thông điệp. Tiếp đó là sản xuất nội dung đơn giản như bài viết quảng cáo tự động; và triển khai qua các kênh số phù hợp.

“Quan trọng nhất là thay đổi tư duy, đừng sợ thất bại, hãy coi AI như một người bạn đồng hành, từng bước làm quen và khai thác giá trị thực tế mà nó mang lại”, chuyên gia nhấn nhủ.

Còn Chủ tịch HBR Holdings nhấn mạnh, điều cần thiết lúc này là nâng cao nhận thức từ cấp lãnh đạo, bởi theo ông khi người đứng đầu hiểu rõ lợi ích và tầm quan trọng của AI trong truyền thông, thì mới có thể xây dựng được lộ trình chuyển đổi thực chất. AI không phải chỉ là công nghệ, nó là một phần của tư duy quản trị hiện đại.

Từ góc độ chính sách, Nhà nước nên hỗ trợ tạo lập hệ sinh thái hạ tầng dữ liệu mở, khuyến khích các chương trình đào tạo AI cho doanh nghiệp theo hướng chiến lược, không chỉ là “học dùng công cụ”, mà là học cách thiết kế và vận hành doanh nghiệp trong kỷ nguyên trí tuệ nhân tạo.



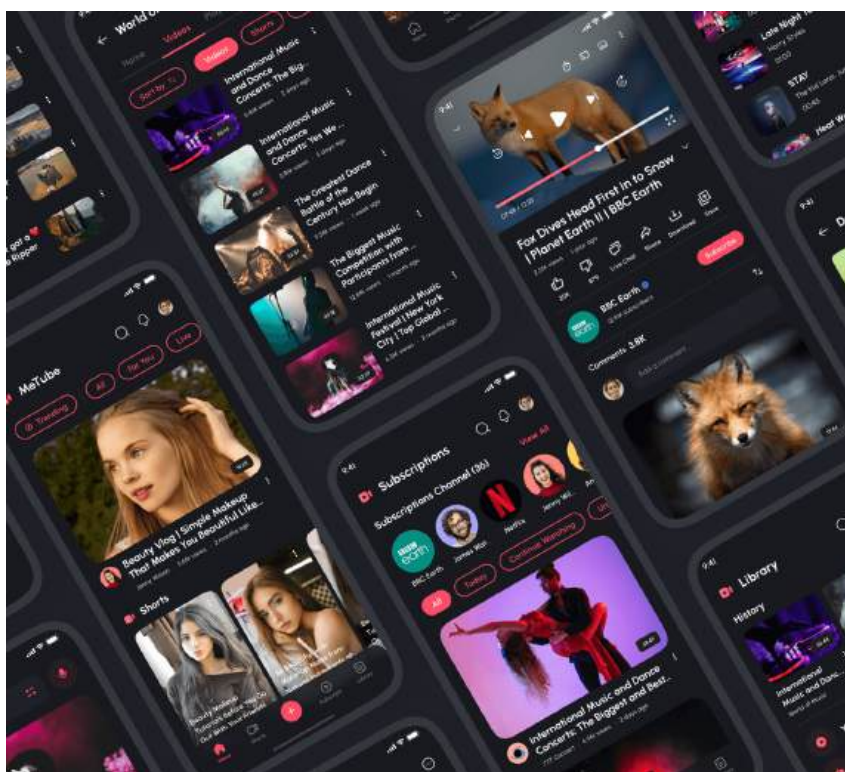
Khởi nghiệp thành công không đến từ truyền thông hào nhoáng

THU AN



CHUYÊN ĐỀ

Trong hành trình phát triển của một doanh nghiệp, đặc biệt là startup, truyền thông không chỉ là công cụ hỗ trợ mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc gọi vốn và mở rộng thị trường. Đây chính là sợi dây giúp các startup kết nối với thế giới bên ngoài ở mọi bước đi.



MeTube đã tận dụng truyền thông hiệu quả khi còn là một startup nhỏ.

Sợi dây kết nối

Theo ông Nguyễn Thanh Sơn - Chủ tịch MVV Group, truyền thông là yếu tố không thể thiếu trong hành trình của startup, đặc biệt ở giai đoạn đầu khi họ xây dựng MVP (sản phẩm khả thi tối thiểu) và còn hạn chế về nguồn lực. Lúc này, mục tiêu quan trọng là thực hiện pre-sales (hoạt động tiền bán hàng) để thuyết phục nhà đầu tư, mà chìa khóa nằm

ở việc xây dựng hồ sơ nhà sáng lập. Truyền thông giúp founder kể câu chuyện của mình - từ việc nghiên cứu mối quan tâm của nhà đầu tư đến thiết kế thông điệp nhấn vào tầm nhìn và năng lực đội ngũ.

Khi chuyển sang giai đoạn tìm kiếm sự phù hợp với thị trường, startup cần phản hồi từ khách hàng để điều chỉnh sản phẩm. Việc này chỉ hiệu quả khi có

truyền thông tiếp thị: nghiên cứu hành vi, thiết kế chiến dịch mời dùng thử, sản xuất nội dung kêu gọi phản hồi và phân phối trên nền tảng số.

“Tự trung lại, truyền thông là sợi dây giúp startup kết nối với thế giới bên ngoài ở mọi bước đi. Truyền thông cần song hành ở từng bước của hành trình khởi nghiệp”, ông Sơn - người đã sáng lập, đầu tư và trực tiếp



MeTube đã tận dụng truyền thông hiệu quả khi còn là một startup nhỏ.

xây dựng chiến lược cho hơn 20 doanh nghiệp ở nhiều lĩnh vực - nhận định.

Qua nhiều năm làm việc với các doanh nghiệp, ông Sơn nhận thấy nhiều startup thường có xu hướng coi nhẹ truyền thông, xem đó như một việc làm thêm khi có dư nguồn lực.

“Họ chưa thấy được sức mạnh của truyền thông số nếu làm bài bản: từ nghiên cứu để hiểu khách hàng, thiết kế chiến lược nhắm đúng đối tượng, sản xuất nội dung phù hợp, đến triển khai qua các nền tảng số để tiếp cận thị trường.

Vì vậy, họ thường bỏ lỡ cơ hội lớn khi gọi vốn hay mở rộng thị trường. Tuy nhiên, tôi cũng thấy một số startup trẻ đang thay đổi, họ bắt đầu hiểu rằng truyền

thông có thể là một đòn bẩy quan trọng”, ông Sơn chia sẻ.

Một ví dụ điển hình là MeTube - nền tảng chia sẻ video từng được ông Sơn quan sát từ giai đoạn đầu. Khi còn là một startup nhỏ, MeTube đã tận dụng truyền thông rất hiệu quả: nghiên cứu hành vi người dùng, phát hiện xu hướng ưa chuộng nội dung ngắn, dễ chia sẻ; từ đó xây dựng chiến lược định vị là nơi tự do sáng tạo.

Họ tung ra các video đơn giản, cuốn hút, khuyến khích người dùng tham gia với thông điệp “Ai cũng có thể là ngôi sao” và triển khai chiến dịch qua mạng xã hội, nhóm cộng đồng. Nhờ đó, MeTube nhanh chóng thu hút người dùng, gọi vốn thành công và mở rộng ra thị trường quốc tế.

Một ví dụ khác là Gimo - startup công nghệ tài chính đã trải qua nhiều vòng gọi vốn thành công nhờ cung cấp giải pháp nhận lương linh hoạt cho người lao động. Ông Nguyễn Anh Quân - Tổng Giám đốc kiêm Nhà sáng lập Gimo - cho biết chiến lược truyền thông của công ty tập trung vào ba trụ cột: định vị Gimo là doanh nghiệp vì sứ mệnh bình đẳng tài chính; xây dựng uy tín thông qua số liệu minh bạch; kể chuyện bằng tác động thực tế và những trải nghiệm của người dùng.

Theo ông Quân, Gimo không đặt trọng tâm vào việc “chinh phục” nhà đầu tư bằng thông điệp hào nhoáng. Thay vào đó, họ thuyết phục bằng giá trị thực mang lại cho cộng đồng người lao động - những người vẫn còn hạn chế trong việc tiếp cận các dịch vụ tài chính chính thống.



Chiến lược truyền thông của Gimo là xây dựng một hệ sinh thái truyền thông có chiều sâu.

Chính sự kết hợp hài hòa giữa truyền thông chiến lược và giá trị xã hội rõ ràng đã giúp Gimo thành công, đặc biệt là khi thu hút được các nhà đầu tư quốc tế như Integra Partners.

Truyền thông trong thời đại số

Theo ông Nguyễn Thanh Sơn, truyền thông đang thay đổi nhanh chóng với sự trỗi dậy của nền tảng số, AI và sự phân mảnh công chúng, đòi hỏi doanh nghiệp cần chiến lược bài bản và linh hoạt.

Tại MVV Group, quy trình truyền thông được gọi là 4D: Discovery, Design, Development, Deployment (Khám phá, Thiết kế, Phát triển, Triển khai).

Trước hết, ở giai đoạn Discovery, doanh nghiệp có thể dùng AI để

ngghiên cứu và phân tích dữ liệu người dùng, từ đó hiểu rõ khách hàng và nhà đầu tư. Tiếp theo, Design là giai đoạn xây dựng chiến lược truyền thông phù hợp, cá nhân hóa thông điệp để chạm đúng đối tượng.

Đến Development, nội dung cần được sản xuất cẩn thận - từ video, bài viết đến trải nghiệm thực tế ảo - nhằm tạo cảm xúc và thuyết phục. Cuối cùng, Deployment là bước triển khai nội dung qua các kênh số phù hợp để truyền tải thông điệp đúng người, đúng thời điểm. Quy trình này giúp doanh nghiệp truyền thông hiệu quả và xây dựng niềm tin lâu dài.

Một số startup như Gimo đã ứng dụng tư duy truyền thông hiện đại vào chiến lược phát triển. Với mục tiêu phục vụ 1 triệu người lao động vào năm 2026,

Gimo triển khai chiến lược tích hợp mang tên ‘Ba vòng tròn đồng tâm’.

Trong đó, vòng tròn cốt lõi là sứ mệnh bình đẳng hóa cơ hội tiếp cận tài chính cho người lao động phổ thông. Vòng thứ hai là nhận diện thương hiệu - từ thông điệp truyền thông đến trải nghiệm sản phẩm đều xoay quanh việc nâng cao chất lượng sống cho người lao động. Vòng ngoài cùng là tăng trưởng bền vững.

“Gimo nhất quán về sứ mệnh nhưng linh hoạt trong cách truyền tải để phù hợp với từng nhóm đối tượng. Chúng tôi coi mỗi người dùng Gimo là một câu chuyện thành công, và chính họ - với trải nghiệm thực tế - sẽ trở thành những đại sứ thương hiệu thuyết phục nhất”, ông Quân nhấn mạnh.



8 nhiệm vụ trọng tâm PHÁT TRIỂN KINH TẾ TƯ NHÂN

MINH HÒA

Kế hoạch hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 4/5/2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân đặt ra 8 nhóm nhiệm vụ trọng tâm cho các bộ, ngành, địa phương.





Chính phủ vừa ban hành Nghị quyết số 138/NQ-CP thực hiện Nghị quyết 68-NQ/TW của Bộ Chính trị, nhằm phát triển kinh tế tư nhân thực sự trở thành một động lực quan trọng của nền kinh tế.

Nghị quyết nêu rõ, nhằm đạt được mục tiêu đề ra tại Nghị quyết số 68-NQ/TW, trong thời gian tới, bên cạnh các nhiệm vụ thường xuyên, các bộ, ngành, địa phương cần cụ thể hóa và quyết liệt tổ chức triển khai thực hiện 8 nhiệm vụ.

Thứ nhất, đổi mới tư duy, thống nhất cao về nhận thức và hành động, khơi dậy niềm tin, khát vọng dân tộc, tạo xung lực mới, khí thế mới để phát triển kinh tế tư nhân.

Các bộ, ngành, địa phương, hiệp hội cần tổ chức tuyên truyền sâu rộng Nghị quyết 68-NQ/TW và vị trí của kinh tế tư nhân bằng nhiều hình thức phù hợp với từng nhóm đối tượng, nhằm thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo.

Cùng đó, cần xây dựng kế hoạch triển khai hành động cụ thể, lượng hóa mục tiêu. Người đứng đầu cơ quan, đơn vị quán triệt toàn thể công chức thay đổi tư duy, đổi xử công bằng với khu vực tư nhân, xây dựng mối quan hệ chính quyền - doanh nghiệp cởi mở, thân thiện, liêm chính.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chỉ đạo truyền thông nâng cao chất lượng thông tin, lan tỏa mô

hình kinh doanh hiệu quả, xử lý nghiêm hành vi đưa tin sai, những nhiễu, gây tổn hại đến doanh nghiệp, doanh nhân và hộ kinh doanh.

Thứ hai, đẩy mạnh cải cách, hoàn thiện, nâng cao chất lượng thể chế, chính sách; bảo đảm và bảo vệ hữu hiệu quyền sở hữu, quyền tài sản, quyền tự do kinh doanh, quyền cạnh tranh bình đẳng và bảo đảm thực thi hợp đồng của kinh tế tư nhân.

Cần đổi mới mạnh tư duy hành chính từ “quản lý” sang “phục vụ”, coi doanh nghiệp là trung tâm, nghiêm cấm cơ chế “xin - cho”, bảo hộ cục bộ. Chính sách pháp luật phải công bằng, minh bạch, không phân biệt đối xử giữa các loại hình doanh nghiệp.



Các bộ, ngành, địa phương xây dựng kế hoạch rà soát, loại bỏ quy định chồng chéo, điều kiện kinh doanh không cần thiết; chuyển từ tiền kiểm sang hậu kiểm. Thực hiện triệt để chuyển đổi số để cắt giảm chi phí, thời gian xử lý thủ tục hành chính, triển khai dịch vụ công không phụ thuộc địa giới.

Tổ chức đối thoại, tiếp nhận và giải quyết nhanh vướng mắc của doanh nghiệp. Rà soát chương trình hỗ trợ theo hướng đơn giản hóa thủ tục, tăng hiệu quả tiếp cận.

Thực hiện thanh toán dứt điểm các khoản nợ đọng, chấm dứt chiếm dụng vốn. Kiểm tra doanh nghiệp không quá một lần/năm, công khai kế hoạch kiểm tra, đẩy mạnh kiểm tra từ xa. Xây dựng công cụ cảnh báo sớm rủi ro pháp lý cho doanh nghiệp và tăng cường chống hàng giả, vi phạm bản quyền.

Thứ ba, tạo thuận lợi cho kinh tế tư nhân tiếp cận các nguồn lực về đất đai, vốn, nhân lực chất lượng cao.

Các bộ, ngành rà soát, sửa đổi các văn bản pháp luật liên quan đến Luật Đất đai, quy định về khu, cụm công nghiệp, tài sản công... theo hướng dành quỹ đất và hỗ trợ thuê đất cho doanh nghiệp nhỏ và vừa, doanh nghiệp công nghệ cao, khởi nghiệp sáng tạo. Đẩy nhanh công khai quy hoạch, ứng dụng chuyển đổi số trong thủ tục đất đai.

Ngân hàng Nhà nước sửa đổi quy định về cho thuê tài chính, mở rộng tài sản cho thuê; chỉ đạo ngân hàng ưu tiên tín dụng cho doanh nghiệp tư nhân đầu tư đổi mới công nghệ, chuyển đổi xanh, chuyển đổi số; cải tiến quy trình cho vay theo chuỗi giá trị, tài sản vô hình. Thúc đẩy chia sẻ dữ liệu giữa ngân hàng, thuế, các cơ

quan liên quan để tăng khả năng tiếp cận vốn.

Bộ Giáo dục và Đào tạo rà soát chương trình đào tạo, bổ sung kỹ năng số, ngoại ngữ, STEM; khuyến khích hợp tác đào tạo với doanh nghiệp, nước ngoài; phát triển cơ chế đào tạo theo đơn đặt hàng để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho doanh nghiệp tư nhân.

Thứ tư, thúc đẩy khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, chuyển đổi xanh, kinh doanh hiệu quả, bền vững trong kinh tế tư nhân.

Chính phủ yêu cầu hoàn thiện Luật Khoa học và Công nghệ, bổ sung cơ chế khuyến khích doanh nghiệp trích tối đa 20% thu nhập tính thuế để lập quỹ phát triển khoa học, công nghệ, chuyển đổi số, chuyển đổi xanh; được tính chi phí R&D bằng 200% chi phí thực tế khi xác định thu nhập chịu thuế.

Bộ Tài chính đề xuất sửa Luật Thuế thu nhập cá nhân, miễn thuế với thu nhập từ chuyển nhượng cổ phần, phần vốn góp vào doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo; miễn, giảm thuế cho chuyên gia, nhà khoa học làm việc tại doanh nghiệp khởi nghiệp, trung tâm R&D.

Đồng thời, sửa Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa theo hướng miễn, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp cho doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo, quỹ đầu tư mạo hiểm và tổ chức hỗ trợ đổi mới sáng tạo; miễn thuế thu nhập cho tổ chức, cá nhân chuyển nhượng vốn vào doanh nghiệp khởi nghiệp; ưu đãi thuế cho chuyên gia, nhà khoa học tại các

trung tâm nghiên cứu, đổi mới sáng tạo.

Thứ năm, tăng cường kết nối giữa các doanh nghiệp tư nhân, doanh nghiệp tư nhân với doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp FDI.

Bộ Tài chính được Chính phủ yêu cầu rà soát, sửa đổi Luật Đầu tư và các văn bản liên quan, bổ sung ưu đãi cho doanh nghiệp lớn dẫn dắt chuỗi cung ứng nội địa, cam kết chuyển giao công nghệ, hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa. Chính sách thúc đẩy nội địa hóa thông qua liên kết giữa doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp nội địa, áp dụng tỷ lệ nội địa hóa phù hợp trong các ngành công nghiệp ưu tiên. Dự án FDI lớn phải có kế hoạch sử dụng chuỗi cung ứng nội địa ngay từ khi phê duyệt.

Rà soát Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, để hỗ trợ doanh nghiệp đạt chứng nhận xuất khẩu, xúc tiến thương mại kết nối FDI với doanh nghiệp nội địa; khởi nghiệp cho cán bộ từng làm việc tại doanh nghiệp FDI. Doanh nghiệp lớn được trừ chi phí đào tạo nhân lực cho doanh nghiệp nhỏ và vừa tham gia chuỗi cung ứng khi tính thuế thu nhập doanh nghiệp.

Các bộ, ngành, địa phương tăng cường thực hiện chính sách hỗ trợ, nâng cao năng lực doanh nghiệp nhỏ và vừa; xúc tiến đầu tư vào các ngành, lĩnh vực ưu tiên, nền tảng, mũi nhọn; thúc đẩy liên kết giữa doanh nghiệp tư nhân, nhà nước và FDI.

Thứ sáu, hình thành và phát triển nhanh các doanh nghiệp vừa và lớn, tập đoàn kinh tế

tư nhân tầm cỡ khu vực và toàn cầu.

Bộ Tài chính rà soát, sửa đổi Luật Đầu tư, bổ sung quy định ưu tiên, khuyến khích khu vực kinh tế tư nhân tham gia cùng Nhà nước vào các dự án chiến lược, nhiệm vụ nghiên cứu trọng điểm như đường sắt tốc độ cao, công nghiệp mũi nhọn, hạ tầng năng lượng, số, giao thông xanh, quốc phòng, an ninh và nhiệm vụ cấp bách.

Rà soát Luật Đầu tư theo hình thức đối tác công tư (PPP), đa dạng hóa các mô hình hợp tác giữa Nhà nước và khu vực tư nhân trong các lĩnh vực hạ tầng kinh tế, văn hóa - xã hội, công nghệ thông tin và truyền thông.

Xây dựng Chương trình phát triển 1.000 doanh nghiệp tiêu biểu, tiên phong trong khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, chuyển đổi xanh, công nghiệp công nghệ cao và công nghiệp hỗ trợ.

Bộ Công Thương triển khai chương trình Go Global nhằm giúp doanh nghiệp vươn ra thị trường quốc tế, tập trung hỗ trợ về thị trường, thương hiệu, kênh phân phối, logistics, bảo hiểm, tư vấn pháp lý, giải quyết tranh chấp, mua bán - sáp nhập và kết nối với các tập đoàn đa quốc gia.

Thứ bảy, hỗ trợ thực chất, hiệu quả doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ và hộ kinh doanh.

Bộ Tài chính hoàn thiện khung pháp lý cho kinh doanh cá thể, quy định rõ về quản trị, tài chính, kế toán và cung cấp miễn phí nền tảng số, phần mềm kế toán, tư vấn pháp lý, đào tạo quản trị, kế

toán, thuế, nhân sự cho hộ kinh doanh, cá nhân kinh doanh.

Đồng thời, đơn giản hóa chế độ tài chính, thuế, bảo hiểm cho doanh nghiệp siêu nhỏ, khuyến khích chuyển đổi từ hộ kinh doanh sang doanh nghiệp. Rà soát, sửa đổi Luật Quản lý thuế, bãi bỏ hình thức thuế khoán với hộ kinh doanh; bổ sung các chính sách hỗ trợ miễn phí dịch vụ cơ bản cho doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ.

Thứ tám, đề cao đạo đức kinh doanh, phát huy trách nhiệm xã hội, thúc đẩy mạnh mẽ tinh thần kinh doanh, tạo mọi điều kiện thuận lợi để doanh nhân tham gia quản trị đất nước.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch xây dựng đề án về chuẩn mực đạo đức, văn hóa kinh doanh gắn với bản sắc dân tộc và tinh hoa thế giới. Bộ Giáo dục và Đào tạo bổ sung nội dung khởi nghiệp trong chương trình học, thúc đẩy tinh thần kinh doanh cho học sinh, sinh viên.

Các bộ, ngành, địa phương và các hội, hiệp hội doanh nghiệp thường xuyên tuyên truyền nâng cao ý thức đạo đức, trách nhiệm xã hội, bảo vệ môi trường, tuân thủ pháp luật và xây dựng hình ảnh doanh nghiệp Việt Nam hiện đại, có trách nhiệm. Cán bộ, công chức chủ động hỗ trợ giải quyết khó khăn cho doanh nghiệp, xây dựng mối quan hệ cởi mở, hợp tác giữa chính quyền và khu vực tư nhân

Hội, hiệp hội doanh nghiệp cũng có vai trò bảo vệ quyền lợi, tham gia xây dựng chính sách, nâng cao đạo đức, trách nhiệm và thái độ trung thực trong phối hợp với cơ quan nhà nước.





Hỗ trợ cơ chế, chính sách để hộ kinh doanh “chịu lớn”

BÌNH MINH

NGHIÊN CỨU & TRAO ĐỔI

Theo Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính, thời gian qua, Bộ Chính trị, trực tiếp là Tổng Bí thư, đã chỉ đạo rất quyết liệt việc hỗ trợ hộ kinh doanh để thúc đẩy sự phát triển của khu vực này. Để các hộ kinh doanh “lớn lên” mạnh mẽ, cần có cơ chế, chính sách hỗ trợ kịp thời, thay vì để họ tự phát triển một cách chậm chạp.



Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính.

Việt Nam hiện có trên 5,2 triệu hộ kinh doanh, tạo ra khoảng 8-9 triệu việc làm, tương đương với khối công ty tư nhân. Nếu 1/5 số hộ này chuyển thành doanh nghiệp, Việt Nam sẽ đạt mục tiêu có 2 triệu doanh nghiệp vào năm 2030, góp phần nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh tế.

Giới chuyên gia cho rằng, để các hộ kinh doanh “chịu lớn”, cần có những chính sách thực sự đột phá, đồng bộ và sát với thực tiễn. Nhận diện rõ điều này, cùng với đề xuất từ cộng đồng doanh nghiệp và các hiệp hội, Chính

phủ đã đưa nội dung hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ và hộ kinh doanh vào một trong tám nhóm nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm tại Nghị quyết số 138/NQ-CP - Kế hoạch hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 4/5/2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân.

Trong đó, yêu cầu thực hiện hiệu quả Chiến lược tài chính toàn diện quốc gia, đặc biệt với doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ và hộ kinh doanh. Ưu tiên hỗ trợ các chủ doanh nghiệp, hộ kinh doanh là thanh niên, phụ nữ, nhóm yếu thế, đồng bào dân tộc thiểu

số, miền núi, biên giới, hải đảo và các mô hình kinh doanh bao trùm, tạo tác động xã hội.

Nội dung hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ và hộ kinh doanh đã được Thủ tướng Phạm Minh Chính nhấn mạnh tại Hội nghị toàn quốc quán triệt, triển khai thực hiện Nghị quyết 66 về đổi mới công tác xây dựng, thi hành pháp luật và Nghị quyết 68 về phát triển kinh tế tư nhân mới đây.

Theo người đứng đầu Chính phủ, đây là vấn đề mà ông Nguyễn Văn Thân - Chủ tịch Hiệp hội

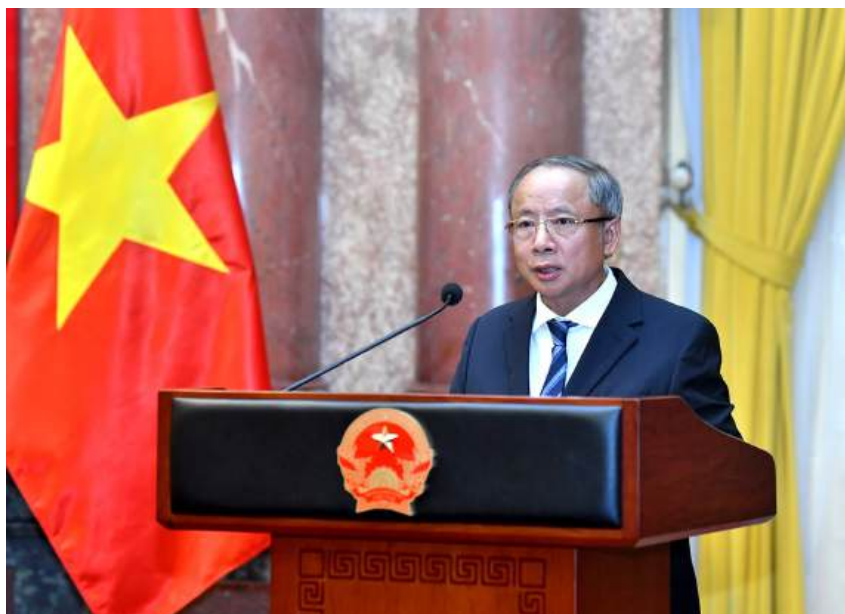
Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam (VINASME) đã nhiều lần đề xuất, và khẳng định đề xuất này là rất chính đáng.

“Thời gian qua, Bộ Chính trị, trực tiếp là Tổng Bí thư đã chỉ đạo rất quyết liệt để hộ kinh doanh lớn lên. Để lớn lên thì phải có cơ chế, chính sách. Hộ kinh doanh lớn lên cũng được, nhưng sẽ chậm hơn. Giống như đứa trẻ được chăm sóc, nuôi dưỡng cẩn thận bao giờ cũng phát triển tốt hơn”, Thủ tướng nhấn mạnh.

Theo Nghị quyết số 138/NQ-CP, Chính phủ giao Bộ Tài chính nghiên cứu, hoàn thiện khung pháp lý về kinh doanh cá thể theo hướng quy định mô hình quản trị, chế độ tài chính, kế toán...; có chính sách cung cấp miễn phí nền tảng số, phần mềm kế toán dùng chung, dịch vụ tư vấn pháp lý, đào tạo về quản trị doanh nghiệp, kế toán, thuế, nhân sự, pháp luật cho hộ kinh doanh và cá nhân kinh doanh.

Bộ Tài chính cũng được yêu cầu rà soát, sửa đổi các quy định về tài chính, kế toán, thuế, bảo hiểm đối với doanh nghiệp siêu nhỏ theo hướng đơn giản hóa, dễ tuân thủ, không làm phát sinh nhân sự kế toán, hành chính - nhằm khuyến khích hộ kinh doanh chuyển sang mô hình doanh nghiệp. Đồng thời, sửa đổi Luật Quản lý thuế để bãi bỏ hình thức thuế khoán.

Ngoài ra, cần sửa Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, bổ sung chính sách cung cấp miễn phí nền tảng số, phần mềm kế toán dùng chung, dịch vụ tư vấn pháp lý, đào tạo về quản trị, kế toán, thuế, nhân sự, pháp luật cho doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ.



Ông Nguyễn Văn Thân - Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam.

Bình luận về vấn đề này, ông Nguyễn Văn Thân - Chủ tịch VINASME cho biết, ông đặc biệt đánh giá cao việc Ban soạn thảo đã đưa ra giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, đặc biệt là các doanh nghiệp do thanh niên, phụ nữ, đồng bào dân tộc thiểu số, miền núi, biên giới, hải đảo, người yếu thế, người khuyết tật làm chủ; giúp họ mở rộng thị trường thông qua tham gia các gói thầu mua sắm công.

Cụ thể, dự thảo Nghị quyết quy định gói thầu mua sắm công có giá không quá 20 tỷ đồng sẽ ưu tiên dành cho các đối tượng này. Nếu đã tổ chức đấu thầu nhưng không có doanh nghiệp nhỏ và vừa đáp ứng, thì được phép tổ chức đấu thầu lại hoặc lựa chọn hình thức phù hợp khác.

Ông Thân cho biết: “Hiệp hội đã kiến nghị nội dung này từ rất lâu, và đến nay mới được đáp ứng.”

Tuy nhiên, ông cũng cho rằng một số giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa vẫn cần làm rõ. Ví dụ như hỗ trợ kinh phí

triển khai chương trình đào tạo, bồi dưỡng 10.000 giám đốc điều hành đến năm 2030; cung cấp miễn phí dịch vụ tư vấn pháp lý, đào tạo về quản trị doanh nghiệp, kế toán, thuế, nhân sự, pháp luật cho doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ, hộ kinh doanh.

“Vấn đề là phải gắn kết được nhu cầu thực tế của doanh nghiệp với chương trình hỗ trợ. Có như vậy, hiệu quả mới tối ưu”, ông nói.

Ngoài ra, ông cũng đề nghị xem xét lại cơ chế hoạt động của các quỹ hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, quỹ bảo lãnh tín dụng, quỹ đổi mới công nghệ... vì thực tế cho thấy nhiều năm qua các quỹ này hoạt động chưa hiệu quả.

“Dù chính sách đã có, nhưng nếu không triển khai đồng bộ, quyết liệt thì sẽ khó tạo ra chuyển biến thực chất. Ngoài nỗ lực từ phía doanh nghiệp, rất cần sự quyết đoán và nhất quán từ phía chính quyền các cấp, để từ đó góp phần giúp đất nước vươn mình mạnh mẽ hơn trong kỷ nguyên mới”, Chủ tịch VINASME khuyến nghị.





Doanh nghiệp băn khoăn việc triển khai thực tế Nghị quyết 66 và 68

VIỆT HÀ



NGHIÊN CỨU & TRAO ĐỔI

Đối thoại với Thủ tướng Chính phủ tại Hội nghị toàn quốc quán triệt, triển khai thực hiện Nghị quyết 66 và Nghị quyết 68 diễn ra gần đây, nhiều doanh nghiệp ví Nghị quyết 68 như “nắng hạn gặp cơn mưa rào”, mở đường cho kinh tế tư nhân phát triển. Tuy vậy, không ít ý kiến vẫn băn khoăn về khâu tổ chức thực thi trong thực tế.



“Đã hứa phải làm, đã cam kết phải thực hiện; làm ra sản phẩm thì phải cân đo đong đếm được, lượng hóa được”.

Thủ tướng Phạm Minh Chính



“Nghị quyết 68, tôi cảm nhận như nắng hạn gặp cơn mưa rào. Bao năm qua, doanh nghiệp tư nhân rất muốn cống hiến nhưng nhiều khi bị trói buộc, bó tay bó chân. Nay đã được Tổng Bí thư, Thủ tướng và Bộ Chính trị ‘giải phóng’.

**ÔNG VŨ VĂN TIỀN
CHỦ TỊCH TẬP ĐOÀN
GELEXIMCO**

Xóa bỏ tư duy “không quản được thì cấm”

Phát biểu tại hội nghị, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính nhấn mạnh, phát triển kinh tế tư nhân (KTTN) còn gặp nhiều khó khăn, cả về nguyên nhân chủ quan và khách quan. Từ nhận thức đến định hướng, tổ chức thực hiện, quản lý nhà nước, cho đến việc tổng kết, tôn vinh KTTN... dù đã có nhiều cố gắng nhưng vẫn chưa tương xứng với tiềm năng và sự phát triển của khu vực này.

Từ thực tiễn phát triển KTTN Việt Nam thời gian qua và kinh nghiệm quốc tế, Thủ tướng cho rằng cần đổi mới tư duy, thống nhất nhận thức về vị trí, vai trò của KTTN như một động lực quan trọng và trụ cột chính của nền kinh tế quốc gia. Cần tạo sự đồng thuận xã hội và hành động mạnh mẽ để hỗ trợ khu vực này phát triển.

“Phải có cơ chế, chính sách đột phá, xóa bỏ mọi rào cản và tư duy ‘không quản được thì cấm’

để phát triển kinh tế tư nhân. Đồng thời, đẩy mạnh hợp tác giữa Nhà nước và tư nhân”, Thủ tướng nhấn mạnh.

Trong bối cảnh hiện nay với nhiều khó khăn, thách thức đan xen cả cơ hội mới và thời cơ mới, người đứng đầu Chính phủ khẳng định cần đổi mới tư duy, nhận thức, tầm nhìn và hành động quyết liệt hơn để khơi thông mọi động lực phát triển. Đặc biệt là xóa bỏ định kiến, phát huy vai trò của kinh tế tư nhân để tạo đột phá trong sự nghiệp đổi mới và hội nhập.

Nghị quyết 68, theo Thủ tướng, đã đưa ra 5 quan điểm chỉ đạo mang tính đột phá, trong đó yêu cầu xóa bỏ triệt để nhận thức, tư tưởng “xin - cho” và định kiến về KTTN; coi doanh nhân là những “chiến sĩ” trên mặt trận kinh tế.

“Chỉ có như vậy, chúng ta mới thực sự bảo đảm sự bình đẳng của KTTN với các thành phần kinh tế khác, nhất là trong tiếp cận các nguồn lực”, Thủ tướng nói.

Doanh nghiệp lo khâu thực thi

Ông Vũ Văn Tiền - Chủ tịch Tập đoàn Geleximco bày tỏ, Nghị quyết 68 đã xác định KTTN là động lực quan trọng nhất của nền kinh tế quốc gia.

“Đây là sự thay đổi mang tính chiến lược, đột phá, có tầm nhìn bao trùm và nhìn nhận đúng vai trò của KTTN. Việc xóa bỏ triệt để định kiến và quan điểm cũ là một cuộc cách mạng toàn diện để giải phóng lực lượng sản xuất”, ông Tiền nói.

Theo ông, báo cáo của Thủ tướng tại hội nghị đã nêu đúng và đủ những vướng mắc mà doanh nghiệp đang gặp phải, từ cơ chế đến chính sách.

“Nghị quyết 68, tôi cảm nhận như nắng hạn gặp cơn mưa rào. Bao năm qua, doanh nghiệp tư nhân rất muốn cống hiến nhưng nhiều khi bị trói buộc, bó tay bó chân. Nay đã được Tổng Bí thư, Thủ tướng và Bộ Chính trị ‘giải phóng’”, ông Tiền vui mừng chia sẻ.



Ông Đặng Hồng Anh - Chủ tịch Hội Doanh nhân trẻ Việt Nam.

Tuy nhiên, ông Tiền vẫn bày tỏ băn khoăn về quá trình thực thi. Ông kiến nghị Bộ Chính trị, Tổng Bí thư và Chính phủ giao cho một cơ quan độc lập giám sát, đánh giá việc thực hiện Nghị quyết, tiếp nhận ý kiến từ doanh nghiệp. Đồng thời đo lường các chỉ số năng lực cạnh tranh, mức độ tuân thủ và hiệu quả thực thi tại các bộ, ngành, địa phương.

Phản hồi kiến nghị, Thủ tướng Phạm Minh Chính cho biết: kinh tế tư nhân đã được “cởi trói”, vấn đề còn lại là khâu tổ chức thực hiện. Chính phủ đã ban hành Nghị quyết chương trình hành động triển khai Nghị quyết 68, trong đó phân công nhiệm vụ cụ thể cho từng bộ, ngành.

“Đã hứa phải làm, đã cam kết phải thực hiện; làm ra sản phẩm thì phải cân đo đong đếm được, lượng hóa được”, Thủ tướng nhấn mạnh.

Doanh nghiệp nhỏ lo đất, vốn; doanh nghiệp trẻ hỏi về số hóa

Ông Vương Quốc Toàn - Chủ tịch Tập đoàn Bất động sản Lan Hưng nêu thực trạng, hàng triệu doanh nghiệp nhỏ, hộ sản xuất không có đất để hoạt động kinh doanh. Trong khi các khu công nghiệp đều yêu cầu thuê tối thiểu từ 1ha trở lên, với chi phí lớn, vượt quá khả năng tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Thủ tướng cho biết, Nghị quyết 68 đã dành một phần riêng đề cập đến vấn đề hỗ trợ đất đai và vốn cho doanh nghiệp nhỏ và vừa. Chính phủ sẽ ban hành Nghị định để cụ thể hóa việc tiếp cận đất đai. Ngân hàng Nhà nước cũng sẽ ban hành thông tư hướng dẫn tiếp cận nguồn vốn tín dụng phù hợp.

Trong khi đó, ông Đặng Hồng Anh - Chủ tịch Hội Doanh nhân trẻ Việt Nam đặt câu hỏi về lộ trình số hóa hệ thống pháp luật,

giúp doanh nghiệp dễ dàng tra cứu, theo dõi tiến độ xử lý hồ sơ để tiết kiệm thời gian và chi phí.

Trả lời, Thủ tướng cho biết đã giao Bộ Tư pháp xây dựng Công pháp lý số. Trên cơ sở này, doanh nghiệp và người dân có thể dễ dàng tiếp cận thông tin về chính sách, pháp luật. Bên cạnh đó, có thể phản ánh vướng mắc, nguyện vọng để hoàn thiện thể chế trong quá trình thực thi Nghị quyết 68, Nghị quyết 198 của Quốc hội và Nghị quyết 139 của Chính phủ.

Thẳng thắn nhìn nhận những tồn tại

Theo Thủ tướng Chính phủ, khu vực KTTN thời gian qua đã phát triển mạnh mẽ, nhiều tập đoàn lớn được hình thành và đang vươn ra khu vực, quốc tế. Tuy nhiên, khu vực này vẫn chưa phát huy hết tiềm năng và nội lực để đóng góp xứng đáng cho nền kinh tế.

Một bộ phận doanh nghiệp tư nhân vẫn chưa nghiêm túc tuân thủ pháp luật, thiếu tầm nhìn chiến lược, chưa coi trọng đạo đức và văn hóa kinh doanh. Một số doanh nghiệp còn vi phạm như buôn lậu, sản xuất hàng giả, trốn thuế, thao túng thị trường...

Về phía cơ quan quản lý, Thủ tướng thừa nhận công tác điều hành còn nhiều bất cập. Nhận thức về vai trò của KTTN còn hạn chế, cơ chế chính sách chưa đồng bộ, thiếu hiệu quả.

Từ thực tiễn đó, Thủ tướng nhấn mạnh yêu cầu đảm bảo đối xử công bằng, bình đẳng với KTTN như với các thành phần khác; đồng thời ưu tiên hỗ trợ doanh nghiệp lớn, tiên phong trong các ngành then chốt và lĩnh vực chiến lược.

THÁO GỖ TÌNH TRẠNG “BỎ NGĂN KÉO” KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

THANH HẢI



Nhiều năm qua, dư luận xã hội luôn băn khoăn về tình trạng các đề tài nghiên cứu khoa học bị “bỏ ngăn kéo”, không được đưa vào ứng dụng thực tiễn. TS Nguyễn Quân - nguyên Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ (KH&CN) đã có một số đề xuất nhằm tháo gỡ vướng mắc này tại buổi gặp mặt giữa lãnh đạo TP Đà Nẵng và các nhà khoa học.



NGHIÊN CỨU & TRAO ĐỔI



“Chỉ khi nhà khoa học được quyền sở hữu kết quả do mình tạo ra, thì mới có động lực đưa sản phẩm nghiên cứu vào ứng dụng, thương mại hóa”

TS Nguyễn Quân
Nguyên Bộ trưởng KH&CN,
Chủ tịch Hội Tự động hóa
Việt Nam.



Đề tài nghiệm thu xuất sắc nhưng không được sử dụng

Phát biểu tại lễ khen thưởng các tập thể, cá nhân có thành tích trong lĩnh vực KHCN và khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (ĐMST) nhân Ngày Khoa học và Công nghệ Việt Nam 18/5, Phó Chủ tịch UBND TP Đà Nẵng Nguyễn Thị Anh Thi cho rằng, cần đẩy mạnh ứng dụng khoa học vào thực tiễn, từng bước thương mại hóa kết quả nghiên cứu và gắn với các hoạt động khởi nghiệp.

Đây là một trong những nhiệm vụ trọng tâm nhằm đưa Đà Nẵng trở thành trung tâm kinh tế - xã hội lớn của cả nước và Đông Nam Á, với vai trò là trung tâm khởi nghiệp, ĐMST - đúng theo tinh thần Nghị quyết số 43-NQ/TW của Bộ Chính trị.

Tại buổi gặp mặt với gần 350 giáo sư, phó giáo sư, chuyên gia, nhà khoa học chiều 20/5, TS Nguyễn Quân - nguyên Bộ trưởng Khoa học & Công nghệ, Chủ tịch Hội Tự động hóa Việt Nam cho biết, nhiều đề tài đã được nghiệm thu loại xuất sắc, có khả năng ứng

dụng cao nhưng vẫn bị “xếp ngăn kéo”. Thực trạng này không chỉ diễn ra ở cấp quốc gia mà ngay tại các địa phương như TP Đà Nẵng cũng tồn tại.

Cơ chế sở hữu vẫn là rào cản

Theo ông Quân, nguyên nhân nằm ở hai nút thắt lớn nhất chưa được tháo gỡ: cơ chế giao quyền sở hữu và vấn đề định giá tài sản trí tuệ.

Hiện nay, theo Luật Ngân sách nhà nước và Luật Quản lý, sử dụng tài sản công, kết quả nghiên cứu sử dụng ngân sách là tài sản của nhà nước. Do vậy, nhà khoa học dù là người trực tiếp tạo ra kết quả không có quyền định đoạt, không thể tự chuyển giao cho doanh nghiệp.

Luật KH&CN năm 2013 và các văn bản hướng dẫn đã quy định thẩm quyền giao quyền sở hữu thuộc về bộ trưởng các bộ, ngành hoặc chủ tịch UBND các địa phương, đại diện cho chủ sở hữu nhà nước. Tuy nhiên, thực tế cho thấy hầu hết các trường hợp không thực hiện thủ tục này, dẫn

đến việc các kết quả nghiên cứu dù tiềm năng vẫn không được chuyển giao, thương mại hóa.

“Nhà nước về mặt danh nghĩa là chủ sở hữu, nhưng không thể trực tiếp làm thủ tục chuyển giao vì bí quyết, công nghệ, quy trình vẫn nằm trong tay nhà khoa học thực hiện đề tài”, ông Quân ông nhấn mạnh.

Nguyên Bộ trưởng KH&CN dẫn chứng kinh nghiệm quốc tế, tại nhiều nước phát triển, sau khi nghiệm thu đề tài, quyền sở hữu mặc định được trao cho nhà khoa học chủ trì. Họ được quyền đăng ký sở hữu trí tuệ, chuyển nhượng hoặc góp vốn bằng chính kết quả đó vào doanh nghiệp.

Vấn đề thứ hai, cũng là “điểm nghẽn” lớn nhất theo TS Nguyễn Quân, chính là khâu định giá. Hiện nay, bất kỳ tài sản nhà nước nào khi chuyển giao cho doanh nghiệp tư nhân đều phải định giá theo quy định. Tuy nhiên, tài sản trí tuệ như sáng chế, giải pháp công nghệ, bí quyết kỹ thuật là loại tài sản vô hình rất khó định giá chính xác.



“Định giá nhà xưởng, thiết bị đã khó. Định giá một kết quả nghiên cứu càng phức tạp hơn nhiều. Trong khi nếu không định giá được thì không thể chuyển giao hay góp vốn”, ông nói.

Ông Quân cho rằng, tại các quốc gia phát triển, nhà nước không thu hồi vốn đầu tư nghiên cứu một cách trực tiếp. Thay vào đó, khi nhà khoa học chuyển giao cho doanh nghiệp, doanh nghiệp ứng dụng được công nghệ, tăng doanh thu, lợi nhuận, thì nhà nước sẽ gián tiếp thu hồi vốn qua thuế doanh nghiệp.

“Chúng ta cần thay đổi tư duy, giao quyền sở hữu, quyền định giá cho nhà khoa học. Khi họ có quyền chủ động, họ sẽ có động lực hơn để đưa nghiên cứu ra khỏi ngăn kéo, ra thị trường”, TS Nguyễn Quân nói.

Đề xuất Đà Nẵng thí điểm cơ chế mới

Hiện nay, Quốc hội đã ban hành Nghị quyết 193/2025/QH15 về thí điểm một số cơ chế, chính sách đặc biệt trong lĩnh vực KHCN, ĐMST và chuyển đổi số quốc gia. Tuy nhiên, quy định trong nghị quyết này mới chỉ cho phép giao quyền sở hữu kết quả nghiên cứu cho cơ quan chủ trì, chưa trao trực tiếp cho cá nhân nhà khoa học.

Từ thực tế đó, TS Nguyễn Quân kiến nghị TP Đà Nẵng, địa phương đang có nhiều cơ chế đặc thù theo Nghị quyết 136/2024/QH15 nên mạnh dạn thí điểm trao quyền sở hữu và định giá trực tiếp cho người chủ trì nhiệm vụ khoa học.

“Chỉ khi nhà khoa học được quyền sở hữu kết quả do mình

tạo ra, thì mới có động lực đưa sản phẩm nghiên cứu vào ứng dụng, thương mại hóa”, ông nói.

Ông đề xuất HĐND TP Đà Nẵng ban hành nghị quyết thí điểm cho phép giao quyền sở hữu và quyền định giá kết quả nghiên cứu có nguồn gốc từ ngân sách nhà nước cho nhà khoa học chủ trì nhiệm vụ nghiên cứu cấp thành phố và cấp cơ sở. Điều này sẽ giúp họ đăng ký sở hữu trí tuệ, chuyển nhượng, góp vốn hoặc dùng làm vốn thành lập doanh nghiệp KHCN.

“Nếu giải được hai nút thắt giao quyền sở hữu và quyền định giá, các nhà khoa học sẽ có thể sống bằng chính trí tuệ của mình mà không cần trông chờ vào phụ cấp hay lương ưu đãi”, nguyên Bộ trưởng Nguyễn Quân nhấn mạnh.



Nên mạnh dạn thí điểm trao quyền sở hữu và định giá trực tiếp cho người chủ trì nhiệm vụ khoa học. Ảnh: AI.



Tín chỉ carbon: “Tài sản” để doanh nghiệp hội nhập

HƯƠNG GIANG

Tín chỉ carbon không chỉ được nhìn nhận như một công cụ bù đắp phát thải mà còn là một “tài sản ESG” chiến lược, có khả năng định hình giá trị thương hiệu, khả năng tiếp cận vốn và mức độ hội nhập chuỗi cung ứng của doanh nghiệp.

Từ công cụ giảm phát thải đến tiêu chuẩn tài chính toàn cầu

Tín chỉ carbon (chứng chỉ carbon) là chứng nhận mang tính thương mại, thể hiện quyền sở hữu về lượng khí CO₂ hoặc các loại khí nhà kính khác. Chúng được chuyển đổi sang

CO₂ (carbon dioxide) tương đương, một tín chỉ carbon sẽ có giá trị bằng một tấn khí CO₂ và ngược lại.

Theo giới chuyên gia, việc hiểu rõ về ảnh hưởng của tín chỉ carbon là một cơ hội chiến lược cho doanh nghiệp.

Chuyên gia Phạm Hoài Trung - Cố vấn trưởng của SSBTi Việt Nam, nhà sáng lập Công ty Azitech & GreenGo cho biết, trong bối cảnh thế giới bước vào kỷ nguyên chuyển đổi xanh và mục tiêu phát thải ròng bằng không trở thành cam kết pháp lý hoặc thị trường tại nhiều quốc



Để hội nhập thị trường và bán được tín chỉ carbon với giá cao, doanh nghiệp phải có một chiến lược tín chỉ ESG toàn diện.

gia, tín chỉ carbon đang nổi lên không chỉ như một công cụ bù đắp phát thải mà còn là một “tài sản ESG” chiến lược, có khả năng định hình giá trị thương hiệu, khả năng tiếp cận vốn và mức độ hội nhập chuỗi cung ứng của doanh nghiệp.

Tuy nhiên, thực tế cho thấy thị trường tín chỉ carbon đang phân hóa sâu sắc: những tín chỉ giá rẻ, thiếu minh bạch, chỉ được đo đạc sơ sài thường chỉ bán được với giá 3 - 8 USD cho mỗi tấn CO₂, trong khi các tín chỉ carbon được thiết kế bài bản, xác minh theo chuẩn quốc tế, tích hợp lợi ích xã hội và có thể được đưa vào các báo cáo tài chính ESG lại đạt mức giá 60 - 80 USD mỗi tấn CO₂, thậm chí cao hơn trong các phiên đấu giá của những tập đoàn lớn.

Người mua tín chỉ carbon ngày nay không đơn thuần tìm kiếm một con số giảm phát thải, mà tìm kiếm các giá trị tích hợp: tính minh bạch, khả năng truy xuất nguồn gốc, mức độ đóng góp vào mục tiêu phát thải khoa học (Science-Based Targets initiative - SBTi), và đặc biệt là tính tương thích với các hệ thống công bố thông tin phát triển bền vững như CDP (Dự án Công bố Carbon), TCFD (Lực lượng đặc nhiệm công bố tài chính liên quan đến biến đổi khí hậu), GRI (Sáng kiến Báo cáo toàn cầu) hay CSRD (Chỉ thị báo cáo phát triển bền vững của Liên minh châu Âu).

Từ tháng 3/2024, ở Mỹ, Ủy ban Chứng khoán và Giao dịch (SEC) đã chính thức thông qua quy định

bắt buộc các công ty niêm yết tại Mỹ phải công bố rủi ro và chiến lược liên quan đến khí hậu trong báo cáo tài chính thường niên. Điều này bao gồm cả việc báo cáo phát thải khí nhà kính phạm vi 1 (trực tiếp) và phạm vi 2 (gián tiếp), cùng với thông tin chi tiết về việc sử dụng tín chỉ carbon nếu được dùng để bù đắp.

Các tín chỉ carbon muốn được công nhận trong các báo cáo công bố theo quy định của SEC phải có hồ sơ xác minh rõ ràng, nguồn gốc đáng tin cậy, và liên kết chặt chẽ với kế hoạch giảm phát thải dài hạn của doanh nghiệp. Nói cách khác, nếu doanh nghiệp Việt Nam tạo tín chỉ carbon mà muốn tiếp cận các khách hàng là doanh nghiệp niêm yết tại Mỹ, tín chỉ đó không chỉ phải đáp ứng

tiêu chuẩn quốc tế về đo lường, mà còn có thể tích hợp vào báo cáo tài chính kiểm toán.

Tại châu Âu, các doanh nghiệp xuất khẩu sang khu vực này phải đối mặt với Thỏa thuận Xanh châu Âu và Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon (CBAM), buộc các doanh nghiệp nội khối và ngoại khối phải chứng minh chuỗi cung ứng của họ không tạo ra phát thải lớn mà không được kiểm soát. Điều này khiến các tập đoàn trong ngành thực phẩm, hàng tiêu dùng, ô tô và bán lẻ đẩy mạnh nhu cầu mua tín chỉ carbon có truy xuất nguồn gốc từ các quốc gia đang phát triển, trong đó Việt Nam là thị trường tiềm năng nếu làm đúng.

Trong khi đó, tại châu Á, các tập đoàn tại Nhật Bản và Hàn Quốc như Toyota, Panasonic, Samsung, LG cũng đang triển khai chiến lược phát thải ròng bằng không và đòi hỏi nhà cung ứng ở Việt Nam chứng minh được mức độ phát thải gián tiếp (phạm vi 3), từ đó thúc đẩy nhu cầu mua tín chỉ carbon có đồng lợi ích đi kèm. Trung Quốc

- với thị trường ETS quốc gia ngày càng mở rộng - cũng đang tích cực nhập khẩu tín chỉ carbon quốc tế cho các tập đoàn xuất khẩu thép, điện và công nghệ.

Một ví dụ nổi bật trong lĩnh vực logistics là chiến lược của DHL, đơn vị đã triển khai chương trình “GoGreen” với các hoạt động đầu tư vào tín chỉ carbon chất lượng cao từ các dự án tái tạo rừng, phục hồi đất, hoặc chuyển đổi nhiên liệu vận tải. DHL yêu cầu tín chỉ phải được xác minh theo ISO 14064, có dữ liệu phạm vi 3 theo GHG Protocol, tích hợp LCA và đóng góp vào ít nhất 3 mục tiêu SDGs. Nhờ đó, công ty này ký kết mua tín chỉ với mức giá gần 65 USD/tấn CO₂ từ các dự án vận tải kết hợp năng lượng tái tạo tại Đông Nam Á.

Khuyến nghị cho doanh nghiệp

Để hội nhập được vào các thị trường trên và bán được tín chỉ

carbon với giá cao, chuyên gia Phạm Hoài Trung cho rằng, doanh nghiệp Việt không thể tiếp cận thị trường theo cách truyền thống chỉ dựa vào đo lường sinh khối hoặc báo cáo thủ công. Thay vào đó, cần một chiến lược tích hợp đầy đủ các yếu tố khoa học, môi trường, xã hội và quản trị doanh nghiệp - hay nói cách khác là một chiến lược tín chỉ ESG toàn diện.

Trước tiên, mọi tín chỉ carbon chất lượng cao phải được xây dựng trên nền tảng phân tích vòng đời (Life Cycle Assessment - LCA), để không chỉ đo lường phát thải CO₂ mà còn đánh giá đầy đủ các chỉ số khác như sử dụng năng lượng, nước, đất, axit hóa, độc tính sinh thái và mức độ ảnh hưởng đến đa dạng sinh học. Phân tích này giúp xác định điểm nóng môi trường và lựa chọn



DHL đầu tư vào tín chỉ carbon chất lượng cao từ các dự án tái tạo rừng, phục hồi đất, hoặc chuyển đổi nhiên liệu vận tải.



can thiệp hiệu quả nhất. Đồng thời, việc kiểm kê phát thải khí nhà kính cần tuân theo các chuẩn ISO 14064 và GHG Protocol, bảo đảm đầy đủ các phạm vi 1, 2 và 3, có thể kiểm toán và truy xuất dữ liệu.

Một yếu tố then chốt khác là khả năng gắn kết tín chỉ với mục tiêu phát thải khoa học theo SBTi, đặc biệt trong lĩnh vực nông nghiệp, rừng và sử dụng đất (tuân thủ chuẩn FLAG của SBTi). Các doanh nghiệp tạo tín chỉ cần chứng minh rằng tín chỉ không thay thế cho nỗ lực giảm phát thải nội tại mà chỉ là công cụ bổ sung cho phần phát thải không thể tránh được. Việc này không chỉ giúp tăng độ tin cậy mà còn phù hợp với yêu cầu của các nhà đầu tư ESG quốc tế.

Ngoài ra, các tín chỉ carbon cần được thiết kế để tạo ra đồng lợi ích phát triển bền vững (SDGs), chẳng hạn như tín chỉ từ trồng tre gắn với SDG 15 về rừng và đa dạng sinh học, tín chỉ từ mô hình cà phê tái sinh liên quan đến SDG 8 về việc làm xanh, SDG 5 về bình đẳng giới, và SDG 13 về biến đổi khí hậu.

“Việc tích hợp các giá trị này giúp tăng giá trị cảm nhận, hỗ trợ truyền thông ESG của người mua và giúp tín chỉ vượt qua các tiêu chí lựa chọn khắt khe từ các tổ chức quốc tế. Dữ liệu phát thải và đồng lợi ích cần được số hóa và định dạng tương thích với các khung báo cáo phát triển bền vững như CDP, GRI, CSRD và TCFD, cũng như các yêu cầu báo cáo bắt buộc theo quy định của SEC hoặc các sản chứng khoán khu vực. Chỉ khi tín chỉ carbon được tích hợp vào báo cáo tài chính kiểm toán thì người

mua mới sẵn sàng trả giá cao và ký hợp đồng dài hạn”, chuyên gia nêu.

Tại Việt Nam, lĩnh vực vận tải và logistics là một trong những ngành phát thải lớn nhưng cũng đầy tiềm năng để khai thác tín chỉ carbon chất lượng cao. Các doanh nghiệp trong lĩnh vực này hoàn toàn có thể tạo ra tín chỉ carbon chất lượng cao bằng cách xây dựng mô hình logistics xanh tích hợp vòng đời.

Ví dụ, một công ty vận tải sử dụng xe tải điện, kết hợp pin mặt trời ở các trạm trung chuyển, tái sử dụng container và bao bì, đồng thời đo lường toàn bộ chuỗi giá trị theo LCA - từ hoạt động vận tải, kho bãi, đóng gói đến logistics ngược - có thể tính toán lượng phát thải giảm thực tế theo ISO 14064-2. Sau đó, công ty có thể đăng ký tín chỉ với các tiêu chuẩn như Verra hoặc Gold Standard, đồng thời tích hợp dữ liệu vào báo cáo CDP hoặc TCFD của khách hàng lớn như Unilever, P&G hoặc các tập đoàn bán lẻ như Walmart, Carrefour.

“Với các yêu cầu ESG ngày càng tăng từ CBAM của EU hoặc SEC của Mỹ, khách hàng sẵn sàng trả giá cao để mua các tín chỉ đáng tin cậy, có truy xuất, tích hợp được vào chiến lược giảm phát thải toàn cầu”, chuyên gia nhìn nhận.

Tín chỉ carbon từ ngành logistics còn có thể đạt mức định giá cao nếu gắn với các đồng lợi ích như cải thiện chất lượng không khí đô thị (gắn với SDG 3 và SDG 11), tạo công việc xanh cho tài xế sử dụng phương tiện không phát thải (SDG 8), hoặc góp phần

giảm ô nhiễm tiếng ồn tại cảng biển và sân bay (SDG 12). Các doanh nghiệp có thể dùng LCA và các công cụ đo CFP/PEF để xác định và chứng minh các giá trị này một cách định lượng.

Để đạt được điều đó, buộc các nhà phát triển tín chỉ Việt Nam cần phải nâng cấp tư duy và phương pháp, lộ trình triển khai bài bản. Bắt đầu từ khảo sát tiềm năng phát thải hoặc hấp thụ CO₂, xác định ranh giới địa lý và chân trời thời gian phù hợp. Thiết lập hệ thống đo lường vòng đời (LCA và PEF), kiểm kê phát thải đầy đủ theo ISO và GHG Protocol. Thiết kế tín chỉ gắn với mục tiêu SBTi và các mục tiêu phát triển bền vững. Lựa chọn tiêu chuẩn chứng nhận phù hợp như Verra hoặc Gold Standard. Đặc biệt là xây dựng hệ thống dữ liệu tích hợp có thể sử dụng được trong các báo cáo phát triển bền vững quốc tế.

“Rõ ràng, tín chỉ carbon ngày nay không còn là một sản phẩm đơn lẻ phục vụ mục tiêu môi trường, mà đã trở thành một cấu phần chiến lược trong hệ thống quản trị ESG, công bố tài chính và định vị thương hiệu quốc tế. Việc tạo tín chỉ chất lượng cao đòi hỏi một chiến lược xuyên suốt từ đo lường khoa học, thiết kế đồng lợi ích xã hội, xác minh quốc tế cho đến tích hợp vào các chỉ thị bắt buộc như của SEC, CDP hay CSRD. Nếu được thực hiện bài bản, tín chỉ carbon không chỉ tạo dòng tiền mới mà còn mở ra cánh cửa hội nhập chuỗi cung ứng toàn cầu, thu hút vốn đầu tư xanh, và đóng góp thực chất vào quá trình chuyển đổi kinh tế phát thải thấp của Việt Nam”, chuyên gia Phạm Hoài Trung nhấn mạnh.



Gia tăng giá trị doanh nghiệp nhờ ESG

THU THẢO



NGHIÊN CỨU & TRAO ĐỔI

Theo giới chuyên gia, việc thực hành tốt ESG mang lại lợi ích kép, giúp gia tăng cả giá trị thực và giá trị thị trường của doanh nghiệp thông qua hàng loạt cơ chế tác động trực tiếp và gián tiếp.

Giảm rủi ro, tăng cơ hội

Trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu đang dịch chuyển mạnh mẽ theo hướng phát triển bền vững, ESG (Môi trường - Xã hội - Quản trị) không còn là một lựa chọn, mà đã trở thành yếu tố bắt buộc đối với doanh nghiệp muốn khẳng định vị thế và nâng cao giá trị trên thị trường.

Ông Phạm Hoài Trung - Cố vấn trưởng của SSBTi Việt Nam, nhà sáng lập Công ty Azitech & GreenGo cho rằng, việc thực hành tốt ESG mang lại lợi ích kép, giúp gia tăng giá trị thực cũng như giá trị thị trường của doanh nghiệp thông qua hàng loạt cơ chế tác động trực tiếp và gián tiếp.

Trước hết, ESG đóng vai trò như một “lá chắn” giúp doanh nghiệp



Ông Phạm Hoài Trung
Cố vấn trưởng của SSBTi Việt Nam, nhà
sáng lập Công ty Azitech & GreenGo.

giảm thiểu rủi ro và ổn định dòng tiền. Bằng cách chủ động kiểm soát các rủi ro môi trường như ô nhiễm hay biến đổi khí hậu, rủi ro xã hội như xung đột lao động, và rủi ro quản trị như tham nhũng hay thiếu minh bạch, doanh nghiệp có thể giảm thiểu các chi phí phát sinh do đình trệ sản xuất, bị xử phạt hoặc tổn thất uy tín.

Điều này đồng nghĩa với việc giảm chi phí bảo hiểm, dòng tiền trở nên ổn định hơn và tỷ lệ chiết khấu rủi ro trong định giá tài sản cũng thấp hơn.

Ví dụ, một doanh nghiệp dệt may có hệ thống ESG hiệu quả có thể giảm một tỷ lệ lớn nguy cơ đứt

gãy nguồn cung lao động tránh bị cắt hợp đồng từ các nhà nhập khẩu, từ đó duy trì doanh thu ổn định so với các đối thủ.

Không chỉ giúp giảm rủi ro, ESG còn mở rộng cơ hội tăng trưởng doanh thu và thị phần. Việc tuân thủ các quy định môi trường theo các thỏa thuận xanh châu Âu như Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon (CBAM) của EU, quy định khí hậu do Ủy ban Chứng khoán và Giao dịch Mỹ ban hành (SEC Climate Rule), hay đáp ứng yêu cầu về nhân sinh thái và truy xuất nguồn gốc đang trở thành điều kiện tiên quyết để tiếp cận các thị trường quốc tế lớn.

Bên cạnh đó, người tiêu dùng ngày càng ưu tiên lựa chọn những nhà cung ứng có trách nhiệm với môi trường và xã hội. Doanh nghiệp có ESG mạnh cũng dễ dàng phát triển các dòng sản phẩm xanh, ít phát thải, bao bì sinh học, những yếu tố đang được thị trường toàn cầu đánh giá cao.

Một minh chứng rõ ràng là một công ty chế biến thực phẩm đạt chứng nhận trung hòa carbon theo tiêu chuẩn sáng kiến báo cáo toàn cầu (GRI) đã được hệ thống siêu thị tại Nhật Bản tiếp nhận, giúp doanh thu tăng tới 30% chỉ sau một năm.



Việc thực hành ESG còn giúp doanh nghiệp cắt giảm chi phí vận hành và gia tăng biên lợi nhuận. Thông qua tối ưu hóa việc sử dụng tài nguyên như nước, điện, nguyên liệu thô, kết hợp cải tiến quy trình sản xuất và tăng cường tái chế, các doanh nghiệp có thể giảm đáng kể chi phí hoạt động (OPEX), từ đó cải thiện biên lợi nhuận gộp.

Ví dụ, một nhà máy xi măng khi áp dụng mô hình ESG đã tiết kiệm được 15% chi phí điện năng và 12% chi phí xử lý bụi, qua đó nâng biên lợi nhuận thêm 5 điểm phần trăm.

Doanh nghiệp xanh được định giá cao hơn

Trên thị trường tài chính, theo ông Phạm Hoài Trung, ESG được xem như một lợi thế cạnh tranh, giúp nâng cao hệ số định giá của doanh nghiệp. Những doanh nghiệp có ESG tốt thường được định giá cao hơn thông qua các chỉ số như P/E, EV/EBITDA, hay P/B.

Các quỹ đầu tư ESG, vốn có chiến lược dài hạn và nhấn mạnh yếu tố bền vững, sẵn sàng trả mức giá cao hơn cho cổ phần của những doanh nghiệp minh bạch và có quản trị rủi ro tốt. Thống kê cho thấy cổ phiếu của các

công ty nằm trong chỉ số MSCI ESG Leaders thường có hệ số P/E cao hơn 10-15% so với mức trung bình ngành.

Đồng thời, ESG cũng giúp doanh nghiệp trở nên hấp dẫn hơn với các nhà đầu tư chiến lược, đặc biệt là các quỹ hưu trí, quỹ chủ quyền hay ngân hàng phát triển - những tổ chức vốn chỉ đầu tư vào các doanh nghiệp có minh chứng ESG rõ ràng và được đánh giá độc lập. Nhờ đó, doanh nghiệp dễ dàng huy động vốn, IPO hay thực hiện các thương vụ M&A với định giá cao hơn.

Chẳng hạn, một startup trong lĩnh vực công nghệ tái chế, nhờ đạt chứng nhận ESG, đã được định giá gấp 4 lần EBITDA trong vòng gọi vốn series B, vượt xa mức trung bình 2-3 lần của ngành.

Về mặt tài chính, ESG còn là yếu tố góp phần nâng hạng tín nhiệm của doanh nghiệp từ các tổ chức đánh giá như Moody's, Fitch hay FiinRatings. Việc được nâng hạng tín nhiệm giúp doanh nghiệp vay vốn với lãi suất thấp hơn, giảm chi phí sử dụng vốn, đồng thời gia tăng giá trị hiện tại ròng.

Một công ty hạ tầng giao thông, sau khi công bố báo cáo tài chính liên quan đến khí hậu (TCFD) và

lộ trình Net Zero, đã được nâng hạng tín nhiệm và phát hành trái phiếu với lãi suất thấp hơn 1,2%, qua đó tăng đáng kể hiệu quả tài chính của dự án.

Cuối cùng, ESG góp phần xây dựng thương hiệu mạnh và tạo ra tài sản vô hình - yếu tố ngày càng đóng vai trò quan trọng trong định giá doanh nghiệp hiện đại. Một chiến lược ESG vững chắc giúp nâng cao uy tín, đạo đức và hình ảnh doanh nghiệp, là nền tảng cho các mô hình định giá như giá trị thương hiệu hay giá trị gia tăng kinh tế. Những thương hiệu toàn cầu như Patagonia, Tesla hay Unilever đều đang tận dụng ESG như một trụ cột chiến lược, giúp định giá thương hiệu vượt xa tài sản vật chất.

“Tóm lại, ESG giúp doanh nghiệp tăng giá trị thông qua nhiều cơ chế: từ việc ổn định dòng tiền, tăng doanh thu và lợi nhuận, đến việc nâng cao định giá thị trường, thu hút nhà đầu tư và củng cố thương hiệu. Trong bối cảnh xu hướng đầu tư xanh và tiêu dùng có trách nhiệm ngày càng phổ biến, ESG chính là chìa khóa để doanh nghiệp Việt Nam nâng tầm và phát triển bền vững trên bản đồ kinh tế toàn cầu”, chuyên gia Phạm Hoài Trung nhấn mạnh.



Quốc hội chính thức thông qua nghị quyết đặc biệt phát triển kinh tế tư nhân

BÌNH MINH

THỜI CUỘC & KINH DOANH



Nghị quyết Quốc hội đề ra loạt giải pháp đột phá như miễn thuế, hỗ trợ lãi suất, giới hạn thanh tra và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, nhằm khơi thông nguồn lực tư nhân và thúc đẩy tăng trưởng xanh. Với ưu đãi thuế, tín dụng và cải cách pháp lý, Nghị quyết được kỳ vọng sẽ “cởi trói” cho doanh nghiệp, thúc đẩy kinh tế tư nhân trở thành động lực phát triển.

Ngày 17/5, Quốc hội biểu quyết thông qua Nghị quyết về cơ chế, chính sách phát triển kinh tế tư nhân và Nghị quyết về một số cơ chế, chính sách đặc biệt trong tổ chức thi hành pháp luật. Với 429/434 đại biểu tán thành, nghị quyết được kỳ vọng tạo đột phá thực chất cho khu vực tư nhân.

Trước đó, trình bày báo cáo tiếp thu, giải trình, chỉnh lý dự thảo, Bộ trưởng Bộ Tài chính Nguyễn Văn Thắng nêu rõ, dự thảo nghị quyết điều chỉnh thời điểm áp dụng bỏ thuế khoán đối với hộ kinh doanh từ 1/7/2026 xuống 1/1/2026. Nhà nước cũng sẽ hỗ trợ cung cấp miễn phí các nền tảng số, phần mềm kế toán dùng chung cho hộ kinh doanh để khuyến khích chuyển đổi số.

Nghị quyết quy định miễn thuế thu nhập doanh nghiệp trong 3 năm đầu đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa kể từ khi được cấp giấy chứng nhận đăng ký. Đối với doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo, công ty quản lý quỹ đầu tư khởi nghiệp, tổ chức trung gian hỗ trợ khởi nghiệp, thu nhập



Nghị quyết mới được kỳ vọng sẽ “cởi trói” cho doanh nghiệp, thúc đẩy kinh tế tư nhân trở thành động lực phát triển.

từ hoạt động khởi nghiệp sẽ được miễn thuế 2 năm và giảm 50% trong 4 năm tiếp theo.

Ngoài ra, thu nhập từ chuyên nhượng cổ phần, phần vốn góp, quyền góp vốn hoặc quyền mua cổ phần, phần vốn góp vào doanh nghiệp khởi nghiệp sẽ được miễn thuế thu nhập cá nhân và thuế doanh nghiệp.

Các chuyên gia, nhà khoa học làm việc tại doanh nghiệp khởi nghiệp, trung tâm R&D, trung tâm đổi mới sáng tạo cũng được miễn thuế thu nhập cá nhân trong 2 năm và giảm 50% trong 4 năm kế tiếp với thu nhập từ tiền lương, tiền công.

Về tín dụng, doanh nghiệp khu vực tư nhân, hộ và cá nhân kinh doanh được hỗ trợ lãi suất 2%/năm khi vay vốn thực hiện các dự án xanh, tuần hoàn và áp dụng bộ tiêu chuẩn ESG.

Bên cạnh ưu đãi về tài chính, nghị quyết cũng đặt trọng tâm cải

cách môi trường pháp lý và bảo vệ quyền lợi doanh nghiệp trong tố tụng.

Cụ thể, nghị quyết quy định rõ về xử lý vật chứng, tài sản liên quan trong các vụ án dân sự, kinh tế, hình sự; xử lý nhanh, hiệu quả nhưng không ảnh hưởng quá trình điều tra; sớm đưa tài sản vào sử dụng để tránh lãng phí, thất thoát. Việc xử lý phải đảm bảo lợi ích nhà nước, tổ chức, cá nhân; phù hợp với các điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên.

Nghị quyết cũng phân định rõ trách nhiệm giữa pháp nhân và cá nhân, giữa trách nhiệm hình sự và hành chính, dân sự. Với các vụ việc dân sự, kinh tế, ưu tiên giải quyết bằng các biện pháp hành chính hoặc khắc phục hậu quả kinh tế trước khi xem xét xử lý hình sự. Nếu vi phạm ở mức phải xử lý hình sự, thì việc khắc phục thiệt hại sớm sẽ là căn cứ quan trọng để cơ quan tố tụng cân nhắc.

Đặc biệt, nghị quyết nhấn mạnh không được hời hợt các quy định pháp luật gây bất lợi cho doanh nghiệp, hộ và cá nhân kinh doanh. Những vụ việc chưa đủ chứng cứ, tài liệu rõ ràng phải được kết luận sớm, công bố công khai và bảo đảm nguyên tắc suy đoán vô tội trong quá trình tố tụng.

Việc niêm phong, kê biên, phong tỏa tài sản chỉ được phép thực hiện đúng thẩm quyền, thủ tục, trong giới hạn cần thiết, không gây thiệt hại không đáng có. Giá trị tài sản bị phong tỏa phải tương xứng với thiệt hại dự kiến trong vụ án. Trường hợp có thể ảnh hưởng hoạt động sản xuất kinh doanh, phải có ý kiến thống nhất của cơ quan tố tụng.

Ngoài ra, nghị quyết yêu cầu phân biệt rõ tài sản hình thành hợp pháp với tài sản có nguồn gốc từ vi phạm pháp luật. Tài sản, nghĩa vụ của doanh nghiệp cần được tách bạch khỏi tài sản, nghĩa vụ cá nhân của người điều hành doanh nghiệp.

Để tạo môi trường minh bạch, thuận lợi hơn cho sản xuất kinh doanh, nghị quyết quy định mỗi doanh nghiệp, hộ kinh doanh, cá nhân kinh doanh chỉ bị thanh tra một lần trong năm, kể cả thanh tra liên ngành, trừ khi có dấu hiệu vi phạm rõ ràng. Số lần kiểm tra cũng bị giới hạn tương tự.

Cuối cùng, nghị quyết yêu cầu xử lý nghiêm mọi hành vi lạm dụng thanh tra, kiểm tra để nhũng nhiễu doanh nghiệp. Đây là thông điệp mạnh mẽ từ Quốc hội nhằm bảo vệ quyền và lợi ích chính đáng của khu vực kinh tế tư nhân, động lực đang ngày càng đóng vai trò trung tâm trong tăng trưởng quốc gia.





Tạo đột phá thể chế, nâng tầm kinh tế tư nhân trong kỷ nguyên mới

HUY HÙNG

THỜI CUỘC & KINH DOANH

Giữa tháng 5, Hội nghị toàn quốc quán triệt, triển khai thực hiện Nghị quyết số 66 và Nghị quyết số 68 của Bộ Chính trị được tổ chức nhằm thúc đẩy hoàn thiện thể chế pháp luật và phát triển kinh tế tư nhân.

Hội nghị do Bộ Chính trị, Ban Bí thư chủ trì, tổ chức tại Hội trường Diên Hồng (Nhà Quốc hội), kết nối với hàng trăm điểm cầu tại các bộ, ngành Trung ương, địa phương, cơ quan, đơn vị trên cả nước.

Theo chương trình hội nghị, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính trình bày chuyên đề về nội dung trọng tâm và

kế hoạch thực hiện Nghị quyết số 68-NQ/TW (ngày 4/5/2025) của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân. Chủ tịch Quốc hội Trần Thanh Mẫn trình bày chuyên đề về Nghị quyết số 66-NQ/TW (ngày 30/4/2025) về đổi mới công tác xây dựng và thi hành pháp luật. Tổng Bí thư Tô Lâm có bài phát biểu chỉ đạo quan trọng. Trưởng Ban Tuyên giáo Trung ương Nguyễn





Trọng Nghĩa phát biểu kết luận, tiếp thu ý kiến chỉ đạo và định hướng công tác quán triệt, triển khai thực hiện nghị quyết.

Nghị quyết số 66-NQ/TW đặt mục tiêu đến năm 2030 xây dựng hệ thống pháp luật dân chủ, công bằng, minh bạch, đồng bộ, thống nhất và khả thi, với cơ chế tổ chức thực hiện nghiêm minh, tạo nền tảng pháp lý vững chắc cho sự phát triển ổn định, thông suốt của bộ máy hành chính nhà nước, đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp phát triển trong môi trường pháp lý thuận lợi.

Theo lộ trình, năm 2025 sẽ hoàn tất việc tháo gỡ các “điểm nghẽn” pháp lý; đến năm 2027 hoàn thành sửa đổi, bổ sung hệ thống văn bản phục vụ mô hình chính quyền ba cấp; và đến năm 2028 hoàn thiện hệ thống pháp luật về đầu tư - kinh doanh, đưa vị trí của Việt Nam trong xếp hạng môi trường đầu tư ASEAN lên thứ hạng cao.

Tầm nhìn đến năm 2045, Việt Nam phấn đấu sở hữu hệ thống pháp luật hiện đại, chất lượng cao, tiệm cận chuẩn mực quốc tế, góp phần xây dựng nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa, bộ máy tinh gọn, hiệu năng cao, hướng tới mục tiêu trở thành quốc gia phát triển, thu nhập cao.

Trong khi đó, Nghị quyết số 68-NQ/TW xác định, đến năm 2030, kinh tế tư nhân phải trở thành một trong những động lực quan trọng nhất của nền kinh tế, đóng vai trò tiên phong trong đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số và phát triển khoa học - công nghệ.

Mục tiêu cụ thể là có khoảng 2 triệu doanh nghiệp hoạt động, tương đương tỷ lệ 20 doanh nghiệp/1.000 dân; ít nhất 20 doanh nghiệp lớn tham gia chuỗi giá trị toàn cầu. Kinh tế tư nhân sẽ đóng góp khoảng 55-58% GDP, 35-40% thu ngân sách nhà nước và giải quyết việc làm cho 84-85% tổng số lao động. Tốc độ tăng trưởng bình quân của khu

vực này đạt 10-12%/năm, năng suất lao động tăng 8,5-9,5%/năm.

Tầm nhìn đến năm 2045, Việt Nam đặt mục tiêu có ít nhất 3 triệu doanh nghiệp, khu vực kinh tế tư nhân chiếm hơn 60% GDP, có năng lực cạnh tranh cao, tham gia sâu rộng vào chuỗi cung ứng toàn cầu và giữ vai trò chủ lực trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

Việc Bộ Chính trị ban hành cùng lúc hai nghị quyết mang tính chiến lược về thể chế pháp luật và phát triển kinh tế tư nhân thể hiện quyết tâm chính trị cao trong cải cách, kiến tạo môi trường kinh doanh minh bạch, hiện đại, thuận lợi hơn cho người dân và doanh nghiệp.

Cộng đồng doanh nghiệp kỳ vọng các nghị quyết này sẽ sớm được cụ thể hóa bằng chính sách thực thi rõ ràng, hiệu quả; qua đó tiếp thêm động lực mạnh mẽ để khu vực kinh tế tư nhân bứt phá, đóng góp xứng đáng vào sự phát triển bền vững, tự cường và thịnh vượng của đất nước.

Đẩy mạnh ba đột phá chiến lược số: Thể chế, hạ tầng, nhân lực



HẢI VÂN

Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính yêu cầu đẩy mạnh ba đột phá chiến lược số gồm: thể chế số, hạ tầng số và nhân lực số. Đồng thời, nâng tỷ trọng đầu tư cho khoa học công nghệ lên 3% chi ngân sách Nhà nước, khơi thông nguồn lực để thực hiện các chương trình đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số quốc gia và Đề án 06.

Trung tuần tháng 5/2025, Thủ tướng - Trưởng Ban Chỉ đạo của Chính phủ về phát triển khoa học, công nghệ (KH-CN), đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số và Đề án 06, chủ trì Phiên họp thứ hai của Ban Chỉ đạo.

Nhấn mạnh tinh thần “tăng tốc và bứt phá”, Thủ tướng nêu rõ mục tiêu tăng trưởng GDP đạt tối thiểu 8% trong năm 2025 và tạo nền tảng tăng trưởng hai con số cho cả nhiệm kỳ. Phương thức lãnh đạo, chỉ đạo, điều hành phải đổi mới theo hướng khoa học, hiện đại với tinh thần “Bộ máy tinh gọn - Dữ liệu kết nối - Quản trị hiện đại”.

Thủ tướng yêu cầu các bộ, ngành, địa phương trình các chương trình, dự án về KH-CN, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số để được phê duyệt, triển khai đồng

bộ. Đặc biệt, cần đẩy mạnh hợp tác công - tư, phát huy vai trò của doanh nghiệp tư nhân trong góp vốn, chia sẻ nguồn lực và hoàn thiện thể chế.

Về định hướng thời gian tới, Thủ tướng kêu gọi đổi mới tư duy, xác lập quyết tâm chính trị mạnh mẽ và lan tỏa khí thế đổi mới trong toàn xã hội. Thủ tướng yêu cầu đẩy mạnh tuyên truyền, nâng cao nhận thức về vai trò của khoa học công nghệ, cải cách hành chính, chuyển đổi số và Đề án 06.

Hai phong trào “Cả nước thi đua đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số” và “Bình dân học vụ số” cần tiếp tục lan tỏa sâu rộng, thực chất. Bên cạnh đó là nhiệm vụ rà soát, hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách và đảm bảo nguồn lực triển khai, có cơ chế ưu tiên để huy động các nguồn lực xã hội hóa.

Thủ tướng nhiều lần nhấn mạnh thông điệp hành động: “Nghĩ thật - Làm thật - Kết quả thật - Nhân dân thụ hưởng thật”, coi đây là kim chỉ nam để thúc đẩy hiệu quả của mọi nỗ lực chuyển đổi số, đổi mới sáng tạo, cải cách hành chính và triển khai Đề án 06.

Về nhiệm vụ cụ thể, Thủ tướng giao Bộ Công an hoàn thiện và trình Chính phủ các Nghị định hướng dẫn thi hành Luật Dữ liệu, quy định về Quỹ phát triển dữ liệu quốc gia và hoạt động đổi mới sáng tạo, hoàn thành trong tháng 6/2025. Phó Thủ tướng Nguyễn Chí Dũng được phân công theo dõi, chỉ đạo.

Đối với các bộ ngành liên quan đến 19 luật và 3 nghị quyết đang trình Quốc hội, Thủ tướng giao Bộ Tư pháp đôn đốc tiến độ xây dựng các nghị định hướng

dẫn thi hành. Phó Thủ tướng Lê Thành Long theo dõi, chỉ đạo nội dung này.

Các địa phương cần sớm đăng ký các nhiệm vụ KHCN, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, trình cấp có thẩm quyền phê duyệt và bố trí kinh phí. Phó Thủ tướng Hồ Đức Phớc được giao chỉ đạo và theo dõi tiến độ.

Thủ tướng cũng chỉ đạo Bộ Tài chính hoàn thiện danh mục, mã số đơn vị hành chính phù hợp với sắp xếp tổ chức bộ máy hành chính cấp tỉnh, hoàn thành trong tháng 6/2025. Đồng thời, phối hợp hoàn thiện chính sách thí điểm thị trường tài sản mã hóa.

Về khía cạnh thử nghiệm chính sách công nghệ, Thủ tướng yêu cầu các bộ, ngành sớm xây dựng đề án triển khai cơ chế

thử nghiệm chính sách để thúc đẩy nghiên cứu, phát triển và ứng dụng công nghệ chiến lược trong từng lĩnh vực trọng điểm. Bộ Khoa học và Công nghệ được giao vai trò đơn đốc.

Trong phát triển hạ tầng số, kinh tế số và chính phủ số, các bộ, ngành, địa phương và doanh nghiệp cần xây dựng, kết nối cơ sở dữ liệu của đơn vị mình với cơ sở dữ liệu quốc gia. Việc thử nghiệm công nghệ mới phải có kiểm soát, phục vụ phát triển sản xuất thông minh.

Bên cạnh đó, Thủ tướng yêu cầu tăng cường ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong quản lý nhà nước và đẩy mạnh số hóa toàn diện các quy trình hành chính.

Về cải cách hành chính, cần tiếp tục nâng cao hiệu quả cung cấp

dịch vụ công trực tuyến, đẩy mạnh triển khai Đề án 06 và gắn liền với việc sắp xếp đơn vị hành chính. Phó Thủ tướng Thường trực Nguyễn Hòa Bình được phân công theo dõi mảng công việc này.

Để phòng chống tội phạm công nghệ cao, Thủ tướng giao Bộ Công an phối hợp với Bộ Khoa học và Công nghệ, Ngân hàng Nhà nước và các doanh nghiệp triển khai chiến dịch tổng rà soát tài khoản ngân hàng, sim điện thoại.

Khép lại phiên họp, Thủ tướng tiếp tục nhấn mạnh tinh thần hành động “thật”: từ tư duy đến kết quả, nhằm tạo chuyển biến mạnh mẽ, toàn diện, bền vững trong phát triển khoa học - công nghệ, chuyển đổi số quốc gia và nâng cao chất lượng sống cho người dân.



VCCI: Cân nhắc quy định miễn thuế nhập khẩu trực tuyến với đơn hàng giá trị nhỏ

BÌNH MINH

Góp ý Dự thảo Nghị định quy định về quản lý hải quan với hàng hóa xuất, nhập khẩu giao dịch qua thương mại điện tử, VCCI đề nghị cơ quan soạn thảo cân nhắc sửa đổi lại quy định về thuế nhập khẩu với hàng hóa thương mại điện tử theo hướng quy định biểu thuế suất đơn giản hóa và áp dụng cho mọi đơn hàng thương mại điện tử, bất kể giá trị.

ngiệp Việt Nam (VCCI) đưa ra một số đóng góp và đề xuất.

Liên quan đến quy định miễn thuế nhập khẩu với đơn hàng giá trị nhỏ, Điều 12 Dự thảo quy định miễn thuế nhập khẩu với đơn hàng có giá trị nhỏ (từ 1 triệu đồng trở xuống).

Tuy nhiên, theo VCCI, cơ chế này chưa thực sự phù hợp và có nguy cơ tiếp tục tạo ra sự không bình đẳng với hàng hóa sản xuất trong nước.

Theo phân tích của VCCI, phần lớn hàng hóa nhập khẩu sẽ được miễn thuế nhập khẩu bởi giá trị mỗi đơn hàng TMĐT thường có giá trị thấp, thường không quá 1 triệu đồng. Chẳng hạn, năm 2024, hơn 324,1 triệu sản phẩm nhập khẩu đã được bán qua sàn Shopee, tạo ra doanh thu 14,2 nghìn tỷ đồng, tức giá trị trung bình chỉ khoảng 43.682 đồng/sản phẩm.

Như vậy, quy định ngưỡng 1 triệu đồng đồng nghĩa với việc phần lớn hàng hóa TMĐT nhập khẩu sẽ không chịu thuế nhập khẩu.

Miễn thuế nhập khẩu với đơn hàng giá trị nhỏ

Bộ Tài chính đang lấy ý kiến góp ý Dự thảo Nghị định quy định về quản lý hải quan đối với

hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu giao dịch qua thương mại điện tử (TMĐT).

Trên cơ sở ý kiến doanh nghiệp, Liên đoàn Thương mại và Công

Ngoài ra, quy định trên tạo ra sự bất bình đẳng với hàng hóa sản xuất trong nước. Các doanh nghiệp trong nước phải nộp thuế nhập khẩu với nguyên vật liệu nhập khẩu về để sản xuất hàng hóa, trong khi hàng hóa TMĐT được miễn hoàn toàn thuế nhập khẩu. Điều này vô hình trung vẫn tạo ra sự bất bình đẳng trong chính sách thuế, tạo lợi thế cạnh tranh cho hàng hóa nước ngoài.

Do vậy, cần thiết cân nhắc áp dụng một chính sách thuế nhập khẩu toàn diện, không miễn giảm với hàng hóa TMĐT nhập khẩu.

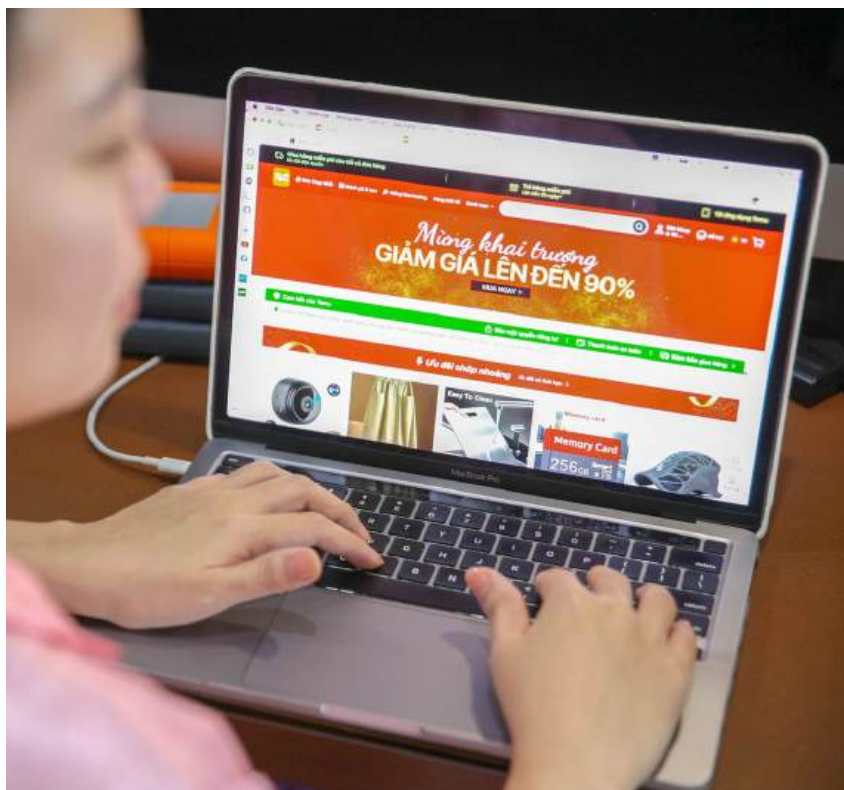
Tuy nhiên, theo VCCI, việc xây dựng chính sách thuế nhập khẩu với hàng hóa TMĐT nhập khẩu sẽ gặp nhiều thách thức. Khó có thể áp dụng quy định về mã HS như hàng hóa nhập khẩu truyền thống cho hàng hóa TMĐT.

VCCI đề nghị cơ quan soạn thảo cân nhắc sửa đổi lại quy định về thuế nhập khẩu với hàng hóa TMĐT theo hướng quy định biểu thuế suất đơn giản hóa và áp dụng cho mọi đơn hàng TMĐT, bất kể giá trị.

Miễn giấy phép, kiểm tra chuyên ngành với hàng hóa giá trị nhỏ

Điều 11.1 Dự thảo đang dự kiến cho phép miễn giấy phép, điều kiện, kiểm tra chuyên ngành với hàng hóa nhập khẩu có giá trị từ 1 triệu đồng trở xuống nhưng mỗi năm tổng giá trị không quá 48 triệu đồng với mỗi tổ chức, cá nhân. Quy định đang thiết kế theo hướng quản lý theo người mua (người nhập khẩu).

Tuy nhiên, VCCI cho rằng quy định này có thể chưa thực sự phù



VCCI kiến nghị cân nhắc áp dụng một chính sách thuế nhập khẩu toàn diện, không miễn giảm với hàng hóa TMĐT nhập khẩu.

hợp với đặc điểm TMĐT và có thể tạo ra lỗ hổng trong thiết kế chính sách. Tương tự như phân tích ở trên, việc áp dụng ngưỡng 1 triệu đồng gần như không có tác dụng đáng kể nào khi phần lớn hàng nhập khẩu hiện nay có giá trị thấp.

Điều này dẫn đến hệ quả là phần lớn hàng hóa TMĐT sẽ không phải chịu giấy phép, kiểm tra chuyên ngành, dù tổng giá trị hàng bán vào Việt Nam có thể rất lớn, gây bất bình đẳng với hàng hóa trong nước.

Cách thức thiết kế hiện tại vẫn dựa trên tư duy của hoạt động nhập khẩu truyền thống, trong khi có sự khác biệt rõ rệt giữa hai hình thức nhập khẩu truyền thống và nhập khẩu qua TMĐT.

Vì vậy, thay vì tiếp tục quản lý theo người mua, có thể chuyển

sang quản lý theo người bán. Cơ chế này sẽ đồng thời bảo đảm quản lý theo rủi ro, theo đó tập trung quản lý với các hàng hóa có khối lượng giao dịch lớn trên thị trường.

VCCI đề nghị cơ quan soạn thảo cân nhắc xây dựng cơ chế quản lý giấy phép, kiểm tra chuyên ngành với hàng hóa theo người bán.

Ngoài ra, VCCI kiến nghị cơ quan soạn thảo bổ sung quy định các trường hợp không được miễn giấy phép, điều kiện, kiểm tra chuyên ngành theo hướng không áp dụng quy định về cảnh báo với các đơn hàng đã gửi thông tin đến cho hệ thống.

VCCI cũng đưa ra ý kiến góp ý về quy định kiểm tra thực tế hàng hóa, xử lý trong trường hợp hệ thống gặp sự cố.

Thủ tướng Phạm Minh Chính: 100% số thủ tục với doanh nghiệp phải thực hiện online

BÌNH MINH



Thủ tướng Phạm Minh Chính yêu cầu toàn bộ thủ tục liên quan đến doanh nghiệp phải được thực hiện trực tuyến, minh bạch, thông suốt và không phụ thuộc địa giới hành chính.

Thủ tướng Phạm Minh Chính yêu cầu các bộ, ngành, địa phương đẩy mạnh cắt giảm thủ tục hành chính, đảm bảo đến hết năm 2025, toàn bộ thủ tục liên quan đến doanh nghiệp phải được thực hiện trực tuyến, minh bạch, thông suốt và không phụ thuộc địa giới hành chính.

Mới đây ngày 22/5, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính đã ký Công điện số 69/CĐ-TTg, yêu cầu các bộ, ngành, địa phương tập trung hoàn thành rà soát, cắt giảm và đơn giản hóa thủ tục hành chính (TTHC).

Theo thống kê đến ngày 20/5/2025, cả nước có 6.358 TTHC, trong đó 4.377 thủ tục liên quan đến hoạt động sản xuất, kinh doanh, với chi phí tuân thủ lên tới hơn 120.000 tỷ đồng mỗi năm. Mục tiêu đặt ra là cắt giảm ít nhất 30% thời gian giải quyết, chi phí tuân thủ TTHC và điều kiện kinh doanh trong năm 2025.

Thủ tướng yêu cầu tập trung hoàn thành việc cập nhật, công khai kết quả tổng hợp, thống kê TTHC, điều kiện kinh doanh, chi phí tuân thủ TTHC thuộc phạm vi quản lý trên Cơ sở dữ liệu quốc gia về TTHC trước ngày 10/6/2025.

Khẩn trương tổ chức rà soát, cắt giảm, đơn giản hóa TTHC liên quan đến hoạt động sản xuất, kinh doanh, bảo đảm cắt giảm ít nhất 30% thời gian giải quyết TTHC, ít nhất 30% chi phí tuân thủ TTHC, ít nhất 30% điều kiện kinh doanh trong năm 2025 và tiếp tục cắt giảm mạnh trong những năm tiếp theo. Thực hiện đúng chỉ đạo của Bộ Chính trị tại Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 4/5/2025 về phát triển kinh tế tư nhân và của Chính phủ tại Nghị quyết số 66/NQ-CP ngày 26/3/2025.

Thủ tướng nhấn mạnh, cần đẩy mạnh phân cấp, tự động hóa, ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo và dữ liệu lớn trong xử

lý thủ tục, đặc biệt ở các lĩnh vực doanh nghiệp quan tâm như đầu tư, đất đai, xây dựng, thuế, hải quan... Đồng thời, chuyển từ duy trì tiền kiểm sang hậu kiểm, loại bỏ cơ chế “xin - cho”, tạo môi trường kinh doanh minh bạch và thông thoáng.

Các bộ trưởng, chủ tịch UBND các tỉnh, thành phố phải chịu trách nhiệm trước Chính phủ và Thủ tướng về kết quả cắt giảm TTHC thuộc phạm vi quản lý. Việc triển khai sẽ được Văn phòng Chính phủ theo dõi, đôn đốc và báo cáo định kỳ hằng tháng.

Liên quan đến vấn đề này, sáng 23/5, thảo luận tại tổ về tình hình phát triển kinh tế - xã hội và ngân sách nhà nước, đại biểu Hà Sỹ Đồng (Quảng Trị) dẫn báo cáo của VCCI cho biết, việc tiếp cận đất đai ngày càng khó khăn. Nếu như năm 2021 có 55% doanh nghiệp thuận lợi khi tìm kiếm mặt bằng kinh doanh thì đến năm 2024, tỷ lệ này giảm xuống chỉ còn 33%. Nguyên nhân chính là

thủ tục kéo dài, đặc biệt trong khâu xác định giá đất.

Đại biểu bày tỏ lo ngại về tiến độ cải cách môi trường kinh doanh. Ông cho rằng nếu không thực hiện một “cuộc cách mạng thực sự”, những cải thiện nhỏ lẻ hiện nay sẽ không đủ tạo đột phá. Dù đã có nhiều nghị quyết như Nghị quyết 57 về khoa học công nghệ, Nghị quyết 66 về pháp luật và Nghị quyết 68 về kinh tế tư nhân, nhưng vướng mắc mà doanh nghiệp phản ánh ngày càng đi vào những điểm “khó và sâu hơn”.

Nếu tiếp tục theo đuổi mục tiêu tăng trưởng cao trong giai đoạn 2026-2027 mà chỉ dựa vào các biện pháp tài khóa, tiền tệ thì sẽ tiềm ẩn rủi ro vĩ mô lớn. Trong khi đó, đầu tư tư nhân - động lực chính cho tăng trưởng - đang bị kìm hãm bởi một “rừng thủ tục, núi thủ tục” như: quy hoạch xây dựng, chấp thuận chủ trương đầu tư, thẩm định thiết kế, môi trường, phòng cháy chữa cháy, xác định tiền sử dụng đất...





Gỡ khó trong quản trị bền vững nhờ công nghệ AI

VĨNH HẢO



Phó Thống đốc NHNN Việt Nam Phạm Thanh Hà đánh giá cao vai trò của AI trong thực hành báo cáo phát triển bền vững lĩnh vực ngân hàng.

Dữ liệu ESG phân tán, thiếu chuẩn hóa đang cản trở ngân hàng và doanh nghiệp trong việc lập báo cáo phát triển bền vững. AI được kỳ vọng là “chìa khóa” giúp tháo gỡ điểm nghẽn này, tự động hóa, chuẩn hóa và nâng cao độ tin cậy của báo cáo, mở đường cho dòng vốn xanh.

Tại tọa đàm “Thực hành báo cáo phát triển bền vững trong lĩnh vực ngân hàng với giải pháp AI” diễn ra mới đây, Phó Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam Phạm Thanh Hà cho biết, năm 2024 ghi nhận số lượng tổ chức công bố báo cáo phát triển bền vững độc lập đạt mức cao kỷ lục với 33 đơn vị. Gần như toàn bộ các tổ chức tín dụng đã tích hợp nội dung phát triển bền vững vào báo cáo thường niên theo quy định.

Đáng chú ý, từ 13-15 ngân hàng thương mại đã công bố báo cáo phát triển bền vững độc lập. Con số này tiếp tục tăng trong năm 2024 và những tháng đầu năm 2025, với thêm 6 ngân hàng tham gia.

Cùng với xu hướng này, hoạt động tín dụng xanh cũng ghi nhận kết quả tích cực. Tính đến cuối quý I/2025, đã có 58 tổ chức tín dụng phát sinh dư nợ tín dụng xanh với tổng giá trị trên 704.244 tỷ đồng, tăng 3,57% so với cuối

năm 2024, chiếm 4,3% tổng dư nợ toàn nền kinh tế. Trong đó, dư nợ tập trung vào năng lượng tái tạo, năng lượng sạch (hơn 37%) và nông nghiệp xanh (trên 29%).

Tốc độ tăng trưởng dư nợ tín dụng xanh giai đoạn 2017-2024 đạt trung bình 21,2%/năm, cao hơn nhiều so với mức tăng trưởng tín dụng chung.

Dù đã có những bước tiến tích cực, Phó Tổng đốc Phạm Thanh Hà đánh giá, việc thực hành và công bố báo cáo phát triển bền vững trong ngành ngân hàng hiện vẫn ở giai đoạn đầu. Các thách thức như khung pháp lý chưa hoàn thiện, thiếu nguồn lực, hạn chế về năng lực phân tích dữ liệu, cũng như cách thức thu thập và xử lý thông tin hiệu quả, minh bạch vẫn là những rào cản đáng kể.

“Chính vì vậy, việc ứng dụng AI và công nghệ số chính là lời giải tiềm năng cho những bài toán trên. AI không chỉ giúp tự động hóa việc thu thập và tổng hợp dữ liệu, mà còn hỗ trợ phân tích chuyên sâu, phát hiện xu hướng và đưa ra các khuyến nghị nhằm nâng cao chất lượng báo cáo và hiệu quả quản trị bền vững”, ông Hà nhấn mạnh.

Dưới góc nhìn doanh nghiệp, TS Lê Hùng Cường - Phó Tổng Giám đốc FPT Digital - khẳng định: “AI là chìa khóa giúp doanh nghiệp tháo gỡ thách thức dữ liệu ESG (môi trường - xã hội - quản trị), đơn giản hóa hoạt động lập báo cáo, từ đó khai thông nguồn vốn xanh từ các tổ chức tài chính, ngân hàng”.

Theo ông Cường, dữ liệu ESG trong doanh nghiệp hiện phân



TS Lê Hùng Cường - Phó Tổng Giám đốc FPT Digital.

tán ở nhiều phòng ban, thiếu chuẩn hóa và chưa theo thời gian thực. Việc lập báo cáo thủ công rất tốn thời gian, dễ sai sót và khó đáp ứng các khung tiêu chuẩn quốc tế như GRI hay ISSB. Trong khi đó, hệ thống AI có thể tích hợp dữ liệu từ nhiều nguồn (ERP, IoT, báo cáo tài chính...), tự động chuẩn hóa và đối chiếu với các tiêu chí quốc tế, giúp bảo đảm độ tin cậy và minh bạch của báo cáo ESG.

Không phủ nhận những lợi ích của AI, nhưng ông Mike Suffield - Giám đốc Chính sách và Nghiên cứu chuyên sâu của Hiệp hội Kế toán Công chứng Anh quốc (ACCA) - cảnh báo, các rủi ro đạo đức có thể phát sinh ở mọi “điểm chạm” giữa AI và dữ liệu. Việc sử dụng dữ liệu huấn luyện không phù hợp, lỗi thời hoặc thiên lệch có thể làm sai lệch kết quả phân tích, đe dọa tính chính trực của báo cáo.

Đại diện ACCA nhấn mạnh, các nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp - bao gồm tính chính trực, khách quan, năng lực chuyên môn, bảo

mật và hành xử chuyên nghiệp - cần được đặt làm nền tảng khi ứng dụng AI vào báo cáo phát triển bền vững. Ông cũng kêu gọi các tổ chức triển khai từng bước, từ cải thiện quản trị nội bộ đến xây dựng liên kết chặt chẽ giữa các bộ phận dữ liệu, tài chính và công nghệ.

Trong khi đó, ông Trần Anh Quý - Trưởng phòng Tín dụng chính sách, Vụ Tín dụng các ngành kinh tế, NHNN cho rằng, việc triển khai báo cáo phát triển bền vững bằng AI tại các tổ chức tín dụng (TCTD) vẫn gặp nhiều khó khăn. Chi phí đầu tư và thuê tư vấn còn cao, trong khi thiếu khung pháp lý rõ ràng để xây dựng danh mục đầu tư xanh.

Do đó, ông Quý đề xuất sớm ban hành danh mục phân loại “xanh” quốc gia, thúc đẩy hợp tác quốc tế và tiếp nhận các hỗ trợ kỹ thuật, tài chính. Đồng thời, cần nâng cao chất lượng tư vấn, đào tạo và bố trí nguồn lực để các TCTD có thể thực hành và công bố báo cáo phát triển bền vững một cách hiệu quả hơn.



Tiềm năng ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong cải cách hành chính công

HẢI CHÂU

Tại hội thảo “Trí tuệ nhân tạo - Động lực mới phát triển Đà Nẵng” do UBND TP Đà Nẵng tổ chức, ông Anthony Tuấn Phan - nhà sáng lập kiêm Giám đốc điều hành AIAIVN, đã chia sẻ nhiều góc nhìn đáng chú ý về tiềm năng ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong cải cách hành chính công.



Ông Anthony Tuấn Phan giới thiệu với Phó Thủ tướng Thường trực Chính phủ Nguyễn Hòa Bình về trợ lý ảo đa ngôn ngữ của AIAIVN, ứng dụng trong hoạt động du lịch và bảo tàng tại Đà Nẵng.

5 lợi ích thiết thực

Với bề dày kinh nghiệm trong lĩnh vực công nghệ, từng giữ vai trò Trưởng nhóm kỹ thuật tại Facebook, eBay, Amazon và Giám đốc Kiến trúc dữ liệu tại Techcombank, ông Anthony Tuấn Phan cho rằng việc ứng dụng AI và GenAI trong hành chính công có thể mang lại 5 lợi ích thiết thực.

Trước hết là nâng cao hiệu quả quản lý và ra quyết định. AI giúp cơ quan nhà nước phân tích dữ liệu lớn từ nhiều nguồn như dân cư, môi trường, giao thông... để đưa ra các quyết sách chính xác

và kịp thời. GenAI cũng có khả năng mô phỏng các kịch bản chính sách, hỗ trợ đánh giá rủi ro trước khi ban hành.

Thứ hai, tăng cường chất lượng dịch vụ công. Các hệ thống chatbot và voicebot có thể hoạt động 24/7, trả lời nhanh chóng và chính xác các câu hỏi của người dân, giảm tải cho nhân sự. GenAI còn cho phép cá nhân hóa trải nghiệm - ghi nhớ lịch sử tương tác để cung cấp dịch vụ phù hợp với nhu cầu từng cá nhân. Đặc biệt, quy trình xử lý hồ sơ có thể được tự động hóa từ đầu đến cuối, rút ngắn thời gian chờ đợi và hạn chế sai sót.

Thứ ba, giảm chi phí vận hành. AI giúp tiết kiệm nguồn lực bằng cách thay thế con người trong các tác vụ lặp đi lặp lại, đơn giản; đồng thời đảm bảo độ chính xác cao trong các quy trình dựa trên dữ liệu.

Thứ tư, tăng tính minh bạch và phòng chống tham nhũng. AI có thể tự động giám sát, phát hiện bất thường trong các giao dịch công, đưa ra cảnh báo sớm về các hành vi sai lệch. Đồng thời, việc mở dữ liệu cho cộng đồng sẽ giúp người dân giám sát hoạt động của chính quyền.

Cuối cùng, thúc đẩy quá trình chuyển đổi số và phát triển chính

phủ số. GenAI hỗ trợ số hóa tài liệu, tự động hóa quy trình và tạo điều kiện đề người dân - kể cả ở vùng sâu vùng xa - dễ dàng tiếp cận dịch vụ công thông qua nền tảng số.

Những ứng dụng nổi bật tại Đà Nẵng

Ông Anthony Tuấn Phan cho biết, hiện có nhiều nhóm ứng dụng AI/GenAI trong hành chính công, gồm: trợ lý ảo và chatbot dịch vụ công; tự động hóa quy trình; phân tích dự báo; giám sát an ninh - giao thông; quản lý môi trường và đô thị thông minh; kiểm toán tài chính công; và đào tạo nhân sự.

Tại Đà Nẵng, một số sáng kiến ứng dụng AI đã được triển khai thành công. Trung tâm Điều hành thông minh (IOC) được ví như “bộ não đô thị”, giúp giảm trung bình 15-20% thời gian phản hồi sự cố (giai đoạn thử nghiệm năm 2024) và cung cấp dashboard dữ liệu mở cho chính quyền và người dân.

Chatbot/Voicebot Danang AI (tổng đài 1022) đạt tỷ lệ trả lời đúng khoảng 88% (theo IOC tháng 3/2025), giảm tới 30% khối lượng công việc của nhân sự trực tổng đài. Hệ thống camera “phạt nguội” thông minh cũng đã ghi nhận hơn 25.000 trường hợp vi phạm và góp phần giảm 12% tai nạn giao thông tại các điểm được lắp đặt (số liệu từ Phòng CSGT, Công an TP Đà Nẵng).

AIAIVN, đơn vị do ông Phan sáng lập, hiện là đối tác cung cấp nhiều giải pháp AI cho các cơ quan, đơn vị và doanh nghiệp tại Đà Nẵng. Nổi bật là trợ lý ảo đa ngôn ngữ dành cho ngành du

lich, có khả năng cung cấp thông tin cập nhật bằng nhiều ngôn ngữ, hỗ trợ du khách quốc tế khám phá điểm đến thuận tiện và sinh động.

Tại Bảo tàng Đà Nẵng, trợ lý ảo của AIAIVN giúp khách tham quan tiếp cận thông tin lịch sử một cách cá nhân hóa, với phần thuyết minh bằng chính ngôn ngữ mẹ đẻ, được thực hiện theo thời gian thực nhờ trí tuệ nhân tạo.

Những thách thức và điểm tựa

Tuy nhiên, việc triển khai AI trong hành chính công cũng gặp không ít khó khăn. Theo ông Anthony Tuấn Phan, thách thức lớn nhất hiện nay là bài toán đồng bộ dữ liệu, đặc biệt khi TP Đà Nẵng đang trong quá trình chuẩn bị sáp nhập với tỉnh Quảng Nam. Khác biệt về hệ thống, quy trình và hạ tầng dữ liệu giữa hai địa phương sẽ đặt ra yêu cầu điều chỉnh linh hoạt cho hệ thống AI.

Ngoài ra, mô hình quản lý hành chính mới (từ 3 cấp xuống còn 2 cấp: tỉnh - xã) đòi hỏi cấu trúc hệ thống AI phải thích nghi nhanh chóng. Trong khi đó, nguồn nhân lực GenAI còn thiếu, đặc biệt là những người có năng lực kết hợp giữa công nghệ và quản trị công.

Một rào cản khác là bảo mật và an toàn dữ liệu cá nhân, khi triển khai các ứng dụng AI xử lý ngôn ngữ tự nhiên và phản hồi tự

động. Tính phức tạp và đa dạng vùng miền trong ngôn ngữ tiếng Việt cũng gây khó khăn trong quá trình huấn luyện và tinh chỉnh mô hình. Bên cạnh đó, dữ liệu hành chính hiện nay vẫn còn phân mảnh, thiếu tiêu chuẩn hóa, ảnh hưởng tới việc xây dựng cơ sở dữ liệu mở có chất lượng.

Dù vậy, Đà Nẵng vẫn có nhiều điều kiện thuận lợi để đi đầu trong ứng dụng AI. Đó là quyết tâm chính trị mạnh mẽ từ Trung ương và địa phương trong thúc đẩy chuyển đổi số, được thể hiện rõ qua Nghị quyết 136/2024/QH15 và Nghị quyết 57/NQ-HĐND TP Đà Nẵng.

Thành phố đã có hạ tầng dữ liệu hiện đại, như Trung tâm Dữ liệu Quốc tế Đà Nẵng (khánh thành tháng 4/2025) với cụm GPU-cluster cho phép triển khai các mô hình ngôn ngữ lớn (LLM) tiếng Việt nội bộ. Mô hình đô thị thông minh với hệ thống camera, giám sát môi trường và trung tâm IOC cũng đã hoạt động ổn định, là nền tảng tốt để tích hợp AI/GenAI vào quy trình quản trị.

Ngoài ra, môi trường chính sách cởi mở và hợp tác quốc tế hiệu quả là một lợi thế. Đà Nẵng đã triển khai nhiều chương trình như “Bình dân học AI”, hợp tác với UNDP, VINASA... mở rộng cơ hội tiếp nhận đầu tư và chuyển giao công nghệ từ các doanh nghiệp trong và ngoài nước.





Chuyển đổi số: Cuộc chơi không dễ cho doanh nghiệp vừa và nhỏ

KINH TẾ SỐ

BÙI TRUNG

TP Hồ Chí Minh đang đi đầu trong công cuộc chuyển đổi số toàn diện. Tuy nhiên, khi các doanh nghiệp lớn đã và đang triển khai chiến lược số hóa bài bản, thì hàng trăm nghìn doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) vẫn còn loay hoay giữa những thách thức về chi phí, nguồn lực và cách tiếp cận. Trong một cuộc chơi không thể đảo ngược, chuyển đổi số không còn là lựa chọn, mà là lối thoát sống còn cho SMEs.



Ông Trương Minh Hải - Giám đốc Công ty TNHH Viễn Thông Số Một.

Khó vì thiếu người, thiếu tiền, thiếu đường đi

Theo Sở Kế hoạch và Đầu tư TP Hồ Chí Minh, tính đến đầu năm 2025, thành phố có hơn 270.000 doanh nghiệp đang hoạt động, trong đó trên 97% là SMEs, lực lượng đóng vai trò chủ lực trong tạo việc làm, đóng góp ngân sách và đổi mới sáng tạo. Tuy nhiên, phần lớn trong số này vẫn chậm chân trong chuyển đổi số.

Điển hình như Công ty may mặc Thu Hương (quận Bình Tân). Khi bắt đầu áp dụng phần mềm quản lý đơn hàng cuối năm 2023, bà Nguyễn Thị Thu Hương - Giám đốc công ty, cho biết, cài phần mềm là chuyện nhỏ, thay đổi quy trình và tư duy nhân sự mới là chuyện lớn. “Chuyển đổi số thực sự là một hành trình không dễ dàng, nhất là với doanh nghiệp vừa và nhỏ”, bà Hương khẳng định.

Thực tế cho thấy, rào cản lớn nhất của SMEs không phải là công nghệ, mà là con người, là thói quen và sự e ngại đầu tư trong điều kiện nguồn lực hạn hẹp. Doanh nghiệp nhỏ thường mãi lo cái trước mắt, nên khó đầu tư dài hơi cho cái lâu dài.

Theo ông Trương Minh Hải - Giám đốc Công ty TNHH Viễn Thông Số Một (nhà sáng lập thương hiệu HATEK) cho rằng, không ít doanh nghiệp vẫn xem chuyển đổi số là chuyện của tương lai, trong khi hành vi tiêu dùng, cách vận hành thị trường đã thay đổi rất nhanh. Không chuyển mình kịp, doanh nghiệp sẽ tụt hậu, mất khách hàng và giảm năng lực cạnh tranh.

Một số doanh nghiệp đã bắt đầu hành động. Tuy nhiên, theo ông Hải, vấn đề không nằm ở việc chạy theo phần mềm phức tạp, mà là xác định đúng điểm cần cải tiến và lựa chọn công cụ phù hợp.



Công ty công nghệ Oryza - Nghiên cứu và phát triển sản phẩm Bãi xe thông minh.

Giải pháp đã có, SMEs cần dám bước

TP Hồ Chí Minh hiện triển khai nhiều chương trình hỗ trợ SMEs chuyển đổi số: từ đào tạo, tư vấn 1-1, hỗ trợ vay vốn đầu tư công nghệ, đến kết nối nhà cung cấp giải pháp. Dù vậy, tỷ lệ doanh nghiệp tiếp cận và triển khai thành công còn khá khiêm tốn.

“Rất nhiều doanh nghiệp chưa biết đến các gói hỗ trợ, hoặc biết mà không biết bắt đầu từ đâu. Cần đẩy mạnh truyền thông, đồng thời đưa giải pháp đến tận nơi thông qua hiệp hội ngành hàng, khu công nghiệp, cụm DN để tạo hiệu ứng lan tỏa,” ông Hải đề xuất.

Ở góc nhìn chuyên gia, để chuyển đổi số thành công, doanh nghiệp nhỏ cần bắt đầu từ ba yếu tố then chốt. Thứ nhất, lãnh đạo doanh nghiệp cần xác định tư duy số là một ưu tiên chiến lược, không phải một trào lưu nhất thời. Thứ hai, cần bắt đầu từ những giải pháp đơn giản, dễ triển khai và có thể đo lường hiệu quả rõ ràng, chẳng hạn như phần mềm quản lý đơn hàng, tối ưu kho hoặc kênh bán hàng trực tuyến. Cuối



Công ty Công nghệ Oryza- Nghiên cứu và phát triển phần mềm VMS.

cùng, doanh nghiệp không nên đi một mình, mà nên chủ động kết nối với các mạng lưới hỗ trợ, diễn đàn, hoặc đối tác công nghệ để chia sẻ kinh nghiệm và được đồng hành.

Ông Trần Chí Hiếu - Tổng Giám đốc Công nghệ Oryza Systems, nhấn mạnh: “Chuyển đổi số là đổi sách sinh tồn. Doanh nghiệp nào làm chủ được dữ liệu, doanh nghiệp đó sẽ nắm lợi thế cạnh tranh”.

Theo ông Hiếu, là một doanh nghiệp tư nhân phát triển các giải pháp AI và IoT, Oryza không chờ cơ hội mà chủ động tạo ra cơ hội. Ngay từ khi chưa đủ điều kiện về

cơ sở vật chất hay nhân sự công nghệ, công ty đã xác định phải đổi mới sáng tạo và chuyển giao giá trị để phát triển bền vững. Song song với đầu tư công nghệ, Oryza còn chú trọng đào tạo đội ngũ nhằm bắt nhịp với thời đại số.

Từ câu chuyện của Oryza hay HATEK, có thể thấy, SMEs hoàn toàn có thể đi cùng chuyển đổi số, nếu có định hướng đúng, có người đồng hành và tận dụng hiệu quả nguồn lực đang có sẵn. TP Hồ Chí Minh với vai trò trung tâm đổi mới sáng tạo, đang tạo ra mọi điều kiện cần thiết. Vấn đề còn lại là doanh nghiệp có dám bước lên con tàu số hóa hay không.



Xây dựng thương hiệu quốc gia từ công nghệ số

NGUYỆT MINH



THƯƠNG HIỆU

Công nghệ số đang trở thành trục chính định hình thương hiệu quốc gia Việt Nam trong kỷ nguyên mới, là con đường ngắn nhất để thương hiệu Việt vươn ra toàn cầu. Không thể dựa mãi vào tài nguyên truyền thống, doanh nghiệp cần chuyển mình, ứng dụng công nghệ một cách bài bản trong mọi khâu hoạt động.



Ông Nguyễn Thanh Sơn - Chủ tịch Tập đoàn MVV.



Khách hàng trải nghiệm du lịch độc đáo, sáng tạo thông qua công nghệ thực tế ảo của Sun Group.

Tạp chí Thương hiệu Việt có cuộc trao đổi với ông Nguyễn Thanh Sơn - Chủ tịch Tập đoàn MVV, nhằm làm rõ hơn chủ đề xây dựng thương hiệu quốc gia dựa trên nền tảng công nghệ và đổi mới sáng tạo.

Thưa ông, các nền tảng công nghệ đang góp phần định hình bản sắc và sức cạnh tranh của thương hiệu quốc gia Việt Nam như thế nào trong kỷ nguyên mới?

Ông Nguyễn Thanh Sơn: Thương hiệu quốc gia là câu chuyện về giá trị và niềm tin mà Việt Nam gửi đến thế giới. Các nền tảng công nghệ là trục chính để kể câu chuyện đó một cách hiện đại và lan tỏa. Công nghệ số đã thay đổi cách xây dựng hình ảnh quốc gia trên bốn khía cạnh.

Thứ nhất, trong nghiên cứu, AI và dữ liệu lớn giúp phân tích hành vi người dùng trên các nền tảng như TikTok hay YouTube, từ đó xác định họ muốn nghe gì về Việt Nam.

Thứ hai, khi thiết kế chiến lược, công nghệ hỗ trợ truyền thông cá nhân hóa, như Viettel lập kế

hoạch quảng bá 5G dựa trên dữ liệu khách hàng quốc tế.

Thứ ba, về sản xuất, nội dung số được tạo ra nhờ AI, như video giới thiệu văn hóa Việt trên Google Arts & Culture, hay trải nghiệm thực tế ảo tại Sun World của Sun Group. Cuối cùng, triển khai qua các kênh số như Instagram hay LinkedIn, VinFast đã đưa xe điện ra thị trường Mỹ, tạo hiệu ứng lan tỏa mạnh.

Những nỗ lực này giúp Việt Nam thăng hạng trong Chỉ số cạnh tranh quốc gia của Diễn đàn Kinh tế Thế giới, định vị hình ảnh một quốc gia năng động và sáng tạo.

Các doanh nghiệp lớn đang tận dụng công nghệ để nâng tầm thương hiệu Việt trên thị trường quốc tế ra sao, thưa ông?

Ông Nguyễn Thanh Sơn: Công nghệ truyền thông số là con đường tắt để thương hiệu Việt vươn ra thế giới. Các doanh nghiệp lớn đã áp dụng nó bài bản trong từng giai đoạn.

Chẳng hạn, Vietnam Airlines phân tích sở thích khách hàng

quốc tế bằng dữ liệu lớn, thiết kế trải nghiệm cá nhân hóa từ đặt vé đến dịch vụ trên không, sản xuất video quảng bá bằng AI, và triển khai chiến dịch trên mạng xã hội để định vị hình ảnh một hãng hàng không chuẩn mực khu vực.

Tương tự, Viettel nghiên cứu hành vi người dùng để quảng bá 5G, sản xuất video chuyên nghiệp, và triển khai trên YouTube, LinkedIn. VinFast đưa xe điện sang Mỹ qua TikTok. Sun Group dùng thực tế ảo để quảng bá Sun World, tạo trải nghiệm du lịch hiện đại.

Công nghệ số giúp họ không chỉ vận hành hiệu quả mà còn kể một câu chuyện thương hiệu đậm bản sắc, đủ sức chinh phục thế giới.

Phần lớn doanh nghiệp Việt Nam là nhỏ và vừa. Theo ông, họ đang thiếu gì để có thể xây dựng thương hiệu dựa trên công nghệ và tri thức?

Ông Nguyễn Thanh Sơn: Thương hiệu quốc gia không thể mạnh nếu từng doanh nghiệp không đổi mới, nhất là trong bối cảnh công nghệ số đang thay đổi toàn bộ cuộc chơi.

Doanh nghiệp nhỏ và vừa còn thiếu nhiều yếu tố then chốt. Họ chưa biết cách dùng AI để phân khúc khách hàng và phân tích hành vi người dùng, nên không nắm rõ nhu cầu khách hàng. Họ thiếu tầm nhìn dài hạn trong thiết kế chiến lược công nghệ. Viettel đầu tư cho R&D 5G là điển hình, nhưng không phải ai cũng làm được.

Về sản xuất, họ thiếu đội ngũ nội dung số chất lượng cao. Khi triển khai, họ còn lúng túng trong việc tận dụng các nền tảng số mới. Thêm vào đó, văn hóa sợ thất bại

vẫn là rào cản lớn với tinh thần đổi mới.

Việt Nam có thể học gì từ quốc tế để xây dựng thương hiệu quốc gia dựa trên công nghệ, thưa ông?

Ông Nguyễn Thanh Sơn: Không thể mãi dựa vào tài nguyên truyền thống như nông sản hay du lịch, Việt Nam cần theo đuổi con đường công nghệ để định vị thương hiệu quốc gia.

Hàn Quốc là hình mẫu, họ nghiên cứu hành vi người dùng YouTube để hiểu thị hiếu quốc tế, lan tỏa K-pop qua Netflix, sản xuất nội dung bằng AI và triển khai toàn cầu, tạo nên làn sóng Hallyu. Hay như Singapore thì quảng bá “Smart Nation” bằng dữ liệu, truyền thông tại các sự kiện lớn, sản xuất video trên LinkedIn và triển khai qua kênh số để thu hút đầu tư.

Việt Nam cũng có thể làm tương tự. Viettel đã nghiên cứu thị trường quốc tế để triển khai 5G, bảo tàng hợp tác với Google Arts & Culture để giới thiệu tranh dân

gian. Bài học là phải tích hợp công nghệ xuyên suốt bốn khâu. Từ nghiên cứu, chiến lược, sản xuất đến triển khai, để vừa giữ bản sắc, vừa hội nhập hiện đại.

Theo ông, Việt Nam cần những chính sách gì để thúc đẩy doanh nghiệp xây dựng thương hiệu quốc gia bằng công nghệ và đổi mới sáng tạo?

Ông Nguyễn Thanh Sơn: Không thể yêu cầu doanh nghiệp nâng tầm thương hiệu nếu thiếu chính sách hỗ trợ đồng bộ.

Giáo dục là nền tảng. Ứng dụng công nghệ cần được đưa vào từ phổ thông để đào tạo thế hệ biết nghiên cứu dữ liệu, thiết kế chiến lược, sản xuất và triển khai nội dung số. Singapore đã làm điều này rất tốt.

Đồng thời, cần có một chiến dịch truyền thông quốc gia dùng các kênh số để lan tỏa hình ảnh Việt Nam. Với tiềm năng trở thành thị trường công nghệ số lớn thứ hai Đông Nam Á vào năm 2030, Việt Nam cần bắt đầu từ giáo dục, nhưng phải đồng thời thúc đẩy

chính sách và hệ sinh thái để tạo hiệu ứng lan tỏa.

Theo ông, ba từ khóa nào sẽ giúp định vị thương hiệu quốc gia Việt Nam trong thập kỷ tới?

Ông Nguyễn Thanh Sơn: Tôi chọn ba từ: Đổi mới - Công nghệ - Uy tín.

Đổi mới là tinh thần của VinFast khi đưa xe điện sang Mỹ qua TikTok và Instagram. Công nghệ là cốt lõi của Viettel trong nghiên cứu dữ liệu, chiến lược 5G, và triển khai video trên YouTube. Uy tín là thứ mà Vietnam Airlines xây dựng qua các chiến dịch cá nhân hóa và nội dung quảng bá trên LinkedIn.

Ba từ này sẽ định vị Việt Nam như một quốc gia tiên phong, đáng tin cậy và sáng tạo.

Ông kỳ vọng gì vào thế hệ startup và doanh nhân trẻ trong việc xây dựng thương hiệu quốc gia?

Ông Nguyễn Thanh Sơn: Startup và doanh nhân trẻ sẽ là lực lượng tiên phong. Họ cần dám nghĩ lớn, dám thử nghiệm ý tưởng táo bạo, ứng dụng AI để nghiên cứu thị trường quốc tế, thiết kế chiến lược sáng tạo, sản xuất nội dung chất lượng và triển khai qua mạng xã hội toàn cầu.

Họ cần đủ bản lĩnh để đối mặt với cạnh tranh khắc nghiệt, không e ngại những đối thủ lớn. Quan trọng hơn là bền bỉ theo đuổi đến cùng. Muốn vậy, cần một hệ sinh thái hỗ trợ, từ vốn, chính sách đến nền tảng công nghệ, để giúp họ viết nên những câu chuyện thương hiệu đậm chất Việt, đủ sức vươn tầm thế giới.



Công ty CP Sữa Việt Nam (Vinamilk) đã và đang mang thương hiệu quốc gia của Việt Nam đến nhiều quốc gia trên thế giới.

CEO Mai Kiều Liên nói gì sau hai năm “chuyển mình” toàn diện của thương hiệu tỷ đô?

THU TRANG



THƯƠNG HIỆU



Hai năm kể từ khi Vinamilk chính thức tái định vị thương hiệu vào năm 2023, CEO Mai Kiều Liên lần đầu chia sẻ về chiến lược đứng sau quyết định đổi mới toàn diện của “thương hiệu tỷ đô”. Theo bà, nguyên tắc không thỏa hiệp về chất lượng sản phẩm luôn là yếu tố cốt lõi để giữ vững “chất Vinamilk”.

CEO Vinamilk Mai Kiều Liên.

“Không gì có thể thỏa hiệp với chất lượng”

Thành lập từ năm 1976 trên cơ sở tiếp quản các nhà máy bỏ hoang sau ngày giải phóng, hành trình phát triển của Vinamilk gắn liền với các bước chuyển mình của đất nước. Suốt gần nửa thế kỷ, Vinamilk đã nhiều lần thay đổi mô hình quản lý, tổ chức sản xuất để thích ứng cơ chế thị trường và nâng cao sức cạnh tranh. Tuy nhiên, đến đầu thập niên 2020, bà Mai Kiều Liên nhận thấy đã đến lúc phải đổi mới toàn diện, căn cơ từ bên trong.

“Vinamilk gần 50 năm tuổi, mà thương hiệu lâu đời dễ tạo cảm giác già cỗi. Trong khi đó, thế hệ người tiêu dùng mới - thế hệ trẻ - đang dẫn dắt thị trường. Nếu không thay đổi để tiếp cận họ, thương hiệu không thể tồn tại. Có người nói Vinamilk quá lớn để thay đổi, nhưng nếu không đổi mới chính mình thì không thể tồn tại”, bà Liên chia sẻ.

Với nền tảng được đào tạo chuyên sâu ngành chế biến sữa, bà cho rằng sự am hiểu ngành hàng là lợi thế lớn trong quá trình dẫn dắt Vinamilk đổi mới toàn diện. Cốt lõi của sự đổi mới, theo bà, là chất lượng sản phẩm.

Bên cạnh chuyển đổi số, cải tiến quản trị và sản xuất, Vinamilk

còn thay đổi mạnh về diện mạo thương hiệu - trẻ trung, hiện đại, gần gũi hơn với người tiêu dùng. Theo khảo sát, tỷ lệ người tiêu dùng đánh giá Vinamilk là thương hiệu đổi mới - sáng tạo và cao cấp đã tăng mạnh sau tái định vị. Năm 2024, doanh thu công ty đạt mức kỷ lục 61.824 tỷ đồng.

Giữa tất cả thay đổi, một nguyên tắc vẫn được giữ nguyên: đặt chất lượng lên hàng đầu. “Không có gì được phép thỏa hiệp với chất lượng”, bà Liên khẳng định. Bà dẫn chứng, thay vì chỉ áp dụng bộ tiêu chuẩn quốc tế Codex, Vinamilk tiên phong tuân thủ các bộ tiêu chuẩn nghiêm ngặt của EU - yêu cầu khắt khe hơn và chi phí tuân thủ cao hơn.

Riêng nguyên liệu sữa tươi - đầu vào quan trọng nhất của ngành, Vinamilk là doanh nghiệp đầu tiên tại Việt Nam khởi xướng cuộc “cách mạng trắng”, phát triển hệ thống 15 trang trại bò sữa hiện đại, cung ứng hơn 1,1 triệu lít sữa tươi mỗi ngày. Các trang trại này không chỉ đạt chuẩn quốc tế như EU Organic, Global GAP mà còn đi đầu trong kiểm kê khí nhà kính và giảm phát thải - đáp ứng tiêu chí bền vững tại các thị trường như Mỹ, EU, Nhật...

“Nguyên tắc hoạt động của Vinamilk suốt gần 50 năm qua

là: cái gì tốt nhất thì làm. Bởi thực phẩm ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe con người, khi đã vào cơ thể thì không có cơ hội sửa sai”, bà Liên nhấn mạnh.

Triết lý “tự chủ, quyết liệt và thiện tâm” là nền tảng đưa Vinamilk trở thành thương hiệu sữa giá trị thứ 6 toàn cầu, và tiếp tục là kim chỉ nam cho tương lai.

Sáng tạo không giới hạn trong ngành sữa

Trả lời về khả năng sáng tạo thêm sản phẩm mới trong ngành sữa, CEO Mai Kiều Liên khẳng định: “Còn rất nhiều”. Ngành sữa vốn đã tồn tại hàng trăm năm với các sản phẩm truyền thống như sữa tươi, phô mai, bơ... nhưng sự phân hóa nhu cầu tiêu dùng khiến ngành này liên tục mở rộng danh mục.

Để phục vụ mọi đối tượng, từ trẻ nhỏ đến người cao tuổi, người ăn chay, người bệnh hay người muốn kiểm soát cân nặng, Vinamilk hiện có danh mục gần 300 sản phẩm dinh dưỡng. Riêng năm 2024, công ty ra mắt 25 sản phẩm hoàn toàn mới, thiết lập nhiều chuẩn mực chưa từng có tại Việt Nam.

Lần đầu tiên thị trường ghi nhận công nghệ kép hút chân không tạo ra sản phẩm “sữa khóa tươi”

Hệ thống 15 trang trại của Vinamilk đều đạt các tiêu chuẩn hàng đầu về thực hành nông nghiệp tốt như EU Organic, Global S.L.P. và hướng đến mục tiêu trung hòa carbon vào năm 2050.

giữ nguyên hương vị. Công nghệ siêu vi lọc được ứng dụng để cho ra dòng sữa giàu đạm - canxi - ít béo - không lactose. Hay dòng sữa chua thực vật lên men hoàn toàn từ sữa hạt, đáp ứng nhu cầu ăn chay thuần thực vật. Các sản phẩm bổ sung protein cho người cần duy trì cơ bắp hoặc kiểm soát cân nặng cũng lần đầu có mặt.

“Với thị trường nội địa hơn 100 triệu dân và xuất khẩu đến 63 quốc gia, nhu cầu sữa rất đa dạng. Nếu hiểu rõ nhu cầu cá nhân hóa, chúng ta có thể tạo ra vô số sản phẩm mới. Dư địa sáng tạo trong ngành sữa là không giới hạn”, bà Liên nhận định.

Sau gần 50 năm đồng hành cùng Vinamilk, trong đó có 33 năm giữ cương vị CEO, bà Mai Kiều Liên không chỉ là người đặt nền móng cho ngành sữa Việt mà còn đưa Vinamilk vươn tầm thế giới, vào top 36 doanh nghiệp sữa lớn nhất toàn cầu.

Năm 2024, bà được Tạp chí Fortune (Mỹ) vinh danh trong danh sách “100 phụ nữ quyền lực châu Á” và là nữ doanh nhân duy nhất nhận giải “Thành tựu trọn đời” của Forbes Việt Nam. Với những đóng góp nổi bật, bà được trao tặng Huân chương Độc lập hạng III - phần thưởng cao quý ghi nhận sự cống hiến cho đất nước.



Vinamilk sở hữu 16 nhà máy sữa trong và ngoài nước, đáp ứng các tiêu chuẩn cao nhất thế giới về chất lượng trong sản xuất thực phẩm.



Không chỉ mang đến hình ảnh vui nhộn, trẻ trung, các sản phẩm Vinamilk cũng liên tục đổi mới, nâng cao chất lượng để đáp ứng nhu cầu ngày càng cá nhân hóa của người tiêu dùng.





Ứng dụng công nghệ, phân tích dữ liệu lớn để phát triển cà phê bền vững

KIM DUNG

Mặc dù các giải pháp canh tác cà phê thông minh đã được áp dụng tại Tây Nguyên nói chung và huyện Ea H'leo (tỉnh Đắk Lắk) nói riêng, nhưng quy mô vẫn còn nhỏ lẻ, manh mún. Việc áp dụng còn hạn chế, thiếu đồng bộ, chưa tạo ra giá trị gia tăng mang tính đột phá cho ngành hàng cà phê.

Phát triển bền vững là yêu cầu cấp thiết

Huyện Ea H'leo, tỉnh Đắk Lắk là vùng đất giàu bản sắc văn hóa, có thể mạnh phát triển cây công nghiệp, đặc biệt là cà phê. Với hơn 25.000ha cà phê, sản lượng đạt khoảng 60.000 tấn/năm, cây cà phê đóng vai trò là trụ cột kinh tế của địa phương. Tuy nhiên, ngành cà phê Ea H'leo đang đối mặt với nhiều thách thức: giống cây trồng thoái hóa, tác động của biến đổi khí hậu, giá cả biến động, chế biến sâu còn hạn chế, chuỗi giá trị thiếu liên kết và áp lực cạnh tranh quốc tế ngày càng lớn.

Tại hội thảo “Phát triển cà phê bền vững trên địa bàn huyện Ea H'leo” do UBND huyện Ea H'leo phối hợp với Báo Kinh tế & Đô thị tổ chức mới

đây, Phó Chủ tịch UBND huyện Y Thăng Êban nhấn mạnh, việc phát triển cả phê theo hướng bền vững là yêu cầu cấp thiết trong bối cảnh biến đổi khí hậu, biến động thị trường và yêu cầu ngày càng cao từ chuỗi cung ứng toàn cầu. Điều này đòi hỏi sự đổi mới toàn diện từ khâu canh tác, thu hoạch, chế biến đến bảo vệ môi trường, sử dụng hiệu quả tài nguyên đất và nước.

Ông Bùi Đức Thiện - Phó Chi cục trưởng Chi cục Quản lý Chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản (Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Đắk Lắk) cho rằng, để tiếp tục phát triển cả phê bền vững tại tỉnh nói chung và Ea H'leo nói riêng, chính quyền địa phương cần phối hợp chặt chẽ với cấp tỉnh triển khai hiệu quả các chính sách hỗ trợ nông dân, doanh nghiệp, hợp tác xã. Đồng thời, có chính sách khuyến khích phát triển công nghiệp chế biến cả phê gắn với tiêu thụ ổn định, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường trong và ngoài nước.

Cần những giải pháp đồng bộ

Chia sẻ về giải pháp nâng cao năng suất, chất lượng cả phê và thích ứng với biến đổi khí hậu, ông Phạm Anh Cường - đại diện Phòng Nghiên cứu & Phát triển, Công ty Cổ phần Phân bón Bình Điền cho biết, doanh nghiệp chú trọng nâng cao nhận thức nông dân về ứng dụng khoa học kỹ thuật trong canh tác và sử dụng phân bón thông minh. Các nghiên cứu tiếp tục được triển khai nhằm hoàn thiện quy trình phù hợp với tập quán canh tác địa phương. Công ty cũng giới thiệu các dòng phân bón NPK chuyên



Phó Chủ tịch UBND huyện Ea H'leo Y Thăng Êban.



Ông Ngô Văn Đông - Tổng giám đốc Công ty CP Phân bón Bình Điền (thứ 2 từ trái qua) thăm vườn cà phê bón phân Đâu Trâu.

dụng, thích ứng biến đổi khí hậu, giá cả hợp lý.

Ông Trương Hồng - Viện Khoa học Kỹ thuật Nông Lâm nghiệp Tây Nguyên, thành viên Hội đồng khoa học Công ty CP Phân bón Bình Điền cho biết, người trồng cà phê tại Tây Nguyên đã bước đầu tiếp cận và áp dụng mô hình nông nghiệp thông minh (SCF). Một số mô hình SCF bước đầu triển khai thành công nhờ sự hỗ trợ của các tổ

chức quốc tế, công ty công nghệ và các cơ quan nhà nước.

Nhiều hợp tác xã cả phê cũng đã bắt đầu ứng dụng AI và công nghệ blockchain để phân tích dữ liệu lớn, truy xuất nguồn gốc, dự đoán giá cả và xu hướng tiêu thụ. Nhờ đó, người dân có thể điều chỉnh sản xuất phù hợp với nhu cầu thị trường, gia tăng hiệu quả kinh tế.

Tại Đắk Lắk và Gia Lai, một số nông dân đã áp dụng công nghệ



tươi tiết kiệm kết hợp bón phân qua hệ thống tưới nhỏ giọt, sử dụng cảm biến IoT để theo dõi độ ẩm đất. Nhờ tối ưu hóa việc tưới và quản lý nước, năng suất cà phê không những được cải thiện mà còn góp phần bảo vệ nguồn nước ngầm và nâng cao hiệu quả canh tác.

“Mặc dù một số giải pháp đã được áp dụng, nhưng quy mô vẫn còn nhỏ, chưa tạo được thay đổi mang tính đột phá. Việc áp dụng vẫn rời rạc, thiếu đồng bộ và chưa tạo ra giá trị gia tăng rõ nét. Để ngành cà phê Tây Nguyên phát triển bền vững, đầu tư vào mô hình nông nghiệp thông minh SCF là hướng đi cần được đẩy mạnh và nhân rộng. Đây chính là cuộc cách mạng xanh trong ngành cà phê”, ông Trương Hồng nhận định.

Tại hội thảo, các đại biểu, doanh nghiệp, chuyên gia và nhà khoa

học đều thống nhất rằng để phát triển bền vững cây cà phê tại Ea H’leo, cần triển khai đồng bộ nhiều giải pháp từ chính sách đến kỹ thuật.

Tuy nhiên, nếu chỉ để người dân và doanh nghiệp “tự bơi” thì sẽ rất khó khăn. Cần có sự vào cuộc mạnh mẽ của toàn bộ hệ thống chính trị, cộng đồng doanh nghiệp, tổ chức hỗ trợ phát triển, cơ quan truyền thông và người tiêu dùng.

Trong khuôn khổ hội thảo, nông dân huyện Ea H’leo đã được lắng nghe tham luận của các chuyên gia đầu ngành, đại diện các cấp hội nông dân, hợp tác xã và doanh nghiệp sản xuất, chế biến. Các bên cùng trao đổi, thảo luận nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển cà phê bền vững và đề xuất giải pháp tháo gỡ khó khăn trong giai đoạn mới.

Xuất khẩu cá tra vấp nhiều rào cản, doanh nghiệp xoay trục thế nào?

NGUYỄN HẢO

Trong bối cảnh xuất khẩu cá tra ngày càng phụ thuộc vào nhiều biến số, sức cầu tại thị trường Mỹ có dấu hiệu suy yếu, bài toán đặt ra cho doanh nghiệp Việt là xoay trục ra sao để ổn định dòng tiền, duy trì sản xuất và giảm rủi ro từ thị trường quốc tế.



Nhu cầu cá tra có dấu hiệu chững lại tại Mỹ.

Xuất khẩu chững lại tại thị trường Mỹ

Tại Mỹ, Việt Nam là nhà cung cấp cá thịt trắng lớn thứ hai, với sản phẩm chủ lực là cá tra đông lạnh, cạnh tranh chủ yếu với cá rô phi Trung Quốc trong cùng phân khúc giá.

Trong quý I/2025, xuất khẩu cá tra Việt Nam sang Mỹ tăng 5,5% so với cùng kỳ năm ngoái, chủ yếu nhờ hưởng lợi từ chính sách thuế mới sau đàm phán Mỹ - Trung. Cá rô phi Trung Quốc hiện chịu mức thuế cao hơn 20 điểm phần trăm so với cá tra Việt

Nam, khiến nhiều nhà nhập khẩu Mỹ chuyển hướng sang sản phẩm Việt Nam có giá cạnh tranh hơn.

Thống kê cho thấy, trong tháng 2 và 3/2025, kim ngạch xuất khẩu cá tra Việt Nam tăng khoảng 30% theo tháng, trong khi cá rô phi Trung Quốc giảm đến 36,1%. Nhờ đó, thị phần cá tra Việt tại Mỹ tăng 3 điểm phần trăm, đạt 5%, trong khi cá rô phi Trung Quốc giảm mạnh 13 điểm phần trăm, còn khoảng 72%.

Công ty Chứng khoán FPT (FPTS) dự báo kim ngạch xuất khẩu cá tra sang Mỹ năm 2025 sẽ

tăng 4,9% so với cùng kỳ - thấp hơn 5,7 điểm phần trăm so với dự báo trước. Động lực tăng trưởng chủ yếu đến từ giá xuất khẩu tăng do thiếu hụt nguyên liệu trong nước. Trong quý I/2025, giá xuất khẩu bình quân cá tra sang Mỹ đạt khoảng 3,0 USD/kg, tăng 7,7% so với cùng kỳ. FPTS kỳ vọng mức giá này có thể tiếp tục tăng thêm 8,2% trong thời gian tới, do diện tích thả nuôi cuối năm 2024 giảm 15,2%, trong khi nhu cầu thu mua nguyên liệu từ doanh nghiệp tăng để phục vụ đơn hàng xuất khẩu.

Dù giữ được lợi thế giá, nhưng sức cầu tại Mỹ đang có dấu hiệu



suy yếu. Theo chỉ số sức khỏe ngành nhà hàng Mỹ (RPI), mức độ tiêu dùng tại các kênh ăn uống đã giảm dưới ngưỡng chuẩn từ tháng 2/2025 và dự kiến tiếp tục thấp trong thời gian tới. Người tiêu dùng đang thắt chặt chi tiêu, còn các chủ nhà hàng không có kế hoạch mở rộng hay tích trữ thêm hàng hóa.

FPTS cũng cho biết, hoạt động xuất khẩu của nhiều doanh nghiệp lớn như CTCP Vĩnh Hoàn (VHC) đang chững lại. Từ tháng 4 đến đầu tháng 5/2025, kim ngạch xuất khẩu cá tra của VHC sang Mỹ đạt 19,8 triệu USD, giảm 14,5% so với cùng kỳ. Lũy kế từ đầu năm đến đầu tháng 5, đạt 45,9 triệu USD - giảm 11,1% so với cùng kỳ năm ngoái. Nguyên nhân chủ yếu do nhiều khách hàng đang chờ quyết định cuối cùng về thuế của Mỹ nên hạn chế ký thêm đơn hàng.

FPTS nhận định, triển vọng ngành cá tra trong các quý tới vẫn phụ thuộc lớn vào chính sách thuế và xu hướng tiêu dùng nội địa Mỹ. Trong bối cảnh giá nguyên liệu tăng và nguồn cung khan hiếm, doanh nghiệp Việt vẫn có thể giữ biên lợi nhuận

ổn định, nhưng để bứt phá xuất khẩu, cần thêm lực đẩy từ phía thị trường nhập khẩu. Đặc biệt là Mỹ, thị trường xuất khẩu chủ lực của ngành cá tra Việt Nam.

Thị trường nội địa - “tầm đệm” ổn định trong thời biến động

Theo Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP), xuất khẩu cá tra đang chịu ảnh hưởng từ nhiều yếu tố bất định: rào cản kỹ thuật, biến động tỷ giá, thay đổi chính sách nhập khẩu, xung đột địa chính trị ở châu Âu và Trung Đông, cũng như chính sách thuế đối ứng từ Mỹ.

Trong bối cảnh đó, thị trường nội địa được xem là “tầm đệm an toàn” giúp doanh nghiệp duy trì sản xuất, ổn định dòng tiền và giảm thiểu rủi ro từ thị trường quốc tế.

Tuy nhiên, thị trường nội địa hiện vẫn còn nhiều hạn chế. Việc thiếu vắng các thương hiệu cá tra mạnh khiến người tiêu dùng chưa có đủ niềm tin. Một số doanh nghiệp từng quay lại thị trường trong nước nhưng chủ yếu dừng ở quy mô nhỏ, thiếu chiến lược

dài hơi. Trong khi đó, nội địa là thị trường đòi hỏi sự chăm sóc chuyên nghiệp và bài bản.

Theo VASEP, để phát triển thị trường nội địa, việc đầu tiên là cần tái định vị hình ảnh cá tra trong mắt người tiêu dùng Việt. Điều này không chỉ dừng lại ở bao bì, mẫu mã mà phải là truyền thông về một sản phẩm mang niềm tự hào Việt Nam, được sản xuất theo quy trình hiện đại, kiểm soát chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế.

Đã đến lúc doanh nghiệp cần nghĩ đến chiến lược xây dựng thương hiệu cá tra nội địa theo hướng cao cấp, nhắm vào các phân khúc thực phẩm tiện lợi, thực phẩm chức năng cho trẻ nhỏ, người cao tuổi hay người ăn kiêng. Việc tạo dựng một hệ sinh thái thương hiệu từ nhận diện, truyền thông đến dịch vụ hậu mãi sẽ giúp nâng tầm cá tra, phá vỡ định kiến đây chỉ là món ăn “bình dân”.

Thị trường trong nước còn có thể là nơi thử nghiệm sản phẩm mới trước khi mở rộng ra quốc tế. Cá tra hoàn toàn có thể xuất hiện trong thực đơn nhà hàng cao cấp, chuỗi siêu thị hiện đại, thậm chí là các nền tảng thương mại điện tử. Cơ hội là có, vấn đề là ngành có sẵn sàng đầu tư và thay đổi tư duy hay không.

“Ngành cá tra Việt Nam đã có bước tiến vượt bậc trên thị trường thế giới, trở thành biểu tượng cho năng lực chế biến và xuất khẩu thủy sản của cả nước. Nhưng để phát triển bền vững, cá tra cần một chỗ đứng vững chắc tại quê nhà. Thị trường nội địa không chỉ là giải pháp tạm thời, mà cần được xem là chiến lược lâu dài,” VASEP nhấn mạnh.



CEO Mai Văn Hưng: Hơn thập kỷ theo đuổi giấc mơ nấm hữu cơ



DUY LỘC

Giữa làn sóng chuyển đổi xanh và nhu cầu thực phẩm an toàn ngày càng tăng, hành trình hơn một thập kỷ của ông Mai Văn Hưng - Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Nấm Tốt Nameco kể về một người nông dân hiện đại, bền bỉ và quyết liệt đi theo con đường nấm hữu cơ. Với ông, giấc mơ không chỉ là trồng nấm, mà là đưa nấm đến tận tay người Việt, đi sâu vào từng bữa cơm, từng nhu cầu chăm sóc sức khỏe của mỗi gia đình.



Ông Mai Văn Hưng - Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Nấm Tốt Nameco.

Từ gốc rạ đến giấc mơ về “siêu thực phẩm”

Sinh năm 1982 tại Nam Định, một tỉnh thuần nông vùng đồng bằng Bắc Bộ, ông Mai Văn Hưng lớn lên giữa những cánh đồng lúa trải dài và những mùa gặt đầy khó. Cảnh rơm rạ bị đốt tràn lan sau mỗi vụ mùa không còn lạ, khói mù che kín cả đường quê, ảnh hưởng môi trường, gây ô nhiễm không khí, thậm chí còn tiềm ẩn tai nạn giao thông. Với nhiều người, đó là hệ quả tất yếu.

Nhưng với ông Hưng, đó là vấn đề cần được giải quyết và cơ hội cũng nằm chính trong những phụ phẩm tưởng như bỏ đi ấy.

“Đất nước Việt Nam là đất nước nông nghiệp, phế phụ phẩm rất dồi dào, nhưng lại đang là gánh nặng của người làm nông, làm lâm nghiệp. Đa phần vẫn phải chọn cách đốt bỏ vì không có giải pháp xử lý hiệu quả. Trong khi đó, nấm có thể làm nhiệm vụ phân hủy các chất hữu cơ từ rơm, rạ, mùn cưa, cành cây, thân



cây sắn, lõi ngô... và biến chúng thành thực phẩm có giá trị dinh dưỡng cao”, ông Hưng nói.

Không chỉ là thực phẩm, nấm còn có thể ứng dụng trong nhiều lĩnh vực khác như mỹ phẩm, dược phẩm, thực phẩm chức năng, thức ăn nhanh, thức ăn tươi. Với tiềm năng đó, ông Hưng tin rằng nếu biết cách khai thác đúng, Việt Nam hoàn toàn có thể xây dựng ngành công nghiệp nấm phát triển theo hướng xuất khẩu, đủ sức cạnh tranh ở những thị trường khó tính trên thế giới.

Ngay từ đầu, ông lựa chọn con đường nuôi trồng nấm theo hướng hữu cơ, không phải để chạy theo xu hướng, mà vì ông tin rằng, nấm, vốn được gọi là siêu thực phẩm của tương lai, chỉ thực sự phát huy được giá trị khi không bị can thiệp bởi hóa chất.

“Thực phẩm đi vào cơ thể, không có cơ hội sửa sai. Vì vậy đã làm là phải làm tử tế, làm cho đáng,” ông chia sẻ.

Với ông Hưng, trồng nấm hữu cơ không chỉ tạo ra giá trị về mặt dinh dưỡng, mà còn là một giải pháp môi sinh. Nó tận dụng được lượng phụ phẩm khổng lồ trong nông nghiệp, góp phần giảm thiểu khí thải, hạn chế ô nhiễm và giúp người nông dân có thêm thu nhập từ những gì vốn bị coi là đồ bỏ đi.

Lập nghiệp giữa núi rừng

Rời quê hương Nam Định, ông Hưng chọn lập nghiệp tại xã Hương Cần, huyện Thanh Sơn, tỉnh Phú Thọ, vùng trung du với điều kiện khí hậu lý tưởng cho việc trồng nấm. Tại đây, ông từng bước xây dựng cơ sở đầu tiên của Nấm Tốt. Không lâu

sau, doanh nghiệp tiếp tục mở rộng hoạt động sang tỉnh Bắc Ninh với quy mô lớn hơn và hạ tầng hiện đại hơn.

Khởi nghiệp từ một lĩnh vực ít người lựa chọn, ông Hưng hiểu rằng chỉ có con đường nghiên cứu và làm chủ công nghệ mới giúp mình tồn tại. Năm 2015, ông bắt tay vào sản xuất giống, một mảng mà ngay cả nhiều nhà máy lớn lúc đó còn lệ thuộc bên ngoài.

“Không chủ động giống, sẽ khó chủ động được thị trường”, ông Hưng nhấn mạnh.

Quá trình xây dựng Nấm Tốt Nameco là chuỗi những thử nghiệm, sai sót và cả những giai đoạn đầy chật vật. Có lúc khó khăn đến mức ông nghĩ mình đang đơn độc trên hành trình này. Nhưng sự kiên trì đã được đền đáp.

Hiện nay, Nameco sở hữu hệ thống trang trại nấm hiện đại, vận hành theo mô hình kiểm soát khí hậu, ứng dụng công nghệ vào từng công đoạn. Từ nguyên liệu đến giống, đến quy trình thu hoạch, chế biến, tất cả đều theo chuẩn hữu cơ. Mỗi tháng, Nấm Tốt Nameco cung cấp hơn 20 tấn nấm ra thị trường, với các dòng sản phẩm đa dạng.

Mơ đưa nấm Việt ra thế giới

Theo ông Hưng, ngành nấm Việt Nam hiện vẫn đối mặt ba điểm nghẽn lớn, đó là quy mô sản xuất nhỏ lẻ, thiếu định hướng chính sách, và nhận thức hạn chế từ người tiêu dùng.

“Nấm hữu cơ không thể bị đánh đồng với nấm sạch thông thường. Sự khác biệt nằm ở quy trình, chi

phí và chất lượng”, ông Hưng khẳng định.

Vì vậy, bên cạnh sản xuất, ông chú trọng truyền thông và giáo dục thị trường, đặc biệt với thế hệ trẻ. Ông còn mở cửa trang trại cho các trường học, sinh viên đến học và trải nghiệm. Kiến thức về nấm đã được đưa vào sách giáo khoa, đó là tín hiệu tích cực.

Với ông, phát triển không chỉ là tăng sản lượng, mà phải xây dựng thương hiệu chuyên nghiệp, chế biến sâu, mở rộng hệ sinh thái phân phối. “Tôi muốn đưa nấm Việt ra thế giới, không chỉ là nấm tươi, mà là những sản phẩm sức khỏe mang thương hiệu Việt”, ông Hưng cho biết.

Điều đặc biệt ở ông Hưng là dù đã đạt được nhiều thành quả, ông chưa bao giờ xem hành trình của

mình đã hoàn tất. “Tôi vẫn đang tìm đường cho Nấm Tốt”, ông chia sẻ.

Con đường ấy không chỉ dừng lại ở nấm tươi “từ trang trại đến bàn ăn”, mà còn là phát triển các dòng sản phẩm sau chế biến như nấm sấy giòn, nước uống nấm linh chi, đông trùng hạ thảo, bột nấm dinh dưỡng, viên nấm đông trùng, súp nấm ăn liền, cơm nấm cho trẻ nhỏ, trà nấm thanh lọc cơ thể, bánh dinh dưỡng từ nấm... Những sản phẩm ấy không chỉ để tiện lợi hóa việc tiêu dùng, mà còn giúp nấm Việt tiến sâu hơn vào đời sống sức khỏe của mỗi gia đình.

Một lần đi khảo sát ở Tứ Kỳ, Hải Dương, ông Hưng gặp một người phụ nữ kể, ở thành phố có một thương hiệu nấm giá cao gấp đôi, gấp ba nhưng phải đặt trước cả tuần. Khi biết đó là “Nấm Tốt”,

ông bạn đi cùng chỉ vào ông Hưng và nói: “Đây là founder của Nấm Tốt đây”. Giây phút ấy, ông Hưng không giấu được tự hào, vì thương hiệu của mình đã bắt đầu tạo được dấu ấn riêng.

Khác với nhiều người nói về nông nghiệp bằng ngôn từ bóng bẩy, ông Hưng nói bằng những gì đã làm. Từ những phế phẩm tưởng bỏ đi như rom rạ, mùn cưa, ông tạo ra thực phẩm sạch. Từ phòng thí nghiệm, ông tạo ra giống nấm Việt. Từ góc nhìn môi sinh, ông chọn phát triển bền vững.

Hành trình ấy chưa dừng lại. Nó vẫn đang tiếp diễn, trên từng luống nấm, từng bữa ăn, từng ngôi nhà. Và trên con đường ấy, ông Mai Văn Hưng vẫn là người nông dân hiện đại, cần mẫn, tìm đường đưa nấm vào đời một cách bền bỉ, tử tế và đầy hy vọng.



Sau hơn một thập kỷ theo đuổi ước mơ, Nấm Tốt Nameco đã được đạt chuẩn hữu cơ đã có thương hiệu trên thị trường.





Doanh nghiệp công nghệ kỳ vọng bứt phá nhờ chính sách thiết thực

HOA MAI

DOANH NGHIỆP & DOANH NHÂN

Để có thể bứt phá và vươn ra toàn cầu, các nhà khoa học và cộng đồng doanh nghiệp khoa học - công nghệ kỳ vọng vào những cơ chế chính sách phù hợp, cởi mở và hỗ trợ thực chất cho khoa học công nghệ cũng như đổi mới sáng tạo.

Trong bối cảnh nền kinh tế chuyển mình mạnh mẽ dưới tác động của chuyển đổi số và cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0, các doanh nghiệp công nghệ tại Việt Nam đang ngày càng khẳng định vai trò tiên phong.

Hoạt động trong lĩnh vực trí tuệ nhân tạo, Công ty CP MedCAT là một trong những đơn vị tiên phong với giải pháp tái cấu trúc dữ liệu phi cấu trúc bằng AI - một dạng dữ liệu quan trọng nhưng thường bị “bỏ quên” trong quá trình chuyển đổi số.

“Chúng tôi đã âm thầm phát triển giải pháp này trong nhiều năm, với sự đồng hành của cơ quan chức năng, và hiện là thành viên của Trung tâm Đổi mới Sáng tạo

Quốc gia,” bà Đặng Thị Ánh Tuyết - Tổng Giám đốc MedCAT chia sẻ tại Ngày Khoa học và Công nghệ Việt Nam do Bộ Khoa học và Công nghệ tổ chức mới đây.



Bà Đặng Thị Ánh Tuyết - Tổng Giám đốc MedCAT.

MedCAT kỳ vọng sẽ góp phần giúp Việt Nam làm chủ công nghệ lõi AI, ứng dụng vào các lĩnh vực như bảo hiểm, y tế, giáo dục... Theo bà Tuyết, Nghị quyết 57 của Đảng về phát triển khoa học - công nghệ là cú hích chính sách kịp thời, tạo môi trường thuận lợi để doanh nghiệp đổi mới sáng tạo “dám nghĩ, dám làm”.

“Với chính sách và cơ chế hỗ trợ phù hợp, nhiều doanh nghiệp công nghệ tại Việt Nam sẽ có cơ hội bứt phá”, bà Tuyết bày tỏ kỳ vọng.

Trong khi đó, bà Nguyễn Thị Mai Hương - Giám đốc vận hành Công ty CP Công nghệ Hachi Việt Nam cho rằng, công nghệ không chỉ là đặc quyền của những người có điều kiện mà cần trở thành cơ hội dành cho tất cả, đặc biệt là những nhóm yếu thế.

Với sứ mệnh phát triển nền nông nghiệp thông minh và bao trùm, Hachi kiên trì xây dựng các mô hình nông nghiệp 4.0 không chỉ để tăng năng suất, mà còn giúp phụ nữ, thanh niên và đồng bào dân tộc thiểu số làm chủ công nghệ và sinh kế. Với Hachi, chuyển đổi số trong nông nghiệp không đơn thuần là giải pháp kỹ thuật, mà là hành trình tái tạo niềm tin, niềm tự hào của người nông dân thời đại mới.

Bà Hương cũng kêu gọi các nhà hoạch định chính sách, các quỹ đầu tư và cộng đồng cùng chung tay lan tỏa các mô hình nông nghiệp đổi mới sáng tạo có tính bao trùm. Bởi theo bà, trí tuệ Việt, đổi mới sáng tạo và công nghệ xanh chính là lực đẩy đưa nông nghiệp Việt Nam bước vào kỷ nguyên mới.



PGS.TS. Phạm Thị Thanh Nga - Viện trưởng Viện Khí tượng, Thủy văn và Biến đổi Khí hậu.

PGS.TS Phạm Thị Thanh Nga - Viện Khoa học Khí tượng Thủy văn và Biến đổi khí hậu, nhận định: “Đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số đang là yếu tố sống còn trong một thế giới đầy biến động”.

Bà Nga cho rằng, những công nghệ mới như AI, dữ liệu lớn, máy bay không người lái hay vệ tinh viễn thám... sẽ giúp Việt Nam giải bài toán lớn về môi trường, khí hậu, sản xuất thông minh.

Tuy nhiên, để khoa học thực sự trở thành “ngọn đuốc soi đường” cho phát triển bền vững, bà Nga nhấn mạnh, cần một thể chế cởi mở, tạo hành lang pháp lý để các nhà khoa học và doanh nghiệp được thử nghiệm, sáng tạo, thậm chí chấp nhận rủi ro.

“Chỉ khi đó, chúng ta mới có thể tạo ra những ý tưởng dẫn dắt, tạo lợi thế cạnh tranh quốc gia trong tương lai”, bà Nga khẳng định.

Đảng và Nhà nước luôn nhất quán quan điểm, khoa học công nghệ là quốc sách hàng đầu, là

trụ cột để phát triển kinh tế - xã hội và đưa Việt Nam trở thành nước phát triển, có thu nhập cao vào năm 2045.

Đánh giá cao vai trò của giới khoa học, Phó Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Chí Dũng cho rằng, những thành tựu khoa học công nghệ của Việt Nam là minh chứng sống động cho trí tuệ, lòng say mê và tinh thần cống hiến của đội ngũ trí thức, nhà khoa học nước nhà.

Phát huy tinh thần ấy, một trong những giải pháp trọng tâm được Phó Thủ tướng đề nghị là tiếp tục hoàn thiện thể chế, xây dựng hành lang pháp lý minh bạch, thông thoáng, thực sự “cởi trói” cho khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo.

Đặc biệt, cần sớm cụ thể hóa Nghị quyết 57 và các dự án luật, chính sách đang được Quốc hội xem xét, nhằm đưa thể chế trở thành cầu nối vững chắc để khoa học - công nghệ - đổi mới sáng tạo thấm thấu vào mọi lĩnh vực của đời sống kinh tế - xã hội.





Cần hỗ trợ đặc biệt để “khởi nghiệp không thành sạt nghiệp”

DUY MINH

DOANH NGHIỆP & DOANH NHÂN

Gần như 100% hoạt động khởi nghiệp hiện nay đều bắt nguồn từ khu vực tư nhân, trong khi nhà nước chủ yếu đóng vai trò giao nhiệm vụ. Điều quan trọng là làm sao để các hoạt động khởi nghiệp thực sự mang lại hiệu quả, tránh tình trạng “khởi nghiệp rồi lại sạt nghiệp”.

Loay hoay bài toán vốn

Ngày 4/5/2025, Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết 68 về phát triển kinh tế tư nhân, một dấu mốc quan trọng khi lần đầu tiên khẳng định khu vực kinh tế tư nhân là “một trong những động lực quan trọng

nhất của nền kinh tế quốc gia; là lực lượng tiên phong trong phát triển khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số”.

Trên tinh thần đó, Quốc hội và Chính phủ đã nhanh chóng cụ thể hóa Nghị quyết 68 bằng nhiều chủ trương, chính sách đột phá. Đặc biệt, lần đầu tiên có đề xuất xây dựng kênh tín dụng thương mại riêng biệt dành cho doanh nghiệp nhỏ và vừa, doanh nghiệp khởi nghiệp, doanh nghiệp mới thành lập và các doanh nghiệp hoạt động trong các lĩnh vực ưu tiên như chuyển đổi số, chuyển đổi xanh.

Đồng thời, các chính sách hướng tới hỗ trợ lãi suất khi cần thiết, sử dụng các hình thức bảo đảm linh hoạt hơn như tín chấp hoặc tài sản hình thành trong tương lai,

giúp doanh nghiệp tiếp cận vốn thuận lợi và giảm chi phí.

Tại hội thảo khoa học “Kinh tế tư nhân là một trong những động lực quan trọng nhất của nền kinh tế” diễn ra cuối tháng 5 tại Hà Nội, ông Nguyễn Đình Thắng - Ủy viên BCH Trung ương Hội Doanh nhân Tư nhân Việt Nam, Chủ tịch HĐTV Công ty TNHH Công nghệ Hồng Cơ, đã thẳng thắn chỉ ra những vướng mắc mà các doanh nghiệp khởi nghiệp đang gặp phải.

“Gần như 100% hoạt động khởi nghiệp hiện nay đều bắt nguồn từ khu vực tư nhân, trong khi nhà nước chủ yếu đóng vai trò giao nhiệm vụ. Nhưng điều quan trọng là phải làm sao để khởi nghiệp không trở thành... sạt nghiệp. Hiện tại, tôi chưa thấy có một cơ chế rõ ràng nào cho vấn đề này”, ông Thắng nói.

Theo ông, vốn và tài sản thế chấp đang là rào cản lớn nhất đối với các bạn trẻ khởi nghiệp. Dù đã có chủ trương phân bổ một tỷ lệ GDP cho phát triển khoa học công nghệ, nhưng nguồn vốn này vẫn chưa thực sự đến được tay người cần.

“Có thể do các bạn trẻ chưa đủ điều kiện tiếp cận, hoặc do vướng





“Nếu không nuôi dưỡng các doanh nghiệp khởi nghiệp từ hôm nay, chúng ta sẽ đánh mất thế hệ doanh nhân đổi mới sáng tạo - những người có thể giúp Việt Nam vươn lên tự chủ và hùng cường trong tương lai”.

Ông Nguyễn Đình Thắng
Ủy viên BCH Trung ương Hội Doanh nhân
Tur nhân Việt Nam, Chủ tịch HĐQT Công ty
TNHH Công nghệ Hồng Cơ



những ‘khe hở’ trong cơ chế xin - cho”, ông Thắng phân tích.

Ông cũng nhấn mạnh sự cần thiết của việc thành lập các quỹ đầu tư mạo hiểm có cơ chế giám sát chặt chẽ, nhằm bảo đảm hiệu quả sử dụng vốn, tránh tình trạng “tiêu tiền theo phong trào” mà không tạo ra giá trị thực tiễn.

Chính sách đã mở, cần hành động mạnh mẽ

Một trong những đề xuất nổi bật của ông Nguyễn Đình Thắng là vai trò “đặt hàng” của nhà nước. Theo ông, trong giai đoạn đầu phát triển, các doanh nghiệp công nghệ Việt Nam rất khó cạnh tranh nếu không có sự đồng hành từ khu vực công - đặc biệt là trong các sản phẩm công nghệ lõi, sản phẩm “Make in Vietnam”.

“Nhà nước cần trở thành khách hàng lớn nhất, đặt hàng các sản phẩm công nghệ của doanh nghiệp trong nước, qua đó nuôi dưỡng hệ sinh thái đổi mới sáng tạo. Nếu

không có sự hỗ trợ này, chúng ta sẽ luôn ở thế bị động, thậm chí bị loại khỏi sân chơi công nghệ toàn cầu”, ông Thắng cảnh báo.

Theo Chủ tịch HĐQT Công ty TNHH Công nghệ Hồng Cơ, phát triển công nghệ lõi là chìa khóa để đất nước tự chủ và phát triển bền vững. Nếu không làm chủ công nghệ, chúng ta sẽ chỉ là “bãi rác tiêu thụ” công nghệ của thế giới.

Những đề xuất của ông Thắng đã phần nào được phản ánh trong nội dung Nghị quyết 68, khi Nghị quyết lần đầu tiên đề ra 8 nhóm chính sách lớn nhằm phát triển kinh tế tư nhân, trong đó nổi bật là các chính sách về tín dụng, hỗ trợ tiếp cận đất đai, chuyển đổi số, đổi mới sáng tạo và phát triển nguồn nhân lực.

Phó Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Chí Dũng đánh giá, việc mở rộng quy định về tài sản bảo đảm và cơ chế lãi suất hỗ trợ sẽ giúp các ngân hàng thương mại mạnh dạn hơn trong cho vay với

các doanh nghiệp nhỏ và vừa - vốn là đối tượng thường gặp khó khăn trong tiếp cận tín dụng.

“Trước đây, việc này rất khó khăn, lãi suất lại cao. Giờ đây, cơ chế đã cởi mở hơn, chi phí vốn cũng có thể thấp hơn”, Phó Thủ tướng nhận định.

Tuy nhiên, từ thực tiễn doanh nghiệp, có thể thấy khoảng cách từ chính sách đến thực thi vẫn còn khá xa. Những nút thắt về cơ chế, quy trình xét duyệt, sự phối hợp giữa các bộ ngành... vẫn cần được tháo gỡ mạnh mẽ, để tinh thần cải cách của Nghị quyết 68 thực sự lan tỏa tới từng doanh nghiệp khởi nghiệp - những hạt giống quan trọng cho tương lai kinh tế đất nước.

“Nếu không nuôi dưỡng các doanh nghiệp khởi nghiệp từ hôm nay, chúng ta sẽ đánh mất thế hệ doanh nhân đổi mới sáng tạo - những người có thể giúp Việt Nam vươn lên tự chủ và hùng cường trong tương lai”, ông Nguyễn Đình Thắng nhấn mạnh.



Thực hành ESG - Mở lối cho doanh nghiệp tiếp cận vốn ưu đãi

DOANH NGHIỆP & DOANH NHÂN

Trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu đang chuyển dịch mạnh mẽ theo hướng phát triển bền vững, các doanh nghiệp thực hành ESG không chỉ khẳng định vị thế trên thị trường mà còn mở ra cánh cửa tiếp cận nguồn vốn ưu đãi từ các tổ chức tài chính trong và ngoài nước.

“Tâm hộ chiếu xanh” tiếp cận vốn ưu đãi

Theo chuyên gia Phạm Hoài Trung - Cố vấn trưởng của SSBTi Việt Nam, Nhà sáng lập Công ty Azitech & GreenGo, các tổ chức tài chính hiện nay ngày càng ưu tiên giải ngân cho những doanh nghiệp có năng lực phát triển bền vững, ít rủi ro về môi trường, xã hội và quản trị.

Việc thực hành ESG giúp doanh nghiệp chứng minh năng lực

quản lý rủi ro toàn diện, tạo niềm tin với nhà đầu tư và phù hợp với các mục tiêu phát triển bền vững toàn cầu như Net Zero, hội nghị thường niên của Liên hợp quốc về biến đổi khí hậu (COP) hay các mục tiêu phát triển bền vững của Liên hợp quốc (SDGs).

Theo đó, doanh nghiệp thực hành ESG sẽ có lợi thế cạnh tranh lớn khi: giảm rủi ro tín dụng nhờ hệ thống quản lý tốt các yếu tố pháp lý, môi trường và xã hội; đáp ứng các tiêu chí mà các tổ chức tài trợ



Theo giới chuyên gia, doanh nghiệp Việt cần coi ESG là chiến lược trung tâm để gia tăng cơ hội tiếp cận vốn, nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững.

khí hậu như Tổ chức Tài chính Quốc tế (IFC), Ngân hàng Thế giới (WB), Ngân hàng Phát triển châu Á (ADB), Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (JICA) hay Quỹ Khí hậu Xanh (GCF) đưa ra.

Thực hành ESG sẽ giúp doanh nghiệp gia tăng minh bạch thông tin qua hệ thống báo cáo ESG đạt chuẩn quốc tế; đồng thời có khả năng định lượng rõ ràng các tác động môi trường như lượng phát thải giảm, hiệu quả sử dụng năng lượng... Đặc biệt, việc doanh nghiệp đồng hành cùng các mục tiêu toàn cầu như Netzero hay các mục tiêu phát triển bền vững của Liên hợp quốc càng giúp họ nằm trong danh mục ưu tiên giải ngân vốn phát triển.

Hệ tiêu chí đánh giá toàn diện khi cấp vốn ESG

Chuyên gia Phạm Hoài Trung cho biết, để được tiếp cận các dòng vốn ưu đãi, doanh nghiệp cần đáp ứng một hệ thống tiêu chí đánh giá ESG toàn diện, trải rộng trên các khía cạnh môi trường, xã hội, quản trị, báo cáo thông tin và cả mục đích sử dụng vốn.

Về môi trường, các tổ chức tài chính thường quan tâm đến khả năng kiểm soát và giảm phát thải khí nhà kính của doanh nghiệp, tính trên cả ba phạm vi phát thải. Ngoài ra, tỷ lệ sử dụng năng lượng tái tạo, hiệu suất khai thác tài nguyên, dấu chân môi trường (LCA), và đặc biệt là việc doanh nghiệp có kế hoạch chuyển đổi xanh rõ ràng - chẳng hạn như lộ trình tiến tới Net Zero - cũng là những yếu tố then chốt.

Trên phương diện xã hội, chất lượng lao động được phản ánh qua tỷ lệ an toàn lao động, số



giờ đào tạo cho nhân viên; yếu tố bình đẳng giới và đa dạng trong tuyển dụng, thăng tiến cũng ngày càng được đánh giá cao; cùng với đó là mức độ tác động tích cực mà doanh nghiệp mang lại cho cộng đồng và địa phương nơi họ hoạt động.

Về quản trị, các tiêu chí liên quan đến mức độ minh bạch, khả năng kiểm soát nội bộ, sự độc lập trong hội đồng quản trị và có chính sách quản lý rủi ro ESG rõ ràng sẽ quyết định mức độ tin cậy trong đánh giá của bên cho vay. Những doanh nghiệp có báo cáo tài chính được kiểm toán, công bố thông tin ESG đầy đủ và tuân thủ các bộ tiêu chuẩn quốc tế như: Bộ tiêu chuẩn sáng kiến báo cáo toàn cầu (GRI), Lực lượng đặc nhiệm công bố thông tin tài chính liên quan đến biến đổi khí hậu (TCFD) hay Chỉ thị Báo cáo Phát triển Bền vững Doanh nghiệp (CSRD) của Liên minh châu Âu sẽ được đánh giá cao hơn.

Bên cạnh đó, bản thân các dự án sử dụng vốn cũng phải đáp ứng tiêu chuẩn “xanh”, chẳng hạn như đầu tư vào công nghệ tiết kiệm năng lượng, năng lượng tái tạo, logistics xanh, hoặc giải pháp tiết kiệm nước. Doanh nghiệp cần có chỉ số cụ thể chứng minh hiệu quả môi trường của dự án - ví dụ như lượng CO₂e cắt giảm, mức năng lượng hay nước được tiết kiệm. Đây là điều kiện bắt buộc để được giải ngân từ vốn vay xanh hoặc phát hành trái phiếu xanh.

“ESG không còn là “mốt” nhất thời mà đã trở thành tiêu chuẩn phát triển tất yếu trong thời đại mới. Với sự đồng hành của các định chế tài chính và khung chính sách quốc tế ngày càng rõ ràng, doanh nghiệp Việt Nam cần coi ESG là chiến lược trung tâm để gia tăng cơ hội tiếp cận vốn, nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững lâu dài”, chuyên gia Phạm Hoài Trung nhấn mạnh.





Nghệ An: Doanh nghiệp ứng dụng AI trong sản xuất, kinh doanh

THỦY TIÊN

DOANH NGHIỆP & DOANH NHÂN



Doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Nghệ An tăng doanh thu nhờ ứng dụng AI vào kinh doanh.

Cơ hội và thách thức

Những năm trở lại đây, các doanh nghiệp ở xứ Nghệ cũng như cả nước phải chịu nhiều tác động tiêu cực từ đại dịch COVID-19, sự biến động của nền kinh tế toàn cầu, lạm phát tăng cao, nhu cầu tiêu dùng sụt giảm... khiến hoạt động sản xuất, kinh doanh đối mặt với muôn vàn khó khăn, thách thức.

Với tiềm lực tài chính mỏng và khả năng thích ứng thấp, nhiều doanh nghiệp không đủ sức chống chọi và buộc phải rút lui khỏi thị trường. Theo số liệu từ Chi cục

Thống kê tỉnh Nghệ An, chỉ trong 5 tháng đầu năm 2025, toàn tỉnh có hơn 1.000 doanh nghiệp đăng ký tạm ngừng hoạt động, hơn 100 doanh nghiệp đã giải thể; đáng chú ý, số doanh nghiệp thông báo giải thể là 259 đơn vị, tăng 68,2% so với cùng kỳ năm ngoái.

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt, việc nắm bắt và ứng dụng hiệu quả AI không còn là lựa chọn, mà đã trở thành yếu tố sống còn giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh, tối ưu hóa quy trình sản xuất, giảm chi phí, mở rộng thị trường và mang đến trải nghiệm vượt trội

Nghệ An là một tỉnh có số lượng doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) chiếm phần đông. Với năng lực quản trị, trình độ công nghệ và khả năng cạnh tranh còn hạn chế, việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) vào hoạt động sản xuất, kinh doanh đang trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết.

cho khách hàng. Việc trang bị kiến thức và kỹ năng về AI cho các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh là nhiệm vụ cấp bách, mang ý nghĩa chiến lược.

Là một doanh nghiệp khởi nghiệp tại Nghệ An, Công ty Dược phẩm Damiphar đã xây dựng chiến lược kinh doanh dựa trên nền tảng công nghệ, đặc biệt là ứng dụng AI để giới thiệu, quảng bá sản phẩm.

Ông Phạm Hồng Đại - Giám đốc Damiphar chia sẻ: “Những năm đầu thành lập, sản phẩm của công ty chưa được người tiêu



dùng đón nhận như kỳ vọng, dù chất lượng được giới chuyên gia đánh giá cao và mức giá khá hợp lý. Tuy nhiên, việc áp dụng công nghệ, giải pháp số dựa trên nền tảng sẵn có đã giúp doanh nghiệp tiếp cận khách hàng sâu hơn, hiệu quả hơn, từ đó nâng cao doanh số và tăng trưởng doanh thu”.

Theo ông Nguyễn Bá Đức - Phó Giám đốc Công ty Hoàng Quân, việc ứng dụng AI trong hoạt động kinh doanh, đơn cử như ChatGPT, đã giúp công ty tạo ra nội dung sáng tạo, hấp dẫn, phục vụ cho quảng cáo sản phẩm, thu hút nhiều khách hàng tiềm năng. Hay như Napkin AI hỗ trợ phác thảo ý tưởng nhanh chóng, lập kế hoạch kinh doanh cụ thể dựa trên các tiêu chí và mục tiêu đề ra.

“Nhờ thay đổi phương thức kinh doanh theo hướng chuyên đổi số, ứng dụng AI để soạn thảo nội dung, hình ảnh, video quảng cáo sản phẩm trên các nền tảng mạng xã hội như Facebook, TikTok, Zalo... doanh số bán hàng của công ty ngày càng cải thiện”, ông Đức nói.

Hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận AI

Trước thực trạng các doanh nghiệp nhỏ và vừa gặp khó khăn trong tiếp cận thị trường, tỉnh Nghệ An đã đề ra nhiều giải pháp thiết thực nhằm hỗ trợ doanh nghiệp hiệu quả, phù hợp với xu thế phát triển hiện nay. Một trong số đó là thúc đẩy ứng dụng AI trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, giúp SMEs địa phương giảm thiểu rủi ro, nâng cao năng lực quản trị và khả năng cạnh tranh trong nước lẫn quốc tế.

Ông Trần Thanh Hải - Phó Giám đốc Sở Công Thương Nghệ An

cho biết, cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang tác động sâu rộng đến mọi lĩnh vực, đặc biệt là sản xuất và kinh doanh. Trong đó, AI nổi lên như công nghệ then chốt, có khả năng thay đổi cục diện cạnh tranh, nâng cao hiệu quả vận hành và tạo ra giá trị gia tăng mới cho doanh nghiệp.

“Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng khốc liệt, việc ứng dụng AI không còn là lựa chọn, mà đã trở thành yếu tố sống còn giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh, tối ưu hóa sản xuất, giảm chi phí và mở rộng thị trường. Trang bị kiến thức và kỹ năng về AI cho doanh nghiệp là nhiệm vụ cấp bách và chiến lược”, ông Hải nhấn mạnh.

Để hỗ trợ doanh nghiệp vượt qua giai đoạn khó khăn, Sở Công Thương tỉnh Nghệ An đã phối hợp với VCCI Chi nhánh Nghệ An - Hà Tĩnh - Quảng Bình tổ chức hội nghị tập huấn “Ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) phát triển sản xuất, kinh doanh trong kỷ nguyên số”, thu hút sự quan tâm của đông đảo doanh nghiệp.

Tại hội nghị, Thạc sĩ Bùi Quang Cường - Phó ban Đào tạo Hiệp

hội Thương mại điện tử Việt Nam đã chia sẻ nhiều nội dung thực tiễn như: chiến lược khai thác nội dung thông minh với AI; ứng dụng AI trong tiếp thị số trên các nền tảng như Facebook Business, Zalo OA; sử dụng AI trong kinh doanh trên sàn thương mại điện tử; đo lường và tối ưu hóa dịch vụ khách hàng nhờ AI...

Các nội dung được truyền tải theo hướng thực chiến, sát với thực tế, phù hợp với điều kiện áp dụng tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa - đối tượng chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu kinh tế Nghệ An hiện nay.

“Thông qua chương trình, ban tổ chức kỳ vọng sẽ góp phần nâng cao năng lực công nghệ, thúc đẩy đổi mới sáng tạo, gia tăng năng suất và hiệu quả hoạt động cho doanh nghiệp. Đồng thời, chương trình cũng tạo nền tảng vững chắc để xây dựng nền kinh tế số, kinh tế xanh và phát triển bền vững tại Nghệ An. Doanh nghiệp sẽ nắm bắt được các xu hướng AI mới nhất, tiếp cận các ví dụ thực tế, dễ hiểu và từng bước nâng cao năng lực chuyển đổi số trong sản xuất - kinh doanh”, ông Hải khẳng định.



Sở Công Thương Nghệ An phối hợp với VCCI tổ chức tập huấn ứng dụng AI trong sản xuất, kinh doanh.



Chuyên gia Savills: Sáp nhập địa giới là đòn bẩy hình thành các vùng công nghiệp lớn

THỦY NGỌC

Theo các chuyên gia, việc mở rộng địa giới đơn vị hành chính sẽ giúp các tỉnh có điều kiện quy hoạch thêm nhiều khu công nghiệp mới với quy mô lớn, tạo thêm lựa chọn cho doanh nghiệp và thu hút đầu tư hiệu quả hơn.

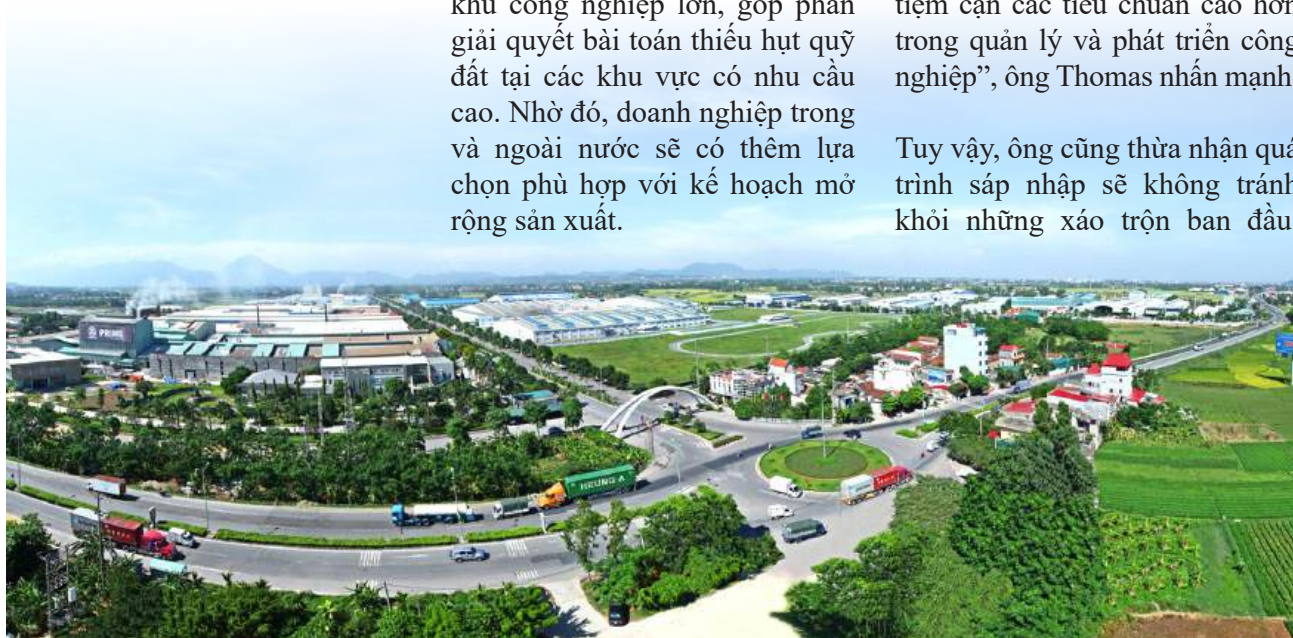
Ông Thomas Rooney - Phó Giám đốc Bộ phận Tư vấn công nghiệp Savills Hà Nội - nhận định, việc điều chỉnh địa giới hành chính sẽ góp phần tinh gọn bộ máy quản lý, xóa bỏ tình trạng phân mảnh trong quy hoạch, đồng thời tạo thuận lợi để hình thành các vùng phát triển công nghiệp - đô thị quy mô lớn, đồng bộ và hấp dẫn hơn với nhà đầu tư quốc tế.

Ông cho rằng, mở rộng ranh giới hành chính giúp các địa phương có thêm dư địa để quy hoạch các khu công nghiệp lớn, góp phần giải quyết bài toán thiếu hụt quỹ đất tại các khu vực có nhu cầu cao. Nhờ đó, doanh nghiệp trong và ngoài nước sẽ có thêm lựa chọn phù hợp với kế hoạch mở rộng sản xuất.

Sự hợp nhất địa giới cũng mở ra cơ hội quy hoạch các khu công nghiệp chuyên biệt, như khu công nghiệp hỗ trợ hoặc cụm công nghiệp phục vụ các ngành ô tô, bán dẫn... Từ đó nâng cao khả năng tham gia sâu hơn vào chuỗi sản xuất toàn cầu.

“Những địa phương vốn đã có lợi thế thu hút đầu tư, khi sáp nhập và phối hợp chặt chẽ hơn trong quy hoạch, sẽ có thể bổ trợ lẫn nhau về hạ tầng, nguồn nhân lực và định hướng phát triển. Điều này giúp nâng cao năng lực cạnh tranh và tiệm cận các tiêu chuẩn cao hơn trong quản lý và phát triển công nghiệp”, ông Thomas nhấn mạnh.

Tuy vậy, ông cũng thừa nhận quá trình sáp nhập sẽ không tránh khỏi những xáo trộn ban đầu.





Ông Thomas Rooney - Phó Giám đốc Bộ phận Tư vấn công nghiệp Savills Hà Nội.

Doanh nghiệp có thể gặp khó khăn trong việc điều chỉnh các thủ tục đầu tư, xây dựng, môi trường do chính sách giữa các địa phương chưa kịp đồng bộ. Tuy nhiên, nếu được xử lý khéo léo, đây lại là cơ hội để tái thiết khung pháp lý theo hướng minh bạch, hiệu quả và thân thiện hơn với nhà đầu tư.

“Đối với bất động sản công nghiệp, sự ổn định và rõ ràng trong quy hoạch là yếu tố sống còn. Khi các thủ tục và chính sách được thống nhất, các khu công nghiệp tích hợp giữa sản xuất - logistics - đô thị vệ tinh và hạ tầng giao thông liên vùng sẽ có cơ hội phát triển mạnh mẽ”, ông Thomas Rooney nói.

Một điểm đáng lưu ý khác là tác động tới lực lượng lao động. Việc thay đổi địa giới có thể ảnh hưởng đến nơi cư trú, đăng ký hành chính và giao thông đi lại của người lao động. Tuy nhiên,

nếu có sự chuẩn bị, đây là thời điểm thuận lợi để tái cấu trúc mạng lưới cung ứng nhân lực theo hướng vùng hóa, liên tỉnh, góp phần nâng cao khả năng điều phối lao động và tối ưu chi phí.

Trường hợp việc sáp nhập địa giới đi kèm với đầu tư vào hạ tầng - như các tuyến vành đai, cảng biển, sân bay và hạ tầng số - các khu công nghiệp sẽ vượt qua giới hạn hành chính truyền thống. Doanh nghiệp có thể tiếp cận nguồn lao động rộng hơn, đồng thời tối ưu chi phí vận hành. Điều này cũng thúc đẩy xu hướng dịch chuyển khỏi các trung tâm công nghiệp truyền thống, mở ra cơ hội phát triển cho những địa phương mới với quỹ đất rộng, giá rẻ và hạ tầng đang được nâng cấp.

Giai đoạn chuyển tiếp, dự kiến kéo dài từ hai đến ba năm, được xem là thời điểm then chốt. Ông Rooney khuyến nghị các doanh nghiệp cần chủ động cập nhật

thông tin, thiết lập quan hệ với chính quyền mới và linh hoạt điều chỉnh kế hoạch sử dụng đất để thích ứng với thay đổi.

Về phía cơ quan nhà nước, cần đẩy mạnh truyền thông minh bạch, rõ ràng về tiến trình và định hướng sắp xếp hành chính. Việc chủ động đối thoại với cộng đồng doanh nghiệp và triển khai các cơ chế hỗ trợ, đặc biệt là cho doanh nghiệp vừa và nhỏ sẽ giúp giảm thiểu xáo trộn và duy trì dòng vốn đầu tư ổn định.

“Sáp nhập tỉnh không chỉ là cải cách hành chính đơn thuần mà là bước đi chiến lược định hình lại không gian phát triển quốc gia. Nếu được thực hiện với tầm nhìn dài hạn và sự phối hợp đồng bộ, quá trình này sẽ tạo ra bước ngoặt quan trọng, giúp bất động sản công nghiệp Việt Nam bứt phá và đóng vai trò chủ chốt trong chuỗi cung ứng toàn cầu”, ông Thomas Rooney khẳng định.



Phó Thủ tướng Bùi Thanh Sơn.

Phó Thủ tướng Bùi Thanh Sơn: Xử lý ngay khi dân báo hàng giả, hàng kém chất lượng

BẠCH LẠP

Phó Thủ tướng Chính phủ Bùi Thanh Sơn yêu cầu các bộ, ngành, địa phương xử lý nghiêm và kịp thời mọi phản ánh của người dân liên quan đến buôn bán, sản xuất hàng giả, hàng kém chất lượng. Đồng thời, ông chỉ đạo triển khai đợt cao điểm truy quét trên toàn quốc từ ngày 15/5 đến 15/6.

Từ đầu năm đến nay, các lực lượng chức năng trên cả nước đã phát hiện, xử lý hơn 34.000 vụ vi phạm liên quan đến buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả. Cụ thể, có hơn 8.200 vụ buôn bán, vận chuyển hàng cấm, hàng lậu; trên 25.100 vụ gian lận thương mại và thuế; hơn 1.100 vụ liên quan đến hàng giả, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ. Tổng số tiền thu nộp ngân sách nhà nước đạt hơn 4.897 tỷ đồng. Gần 1.400 vụ án đã bị khởi tố hình sự, với hơn 2.100 đối tượng liên quan.

Trước thực trạng đáng báo động này, Chính phủ đã thành lập Tổ công tác đặc biệt về phòng, chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả, do Phó Thủ tướng Bùi Thanh Sơn làm Tổ trưởng. Đợt cao điểm truy quét từ ngày 15/5 đến 15/6 được triển khai đồng bộ trên toàn quốc, với sự phối hợp của các bộ, ngành, địa phương. Văn phòng Thường trực Ban Chỉ đạo 389 quốc gia đóng vai trò là cơ quan thường trực.

Tại phiên họp đầu tiên của Tổ công tác vào ngày 19/5, Phó Thủ tướng Bùi Thanh Sơn đánh giá tình hình buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả vẫn đang diễn biến phức tạp, quy mô ngày càng mở rộng, với nhiều thủ đoạn tinh vi và đối tượng tham gia đa dạng.

Những hành vi vi phạm này không chỉ gây thất thu ngân sách mà còn ảnh hưởng nghiêm trọng đến sức khỏe cộng đồng, gây hoang mang dư luận, xói mòn lòng tin xã hội và cản trở sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Phó Thủ tướng nhấn mạnh, công tác phòng, chống buôn lậu, hàng giả và gian lận thương mại là nhiệm vụ quan trọng, có tính chất lâu dài. Yêu cầu các bộ, ngành, địa phương phải khẩn trương kiểm tra, xử lý ngay khi tiếp nhận phản ánh từ người dân về tình trạng buôn bán, sản xuất, tiêu thụ hàng giả, hàng kém chất lượng. Việc kiểm tra, giám sát phải được

thực hiện thường xuyên, không mang tính hình thức hoặc chỉ làm theo phong trào.

Để triển khai hiệu quả đợt cao điểm, Phó Thủ tướng chỉ đạo các bộ, ngành thành viên Tổ công tác phải hoàn thiện và ban hành kế hoạch hành động chi tiết trước ngày 20/5. Đồng thời, yêu cầu các cơ quan rà soát lại hệ thống văn bản pháp luật, kịp thời sửa đổi hoặc kiến nghị cấp có thẩm quyền bổ sung quy định, nhằm “bịt các kẽ hở” đang bị lợi dụng trong hoạt động sản xuất, kinh doanh hàng hóa giả mạo, kém chất lượng.

Phó Thủ tướng cũng yêu cầu các thành viên Tổ công tác phải trực tiếp nắm tình hình, tổ chức kiểm tra thực tế, đôn đốc triển khai nhiệm vụ tại bộ, ngành, địa phương mình phụ trách. Đặc biệt, ông lưu ý các địa phương không được buông lỏng công tác quản lý thị trường, kể cả trong bối cảnh sáp nhập đơn vị hành chính.





Cửa sáng tăng vốn cho ngân hàng thương mại từ chính sách nới “room” ngoại

KHÁNH HIỀN

Theo giới chuyên gia, việc nới trần sở hữu nước ngoài lên 49% đang mở ra cánh cửa mới cho các ngân hàng như HDBank, MBBank và VPBank tăng vốn, cải thiện năng lực tài chính và thúc đẩy tăng trưởng quy mô tài sản.

Nghị định số 69/2025/NĐ-CP của Ngân hàng Nhà nước (NHNN), có hiệu lực từ ngày 19/5/2025, chỉ áp dụng cho các ngân hàng thương mại cổ phần tư nhân. Do đó, trong số bốn ngân hàng lớn gồm HDBank (HDB), MBBank (MBB), Vietcombank (VCB) và VPBank (VPB), quy định nới tỷ lệ sở hữu nước ngoài (FOL) mới sẽ không áp dụng cho ngân hàng Vietcombank.

Việc nâng giới hạn sở hữu nước ngoài từ 30% lên 49% sẽ tạo điều kiện để các ngân hàng này tiếp cận nguồn vốn quốc tế trong bối cảnh nhu cầu tăng vốn để duy trì hệ số an toàn vốn (CAR) ngày càng cấp thiết.

Theo đánh giá của VIS Rating, nếu HDB, MBB và VPB tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng tài sản vượt mức trung bình ngành (trên





25%) và giữ vững khả năng sinh lời trong hai năm tới, họ sẽ cần bổ sung đáng kể vốn chủ sở hữu. Nếu không có các phương án tăng vốn kịp thời, hệ số CAR của các ngân hàng này có thể giảm từ 150 đến 300 điểm cơ bản vào cuối năm 2026.

Hiện nay, phần lớn các ngân hàng vẫn dựa vào lợi nhuận giữ lại và phát hành trái phiếu cấp 2 để bổ sung vốn. Tuy nhiên, VIS cho rằng sự tham gia của nhà đầu tư chiến lược nước ngoài không chỉ giúp bổ sung nguồn vốn, mà còn hỗ trợ nâng cao năng lực quản trị rủi ro, mở rộng khả năng tiếp cận các nguồn lực tài chính toàn cầu và thúc đẩy chiến lược tăng trưởng dài hạn.

Thực tế đã cho thấy vai trò của dòng vốn ngoại trong việc nâng cao năng lực tài chính ngân hàng. Với sự đồng hành của Tập đoàn Sumitomo Mitsui Banking

Corporation (SMBC), VPBank đã tăng quy mô cho vay doanh nghiệp FDI gấp 3 lần trong năm 2024. Mới đây, ngày 5/5/2025, ngân hàng này tiếp tục huy động thành công khoản vay hợp vốn trị giá 1 tỷ USD do SMBC và một số ngân hàng quốc tế thu xếp, nhằm phục vụ các mục tiêu tài chính bền vững.

Tuy nhiên, không phải ngân hàng nào cũng dễ dàng thu hút được vốn ngoại. VPBank từng mất gần 2 năm để hoàn tất thương vụ bán 15% cổ phần cho SMBC vào năm 2023. Trong khi đó, HDBank đã tìm kiếm nhà đầu tư chiến lược nước ngoài suốt 5 năm qua mà vẫn chưa đạt được thỏa thuận. MBBank đến nay cũng chưa công bố kế hoạch cụ thể nào liên quan đến đối tác chiến lược nước ngoài.

Do vậy, trong ngắn hạn, VIS cho rằng các ngân hàng này vẫn sẽ phải tiếp tục dựa vào lợi nhuận

giữ lại và phát hành trái phiếu để tăng vốn.

Riêng với Vietcombank không thuộc phạm vi điều chỉnh của nghị định mới, tỷ lệ sở hữu nước ngoài vẫn bị giới hạn ở mức 30%. Tuy nhiên, ngân hàng này đang có kế hoạch chào bán thêm 6,5% vốn trong giai đoạn 2025-2026, trong đó có sự tham gia của đối tác chiến lược Mizuho. Nếu thương vụ thành công, CAR của Vietcombank có thể tăng thêm hơn 200 điểm cơ bản so với hiện tại.

VIS Rating nhận định, chính sách nới room ngoại không chỉ tạo điều kiện thuận lợi cho việc tăng vốn, mà còn là cú hích chiến lược giúp các ngân hàng củng cố năng lực tài chính, nâng cao vị thế cạnh tranh và thúc đẩy tăng trưởng bền vững, trong bối cảnh hệ thống ngân hàng ngày càng hội nhập sâu với thị trường tài chính toàn cầu.



Người mang đạo vào tre, dựng Nhà An Lành giữa đời

DUY KHÁNH

Giữa thời đại công nghiệp 4.0, nơi mọi thứ dường như cuốn đi bởi tốc độ và công nghệ, có một người đàn ông chọn sống chậm, đi ngược chiều gió. Anh chọn tre, thứ vật liệu mộc mạc, quen thuộc để làm chất liệu gửi gắm tâm hồn và triết lý sống. Anh chọn khắc đạo vào từng thớ tre như cách gieo mầm an lành giữa những bộn bề phố thị. Anh là Dương Thanh Phận, một nghệ nhân, một thiền sinh, một người chồng, người cha và cũng là người đang nỗ lực viết tiếp câu chuyện an lành vào tre Việt.



Nghệ nhân Dương Thanh Phận và vị khách quý, Hoa hậu Liên lục địa 2022 Lê Nguyễn Bảo Ngọc.

Từ lang bạt mưu sinh đến bước ngoặt với tre và thiền

Sinh năm 1982, quê ở miền Tây sông nước, Dương Thanh Phận từng trải qua tuổi trẻ đầy sóng gió. Anh học ngành Điện tử Công nghiệp, nhưng lại đi qua đủ nghề để mưu sinh, từ gia sư, phụ hồ, làm ruộng, bán hàng rong, đầu bếp, luyện thi kiến trúc, thiết kế đồ họa, đến trang trí nội thất... Những tháng năm rong ruổi khắp các tỉnh phía Nam, lang bạt như một kẻ du mục đã hun đúc trong anh nội lực bền bỉ và khao khát

đi tìm giá trị thật của cuộc sống.

Năm 2014, bước ngoặt lớn đến khi anh bén duyên với các khu vườn thiền ở TP Bảo Lộc (Lâm Đồng). Ở nơi yên tĩnh giữa núi rừng, không điện thoại, không internet, anh bắt đầu sống chậm, sống sâu, lắng nghe thiên nhiên và chính mình. Chính trong khoảng lặng ấy, hạt giống sáng tạo đã nảy mầm, từ một nhánh tre khô, một ống hút tre giản đơn.

Trong một lần phụ người em bán ống hút tre, anh bất chợt dừng mở

hàn điện tử khắc hình lên thân tre. Từ đó, ý tưởng khắc hình, thơ, kinh lên tre dần thành hình. Và rồi, chiếc bút bi tre đầu tiên ra đời, khởi điểm cho hành trình “thổi đạo an lành vào tre”.

Nghệ thuật từ tre, Pháp khí từ tâm

Phận chọn bút bi tre làm sản phẩm đầu tay không phải ngẫu nhiên. Với anh, bút là vật gần gũi, thiết thực và có thể mang linh hồn. Một cây bút bi tre nhỏ bé nhưng ẩn chứa đầy đủ ngũ hành: Kim là ngòi bút, Mộc là thân tre, Thủy và Thổ có trong bản thể của tre, Hỏa là sức nóng từ bút lửa. Thậm chí, anh còn xem bút là sự kết tinh của lục hành, thất hành, bởi trong đó có cả tâm ý người thỉnh và tâm người nghệ nhân gửi gắm.

Trên mỗi cây bút, anh khắc những vần thơ thiền, hình ảnh Phật, nhạc sĩ Trịnh Công Sơn, những chân dung truyền thần hay cảnh sắc quê hương Việt Nam. Không chỉ khắc chữ, hình, anh Phận khắc... tâm.

Để tạo tác nên một cây bút, anh phải lựa tre thật kỹ, xử lý nguyên liệu, cắt gọt, mài dũa, tạo hình, sau đó mới đến công đoạn khắc, vốn là phần khó nhất. Chỉ cần một lỗi nhỏ, một nét sai, toàn bộ phải làm lại từ đầu vì rất khó tẩy, mà nếu có tẩy được thì cũng không còn nguyên vẹn năng lượng. Chính vì thế, mỗi cây bút ra đời đều là một tác phẩm độc bản, kết tinh của sự tỉ mỉ, kiên nhẫn và một tâm thế thiền định.

Từ chiếc mỏ hàn điện tử ban đầu, anh nâng cấp lên bút lửa để đường nét khắc mềm mại hơn. Trình độ điêu khắc của anh đạt đến mức có thể khắc chân dung



Vẽ đạo lên tre...

truyền thần trên bề mặt cực nhỏ như nắp bút tre hay ngọc bội tre.

Không dừng lại ở bút, anh sáng tạo thêm nhiều sản phẩm, chuồn chuồn tre, bộ trà thuần Việt, Thanh tre may mắn, trầm cài, ngọc bội tre... Tất cả đều là tác phẩm của tâm huyết và sự kết nối giữa văn hóa Việt và đời sống thiền.

Nhà An Lành, nơi tái hiện nếp sống Việt xưa

Năm 2021, anh rời Bảo Lộc về TP Hồ Chí Minh giữa mùa dịch, tay trắng với ba lô bộ đội và chiếc xe Cup 50. Ở tạm trên gác xép nhà ba mẹ bạn gái, anh bắt đầu lại từ con số 0. Chính tại nơi chật hẹp và nóng nực ấy, anh đặt nền móng đầu tiên cho thương hiệu “Nhà An Lành”, như một thiền viện giữa lòng phố.

Sau ba năm sáng tạo không ngừng, tháng 4/2024, anh thuê xưởng gần vòng xoay An Lạc, cải tạo thành không gian mở, mang dáng dấp nhà Việt xưa. Xưởng vừa là nơi sản xuất, vừa là nơi anh sống, tiếp đón những người hữu duyên tìm về an yên.

Cùng vợ, chị Phùng Thị Thảo Đan (sinh 1998), anh thành lập Công ty TNHH Nhà An Lành, có pháp nhân, website và kênh bán hàng rõ ràng. Khách hàng là các công ty, cơ quan chọn quà tặng tre Việt, một phần vì uy tín, một phần vì sự mộc mạc đầy tinh thần Việt.

Thay vì tuyển nhân sự cố định, anh tạo việc làm cho các mẹ, các chị gần xưởng, những người gia công sản phẩm tại nhà. Cách làm này giúp giữ được chất thủ công dân dã và lan tỏa năng lượng lành tới cộng đồng.

Cuối năm 2024, anh chính thức phát triển mảng tre thành một dự án độc lập mang tên “Tinh hoa tre thiền Việt”, với định hướng rõ ràng và đội ngũ riêng. Không chỉ chuẩn hóa quy trình sáng tạo, anh còn đào tạo thế hệ nghệ nhân kế thừa, những người sẽ tiếp nối sứ mệnh khắc đạo an lành lên tre giữa đời thường. Với anh, mỗi tác phẩm khắc hình Phật lên tre là một Pháp Bảo mang năng lượng thiêng, cần được tạo tác bằng tâm thanh tịnh và trao đến những người thực sự trân quý.

Tháng 5/2025 vừa qua, anh đón bé trai đầu lòng Dương Phùng Minh Phúc chào đời. Với anh, đó là một cột mốc thiêng liêng, mở ra chương mới cho hành trình sống và sáng tạo. Người từng mơ xuất gia, giờ có một mái ấm, một Nhà An Lành như một “thiền viện giữa đời” thực sự. Chúc mừng nghệ nhân Dương Thanh Phận, người lặng lẽ khắc đạo vào tre, gieo mầm an lành giữa phố thị hôm nay. Mong rằng không xa, tại TP Hồ Chí Minh, mô hình Nhà An Lành sẽ trở thành điểm hẹn của những tâm hồn thiện lành, nơi “mang rừng về phố, mang quê lên thị”.

Bắc Giang: Nâng tầm đặc sản địa phương qua chương trình OCOP

ĐÀO HIỆP

Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) đã trở thành động lực thúc đẩy phát triển kinh tế nông thôn tại tỉnh Bắc Giang. Với cách làm bài bản, có trọng tâm và phù hợp với điều kiện địa phương, giai đoạn 2021-2025 đã ghi nhận nhiều dấu ấn rõ nét. Không chỉ ở số lượng sản phẩm mà còn ở chất lượng, tính thương mại và sự tham gia tích cực của cộng đồng.

2024-2025. Đây là nền tảng pháp lý quan trọng nhằm hỗ trợ các chủ thể, từ chi phí bao bì, tem nhãn đến công bố chất lượng, truy xuất nguồn gốc, bảo hộ sở hữu trí tuệ...

Với sự vào cuộc đồng bộ, đến hết tháng 5/2025, toàn tỉnh Bắc Giang có 419 sản phẩm OCOP từ 3 sao trở lên, tăng 264 sản phẩm so với năm 2021. Trong đó có 1 sản phẩm 5 sao, 21 sản phẩm 4 sao, 397 sản phẩm 3 sao. Qua đó, đưa Bắc Giang trở thành một trong những tỉnh có nhiều sản phẩm OCOP cả nước.

Dự kiến hết năm 2025, toàn tỉnh Bắc Giang có 500 sản phẩm OCOP đạt từ 3 sao trở lên. Trong đó có 1 sản phẩm 5 sao, 23 sản phẩm 4 sao và 476 sản phẩm 3 sao.

Các sản phẩm OCOP của Bắc Giang chủ yếu là đặc sản mang thế mạnh vùng miền. Tiêu biểu như vải thiều Lục Ngạn, mỳ gạo Chũ, gà đồi Yên Thế, cùng các sản phẩm làng nghề truyền thống như rượu Vân, bún Đa Mai, mỳ Chũ...



Những kết quả đáng khích lệ

Theo chia sẻ của lãnh đạo Sở Nông nghiệp & Môi trường Bắc Giang, ngay từ đầu giai đoạn, tỉnh đã xác định chương trình OCOP là giải pháp trọng tâm để khơi dậy tiềm năng, lợi thế của từng vùng miền. Qua đó, thúc

đẩy tổ chức sản xuất theo hướng liên kết, hiện đại.

Trên cơ sở đó, Sở Nông nghiệp và Môi trường đã tham mưu UBND tỉnh trình HĐND ban hành Nghị quyết số 67/2023/NQ-HĐND về chính sách khuyến khích phát triển sản phẩm OCOP giai đoạn

Nhiều sản phẩm đã được đầu tư bài bản từ quy trình sản xuất theo tiêu chuẩn ISO, HACCP, VietGAP đến thiết kế bao bì, truy xuất nguồn gốc và công bố chất lượng. Hình thức, mẫu mã ngày

càng đồng bộ, hiện đại, góp phần nâng cao giá trị sản phẩm.

Song hành cùng số lượng sản phẩm là sự mở rộng về lực lượng chủ thể tham gia. Toàn tỉnh hiện có 225 chủ thể OCOP, trong đó có 165 hợp tác xã, 14 doanh nghiệp, 3 tổ hợp tác và 43 cơ sở sản xuất nhỏ lẻ.

Nhiều chủ thể là thanh niên khởi nghiệp từ nông nghiệp, mạnh dạn đổi mới tư duy, đầu tư bài bản vào sản phẩm. Từ thiết kế bao bì, xây dựng câu chuyện thương hiệu đến áp dụng tiêu chuẩn chất lượng như VietGAP, GlobalGAP, ISO 22000... Đây chính là những nhân tố tạo sức lan tỏa, làm mới diện mạo sản phẩm nông thôn.

Tỉnh cũng đặc biệt chú trọng đào tạo và hỗ trợ kỹ thuật. Giai đoạn 2021-2025, Bắc Giang đã tổ chức 10 lớp tập huấn với gần 800 học viên. Nội dung không chỉ xoay quanh tiêu chí đánh giá phân hạng sản phẩm, mà còn hướng đến chuyển đổi số, ứng dụng thương mại điện tử và truy xuất nguồn gốc.

Nhờ đó, các chủ thể có thêm công cụ để hoàn thiện sản phẩm và tự tin đưa hàng hóa đến thị trường rộng lớn hơn.

Ngoài ra, hoạt động xúc tiến thương mại được triển khai mạnh mẽ, góp phần đưa sản phẩm OCOP Bắc Giang vươn xa. Gần 350 lượt sản phẩm đã được đưa đi giới thiệu tại các hội chợ trong và ngoài tỉnh như Quảng Ninh, Lào Cai, Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Kiên Giang...

Một số sản phẩm thế mạnh như giấm Kim Ngân, bánh nông sản Bình Minh, các dòng sản phẩm từ

vải thiều... đã vươn tới những thị trường chất lượng cao như Mỹ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc. Qua đó, khẳng định vị thế ngày càng cao của nông sản Bắc Giang.

Kiến nghị cơ chế đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp huyện

Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu đáng ghi nhận, theo lãnh đạo Sở Nông nghiệp & Môi trường, chương trình OCOP tại Bắc Giang cũng gặp không ít khó khăn.

Một bộ phận cán bộ và người dân vẫn chưa nhận thức đầy đủ về vai trò, lợi ích của chương trình, dẫn đến tình trạng tham gia mang tính hình thức. Một số sản phẩm được phát triển chỉ để “đủ điều kiện” nông thôn mới nâng cao, thiếu tính bền vững và chưa đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng thực tế.

Việc giao cấp huyện tổ chức đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP 3 sao theo Quyết định 148/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ cũng đặt ra thách thức lớn. Nhiều huyện còn thiếu năng lực, kinh nghiệm đánh giá.

Hệ thống cơ sở dữ liệu hiện hành cũng chưa đáp ứng yêu cầu quản lý hiện đại. Vẫn dựa nhiều vào nhập liệu thủ công, thiếu cập nhật thường xuyên, gây sai lệch thông tin giữa các cấp.

Một hạn chế nữa là phần lớn sản phẩm OCOP ở dạng sơ chế, ít sản phẩm chế biến sâu, dẫn đến giá trị gia tăng thấp. Mẫu mã, bao bì của nhiều sản phẩm đã được quan tâm đầu tư thiết kế nhưng chưa bảo đảm các điều kiện như: công bố chất lượng, kiểm soát chất lượng, xác nhận bảo vệ môi trường, tem truy xuất nguồn gốc.



Ngoài ra, năng lực tiếp thị và phát triển thị trường của các chủ thể còn yếu. Chưa khai thác hiệu quả kênh bán hàng hiện đại như siêu thị, thương mại điện tử, mạng xã hội...

Từ thực tiễn triển khai, Sở Nông nghiệp & Môi trường Bắc Giang kiến nghị Bộ Nông nghiệp và Môi trường sớm tham mưu Chính phủ sửa đổi, bổ sung Quyết định 148/QĐ-TTg để tháo gỡ những vướng mắc. Đặc biệt là cơ chế đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp huyện.

Đồng thời, đề nghị Văn phòng Điều phối Nông thôn mới Trung ương xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu OCOP đồng bộ, giao diện thân thiện, có thể liên thông giữa các cấp. Từ đó tạo điều kiện thuận lợi cho công tác quản lý, giám sát và hỗ trợ chủ thể hiệu quả hơn.

Lãnh đạo Sở Nông nghiệp & Môi trường Bắc Giang kỳ vọng, với cách tiếp cận toàn diện, kết hợp chặt chẽ giữa chính sách, đào tạo, hỗ trợ và xúc tiến thương mại, cũng như những vướng mắc được tháo gỡ kịp thời. Chương trình OCOP của tỉnh nhà sẽ mở ra hướng đi bền vững cho nông nghiệp Bắc Giang.

Không chỉ dừng lại ở việc nâng tầm đặc sản địa phương, chương trình còn góp phần hình thành hệ sinh thái nông thôn mới năng động, hiện đại và giàu bản sắc.

Agribank Nam Thanh Hóa: Xây dựng hình ảnh “Ngân hàng vì cộng đồng”

LÊ VIỆT

Với mục tiêu đồng hành và phát triển cùng “tam nông”, Agribank Chi nhánh Nam Thanh Hóa không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, mở rộng quy mô hoạt động, góp phần quan trọng vào phát triển kinh tế địa phương. Không chỉ là đối tác tài chính tin cậy của người dân và doanh nghiệp, chi nhánh còn là một trong những đơn vị tiên phong trong công tác an sinh xã hội tại khu vực phía Nam tỉnh Thanh Hóa.



Agribank Chi nhánh Nam Thanh Hóa là Đơn vị loại I, hạng 1 trực thuộc Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank), được thành lập và đi vào hoạt động từ ngày 1/1/2019. Trụ sở đặt tại số 56, khu phố 2, thị trấn Tân Phong, huyện Quảng Xương.

Mạng lưới hoạt động bao gồm 20 chi nhánh loại II và phòng giao dịch trực thuộc, cùng 22 máy ATM được phân bố khắp 7 huyện, thị xã, thành phố khu vực phía Nam tỉnh Thanh Hóa: Quảng Xương, Nghi Sơn, Nông Cống, Như Thanh, Như Xuân, Thường Xuân và TP Thanh Hóa.

Hiện nay, chi nhánh có trên 360 cán bộ, nhân viên, lao động. Hội sở chi nhánh loại I gồm 6 phòng nghiệp vụ, 8 chi nhánh loại II và 11 phòng giao dịch trực thuộc.

Bám sát định hướng phát triển kinh tế - xã hội địa phương, Agribank Nam Thanh Hóa đã tập trung đẩy mạnh cho vay phục vụ “tam nông”- Nông nghiệp, nông dân, nông thôn. Ngân hàng đã triển khai nhiều giải pháp linh hoạt, thiết thực, giúp người dân, doanh nghiệp tiếp cận nguồn vốn để ổn định sản xuất kinh doanh.

Nhờ đó, chi nhánh đang phát triển nhanh, an toàn và hiệu quả. Hiện chi nhánh huy động hơn

17.500 tỷ đồng nguồn vốn; dư nợ hơn 20.000 tỷ đồng, với hơn 500.000 khách hàng gửi tiền, vay vốn và sử dụng dịch vụ tại Agribank Nam Thanh Hóa.

Hàng năm, chi nhánh luôn hoàn thành vượt mức các chỉ tiêu kinh doanh, được xếp loại đơn vị hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ. Trong hai năm liên tiếp 2023-2024, chi nhánh được Hội đồng thành viên Agribank xếp thứ Ba toàn hệ thống. Đơn vị xuất sắc 6 năm liên tiếp (2019-2024).

Agribank Nam Thanh Hóa cũng là đơn vị tiên phong trong hoạt động an sinh xã hội. Trong hơn 6 năm qua, chi nhánh đã dành nhiều kinh phí cho giáo dục, hỗ trợ người nghèo, tặng quà Tết cho gia đình chính sách, xây nhà tình nghĩa, hỗ trợ người dân bị thiên tai, dịch bệnh, ủng hộ Quỹ phòng chống COVID-19...

Tổng số tiền chi cho các hoạt động vì cộng đồng đến nay lên đến 25 tỷ đồng. Điều đó góp phần lan tỏa hình ảnh một Agribank gắn bó với cộng đồng, thể hiện rõ vai trò một ngân hàng vì sự phát triển bền vững của địa phương.



Toàn cảnh Bãi biển Mũi Nai nhìn từ trên cao. Ảnh: Nguyễn Tuấn.

Hà Tiên ngày càng hấp dẫn thu hút khách du lịch trong và ngoài nước

HOÀNG NGHIỆP

Năm 2025 Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Du lịch Hà Tiên không ngừng đổi mới sáng tạo, chủ động vạch ra kế hoạch hướng đi xác định đánh giá trong năm 2025, đưa các sản phẩm OCOP vào trung tâm tham gia hội chợ triển lãm gắn với quảng bá du lịch Hà Tiên.

5 tháng đầu năm, Hà Tiên thu hút hơn 1,6 triệu lượt khách

Hà Tiên là vùng đất miền Tây Nam bộ, nổi tiếng với vẻ đẹp đa dạng và phong phú được ví như Việt Nam thu nhỏ, với đầy đủ núi sông, hang động, biển đảo và biên giới. Hà Tiên có sự kết hợp độc đáo giữa cảnh quan tự nhiên hùng vĩ và những nét văn hóa lịch sử đặc sắc. Với những địa danh nổi tiếng như: lăng Mạc Cửu, đầm Đông Hồ, núi Đá Dựng, Thạch Động, bãi tắm Mũi Nai, đảo Hải Tặc, núi Đền... tạo cho Hà Tiên vừa nên thơ vừa yên bình tĩnh lặng, ở nơi đây thật sự cuốn hút du khách khắp nơi đến tìm đến chiêm bái và tham quan.

Theo Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Du lịch Hà Tiên, qua 1 năm thực hiện nhiệm vụ, đơn vị luôn nỗ lực để thực hiện đạt các chỉ tiêu, kế hoạch đề ra. Việc ứng dụng khoa học công nghệ, tiện ích các ứng dụng trên nền tảng số, các trang mạng xã hội trong xúc tiến, quảng bá thương mại và du lịch đã có bước phát triển khách quan, đưa hình ảnh và thông tin thương mại và du lịch của Hà Tiên đến với người tiếp cận một cách nhanh chóng và hiệu ứng hiệu quả, mở rộng đối tượng tiếp cận so với hình thức xúc tiến thông qua hội thảo, hội chợ và triển lãm trưng bày.

Theo đó, đơn vị tích cực cải cách trong quảng bá, xúc tiến du lịch,

ứng dụng, khai thác công nghệ thông tin đối với công tác xúc tiến. Phối hợp cung cấp thông tin đến du khách thông qua trang thông tin điện tử của trung tâm; thông tin trên website dulichhatien.com.vn, trang thông tin điện tử Hà Tiên; trang fanpage facebook Dulichhatien.com.vn... Đồng thời, phối hợp các blogger, youtuber xây dựng các video giới thiệu cảnh đẹp, món ăn, đặc sản Hà Tiên và triển khai các bài viết về du lịch địa phương đăng trên các báo online.

Kết quả năm 2024, các khu, điểm du lịch do Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Du lịch Hà Tiên quản lý như: Di tích thắng cảnh Mũi Nai, Thạch Động, núi Đá Dựng đón tiếp khoảng 1.360.971 lượt khách vào tham quan (tăng 1,37 % so với cùng kỳ; vượt 0,8% so với kế hoạch nghị quyết chi bộ đề ra). Tổng doanh thu hơn 32 tỷ đồng (tăng 2,2 % so với cùng kỳ; vượt 12,28 % so với kế hoạch năm).

Trong 5 tháng đầu năm 2025, lượng khách du lịch đến với Hà Tiên đạt 1.647.574 lượt khách (đạt 46%, so với kế hoạch đề ra là 3.575.000 lượt khách).

Đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại - du lịch

Trao đổi với Doanh nghiệp Việt Nam về hoạt động xúc tiến thương mại và du lịch trong năm 2025, bà Nguyễn Thị Mộng Quyên - Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại- Du lịch TP Hà Tiên cho biết, đơn vị tiếp tục phối hợp tạo điều kiện kết nối đưa sản phẩm OCOP như: tiêu xay Hoàng Dũ, cá khô Lò Tó, Cà Xiu muối; các sản phẩm được công nhận nhãn hiệu tập thể như: tôm khô, khoai lang Mỹ Đức và các sản phẩm được công

nhận nghề truyền thống là mắm Cá Trích Thuận Yên tham gia các hội chợ triển lãm trong và ngoài tỉnh. Đồng thời, hỗ trợ các chủ thể sản xuất doanh nghiệp có sản phẩm tiềm năng tham gia chương trình OCOP và tiếp tục phát triển của hoạt động văn phòng Hello Hà Tiên hỗ trợ các hộ sản xuất giới thiệu sản phẩm.

Song song đó, tiếp tục tạo điều kiện đưa sản phẩm OCOP tham gia và tổ chức trưng bày, giới thiệu sản phẩm đặc trưng, sản phẩm dịch vụ du lịch trên địa bàn thành phố nhân dịp các sự kiện, lễ hội lớn của địa phương như: lễ hội kỷ niệm thành lập Tao Đàn Chiêu Anh Các (1736 - 2025), lễ hội truyền thống kỷ niệm ngày mất bà Mạc Mi Cô (1763 - 2025) và các sự kiện khác mà địa phương tham gia trong và ngoài tỉnh.

Về công tác tác du lịch, trung tâm tiếp tục chú trọng đầu tư, xây dựng công nghệ số hóa . Trung tâm đã thực hiện phối hợp các đơn vị chuyên môn mở rộng các nền tảng xã hội, nhằm cung cấp thông tin đến du khách thông qua trang thông tin điện tử Trung tâm Xúc tiến Đầu tư - Thương mại và Du lịch tỉnh Kiên Giang thông tin trên website dulichhatien.com.vn; trang thông tin điện tử Hà Tiên; trang fanpage Facebook (Dulichhatien.com.vn). Phối hợp các blogger, youtuber xây dựng các video giới thiệu cảnh đẹp, món ăn, đặc sản Hà Tiên; các bài viết về du lịch địa phương đăng trên các phương tiện truyền thông trung ương và địa phương để du khách truy cập nhanh chóng dễ dàng.

Ngoài ra, đơn vị đã đẩy mạnh tham gia liên kết xúc tiến thương mại, quảng bá du lịch ở các hội nghị, hội thảo trong và ngoài tỉnh.

Thông qua những sự kiện và hoạt động quảng bá tại hội thảo và hội nghị là dịp để kết nối với các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh; hình ảnh Hà Tiên, thông tin các sản phẩm, dịch vụ du lịch của Hà Tiên đã được tiếp cận với đông đảo du khách trong và ngoài nước.

“Hướng đến từ năm 2025 và các năm tiếp theo, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Du lịch Hà Tiên luôn phấn đấu đổi mới sáng tạo đề ra nhiều chương trình phù hợp với tình hình địa phương, chia sẻ đồng hành hợp tác cùng các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh tạo ra sản phẩm mang lại giá trị dịch vụ du lịch chất lượng cao nhằm đáp ứng phục vụ ngày càng tốt hơn cho cộng đồng khách du lịch, luôn phấn đấu là điểm đến hấp dẫn chất lượng cao.

Cùng với đó, TP Hà Tiên xác định chiến lược phát triển kinh tế biển gắn với du lịch bền vững từ 2030 tầm nhìn đến 2045. Thành Ủy Hà Tiên đã ban hành nhiều chương trình hành động, quán triệt triển khai sâu rộng đến mọi cấp mọi người dân tầm quan trọng ý nghĩa thế mạnh của ngành du lịch Hà Tiên gắn liền với phát triển kinh tế biển.

Hiện, Hà Tiên đã và đang thúc đẩy phát triển nhanh chóng nhiều dự án hạ tầng giao thông, bến cảng được khang trang thông thoáng sạch đẹp hơn. Hạ tầng nội ô kết nối các vùng phụ cận đến các tuyến quốc lộ. Các điểm du lịch đang từng ngày thay đổi, nâng cao về chất lượng phục vụ nhằm mục tiêu cho chiến lược dài hơi góp phần phát triển kinh tế thương mại du lịch Hà Tiên ngày càng hấp dẫn và bền vững”, Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Du lịch TP Hà Tiên kỳ vọng.

BỆNH VIỆN NHI THANH HÓA



Với quy mô 750 giường bệnh, Bệnh viện Nhi Thanh Hóa đã khẳng định được vị thế là một cơ sở y tế chuyên khoa uy tín, không ngừng đổi mới và phát triển. Nhiều dịch vụ, kỹ thuật cao, hiện đại đã được triển khai hiệu quả, mang lại kết quả điều trị tích cực cho người bệnh.

Trong năm 2024, bệnh viện tiếp tục đẩy mạnh ứng dụng các kỹ thuật chuyên sâu trong chẩn đoán và điều trị. Đặc biệt, tinh thần và thái độ phục vụ của đội ngũ cán bộ, nhân viên y tế có nhiều chuyển biến rõ rệt theo hướng tích cực. Những bức xúc từ phía người dân giảm đáng kể, công tác khám chữa bệnh được bảo đảm thực hiện đúng theo chủ trương của Đảng và quy định của pháp luật Nhà nước.

Nhiều kết quả nổi bật trong năm 2024

- Tổng số lượt khám bệnh đạt 211.059 lượt, tương đương 95,9% kế hoạch năm và đạt 100,4% so với cùng kỳ.
- Số bệnh nhân điều trị nội trú là 63.260 lượt, đạt 102,3% kế hoạch và bằng 103,3% so với cùng kỳ.
- Số ngày điều trị trung bình đạt 6,2 ngày; tỷ lệ chuyển tuyến ở mức 1,3% (kế hoạch là 1,2%).
- Tổng số ca phẫu thuật đạt 9.806 ca, tương đương 112,1% kế hoạch năm.

Liên tục triển khai kỹ thuật mới, nâng cao chất lượng chuyên môn

Bệnh viện đã làm chủ và đưa vào triển khai hàng loạt kỹ thuật mới, trong đó có nhiều kỹ thuật chuyên sâu:

- Phẫu thuật nội soi não ung thủy bằng ống soi mềm
- Phẫu thuật nội soi cắt nang và chỏm nang thận
- Cắt hẹp bao quy đầu bằng dụng cụ Stapler
- Phẫu thuật kết hợp xương cho bệnh nhân gãy cổ xương đùi
- Phẫu thuật lồng ngực bằng nội soi
- Hoàn thiện kỹ thuật phẫu thuật tim hở ít xâm lấn
- Điều trị một số bệnh ung thư ở trẻ em
- Khám và điều trị bệnh vông mạc ở trẻ sinh non bằng tiêm Avastin
- Định lượng yếu tố dạng thấp RF

Bên cạnh đó, bệnh viện cũng phối hợp hiệu quả với các tổ chức quốc tế như Children Action, Smile Train trong nhiều đợt chuyển giao kỹ thuật, khám và điều trị miễn phí cho trẻ em mắc các dị tật bẩm sinh như khe hở môi, hở vòm...

Chỉ số hài lòng cao, xứng đáng là địa chỉ tin cậy

Kết quả khảo sát trong năm 2024 cho thấy:

- Tỷ lệ hài lòng của người bệnh nội trú đạt 96,4%
 - Tỷ lệ hài lòng của người bệnh ngoại trú đạt 96,6%
 - Tỷ lệ hài lòng của cán bộ, nhân viên y tế đạt 95,9%
- Với những thành tích nổi bật, nhiều tập thể và cá nhân của Bệnh viện Nhi Thanh Hóa đã vinh dự được nhận bằng khen, giấy khen và danh hiệu lao động xuất sắc, chiến sĩ thi đua các cấp từ Chính phủ, UBND tỉnh và Sở Y tế.



KẾT NỐI

Chúc mừng **Ngày Báo chí**
Cách mạng Việt Nam 21/06



Cửu Long Corporation: Giải pháp kinh doanh vận tải toàn diện

THÚY AN

Công ty Cổ phần Đầu tư Cửu Long Corporation (Cửu Long Corporation) là đơn vị vận hành hệ thống hợp tác xã vận tải, chuyên cấp phù hiệu xe kinh doanh theo hợp đồng, xe tải, xe container và là đối tác hàng đầu cung cấp các giải pháp kinh doanh xe công nghệ như: Grab, be, Xanh SM... cho cá nhân và doanh nghiệp.



Ông Trương Nhật Thy
Giám đốc Trung tâm kinh doanh, Công ty Cổ phần Đầu tư Cửu Long Corporation.

Gia tăng thu nhập

Nghị định 86/NĐ-CP về kinh doanh và điều kiện kinh doanh vận tải bằng xe ô tô cho thấy, vai trò, lợi ích của các hợp tác xã vận tải có thể kể đến như: giúp xã viên dễ dàng làm các giấy tờ kinh doanh vận tải cần thiết như phù hiệu xe, giấy phép kinh doanh vận tải... Việc tham gia hợp tác xã vận tải giúp các chủ xe phát huy được nguồn lực tập thể, sử dụng danh nghĩa của hợp tác xã vận tải để xin các giấy tờ kinh doanh vận tải một cách hợp lệ.

Đồng thời, hợp tác xã cũng hỗ trợ quản lý giấy tờ, sổ sách kinh

doanh vận tải, đây cũng là những điều khiến nhiều công ty vận tải đầu đầu.

Được thành lập từ cuối năm 2016, Hợp tác xã Vận tải Cơ giới Cửu Long - một trong những hợp tác xã có quy mô lớn, thuộc quản lý của Cửu Long Corporation. Đây cũng là đối tác lâu đời của các nền tảng ứng dụng gọi xe công nghệ như VIVU, Grab tại TP Cần Thơ và các tỉnh, thành Tây Nam bộ. Đến nay, đơn vị cũng đã ký kết hợp tác kinh doanh cùng những thương hiệu mới như be, Xanh SM... với hơn 1.000 phương tiện đang hoạt động các loại hình vận tải khác nhau.

Nói về tính tiện ích khi gia nhập hợp tác xã, ông Nguyễn Văn Thanh, chủ nhà xe tại Cái Răng cho biết, ông có 3 chiếc 4 chỗ hiệu Toyota Vios, 2 chiếc 45 chỗ đều xin phù hiệu tại Cửu Long Corporation, ngoài việc đóng phí quản lý hàng năm thì những công việc khác như ký kết hợp đồng, lệnh vận chuyển hoặc xuất hóa đơn kê khai thuế thì có nhân viên bên hợp tác xã xử lý.

“Ngoài việc tập trung chất lượng phục vụ những hành khách của mình trước đây thì hợp tác xã cũng thường xuyên điều xe đi các tỉnh lân cận, riêng 3 chiếc xe Vios tôi có đăng ký chạy GrabCar nên khi không có khách thì tài xế bật app lên chạy, bữa nào không có tài thì cho báo hợp tác xã cung cấp lái xe chạy. Hiện, doanh thu của các xe bên tôi được gia tăng đáng kể so với trước đây. Sắp tới tôi cũng cũng đăng ký mua thêm xe điện để chạy dịch vụ Platform của Xanh SM”, ông Thanh tiết lộ.

Còn theo lái xe Lê Văn Huy (ngụ Ninh Kiều, TP Cần Thơ), trước đây ông chạy taxi cho một hãng xe truyền thống, khi biết Cửu Long Corporation tuyển dụng lái xe chạy GrabCar nên đăng ký thử, do không có xe nên tôi thuê xe của hợp tác xã chạy ăn chia, đến nay đã được hơn 5 năm. “Sau khi trừ chi phí thuê xe, xăng, phí app và thuế thì thu nhập hơn 10 triệu một tí, đó là tôi tranh thủ lúc cao điểm

mới chạy. Tuy thu nhập khiêm tốn, nhưng bù lại mình có thời gian rảnh làm việc khác mà còn có xe đi tới đi lui’, ông Huy nói.

Trải nghiệm xứng tầm

Trao đổi với Doanh nghiệp Việt Nam, ông Trần Nhật Thy - Giám đốc Trung tâm Kinh doanh Công ty Cổ phần Đầu tư Cửu Long Corporation cho biết, làm giấy phép kinh doanh vận tải là vấn đề khó khăn hiện nay cho cả các doanh nghiệp và những người tham gia kinh doanh vận tải.

Để có thể đáp ứng đủ điều kiện kinh doanh vận tải, cá nhân hay doanh nghiệp phải cần làm giấy phép vận tải và xin phù hiệu theo loại hình kinh doanh để gắn ngay trước xe, logo dán hông xe... kèm theo lệnh vận chuyển và theo nghị định 171/2013/NĐ - CP thì các tài xế xe tải phải trải qua lớp tập huấn nghiệp vụ và có thẻ tập huấn. Nếu thiếu một trong các loại giấy tờ này thì có thể bị xử phạt ở mức khá cao.

“Trên thực tế, chỉ có một số hợp tác xã vận tải lớn mới được phép cấp thẻ tập huấn. Vì vậy, lái xe hoặc các chủ xe cần cân nhắc và tìm hiểu thật kỹ trước khi chọn hợp tác xã vận tải để tham gia. Về lợi ích, hợp tác xã vận tải đem lại cho các doanh nghiệp, cá nhân kinh doanh vận tải là rất lớn. Một trong số đó là về mặt quản lý sổ sách, giấy tờ cần thiết để đáp ứng điều kiện kinh doanh.

Hợp tác xã vận tải sẽ thay các xã viên quản lý sổ sách, báo cáo



Nhân viên tư vấn trao phù hiệu, lệnh vận chuyển và các giấy tờ liên quan cho một lái xe vừa hoàn thành thủ tục tham gia hợp tác xã.

thuế, hoàn thuế, bảo hiểm... nên khi tham gia vào hợp tác xã vận tải các bạn không cần phải lo lắng về vấn đề sổ sách nữa. Đặc biệt, có nhiều hợp tác xã vận tải lớn còn có các chính sách ưu đãi như: hỗ trợ về hoàn thuế, chi phí kinh doanh, ưu đãi khi cần bảo dưỡng hay sửa xe tại các trung tâm sửa chữa của đối tác...”, Giám đốc Trung tâm Kinh doanh Cửu Long Corporation lý giải.

Nói về hoạt động của Cửu Long Corporation, ông Trần Nhật Thy cho biết thêm, chúng tôi là đơn vị cung cấp các giải pháp kinh doanh vận tải toàn diện cho cá nhân và doanh nghiệp, ngoài việc cấp phù hiệu theo loại hình kinh doanh, chúng tôi còn cung cấp các loại giấy tờ, dịch vụ khác như: tư vấn thành lập doanh nghiệp vận tải, lắp đặt thiết bị giám sát hành trình, bảo hiểm xe

cơ giới, tổng đài taxi, cho thuê xe/ lái xe, đăng kiểm hộ...

“Nếu bạn có các hợp đồng kinh doanh vận tải lớn, lượng xe nhiều, lợi nhuận cao và đều đặn thì nên mở công ty vận tải cũng như tự quản lý sẽ có lợi hơn. Còn nếu bạn chỉ tham gia kinh doanh vận tải cho cá nhân, mức độ nhỏ lẻ thì nên tham gia hợp tác xã vận tải để hỗ trợ các loại giấy tờ thủ tục.

Hiện, Cửu Long Corporation đang quản lý trên 5 hợp tác xã tại TP Hồ Chí Minh và các tỉnh, thành miền Tây với hơn 6.000 phương tiện đang hoạt động trong hệ thống, với tiêu chí lấy lái xe làm trọng tâm để phát triển dịch vụ. Vì vậy, khi các bác tài hay chủ xe khi tham gia hoạt động kinh doanh cùng chúng tôi sẽ có một trải nghiệm xứng tầm”, ông Trần Nhật Thy cam kết.

CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ CỬU LONG CORPORATION

Địa chỉ: Số 41, đường Nguyễn Hiền (KDC 91B), phường An Khánh, quận Ninh Kiều, thành phố Cần Thơ.

Điện thoại/ Zalo: 0567.217.217 - Tổng đài miễn cước: 1800.545479

Email: 247.cuulong@gmail.com - Website: cuulong.co

Đón bình minh, ngắm hoàng hôn từ tòa tháp đôi Thiên Quân - Marina Plaza

THÚY AN



KẾT NỐI

Tòa tháp đôi Thiên Quân - Marina Plaza với 2 khối nhà đối xứng (23 tầng nổi, 2 tầng hầm), được xem là một trong những công trình về nhà ở cao nhất thành phố Cần Thơ. Cư dân nơi đây sẽ đón ánh nắng mặt trời bình minh buổi sáng và ngắm mặt trời lặn sau buổi chiều hoàng hôn, mang đến một “thiên đường cuộc sống” giữa lòng Tây Đô.



Phối cảnh tổng thể, góc nhìn từ hướng Đông.

Viên ngọc xanh giữa lòng đô thị

Tọa lạc tại vị trí đắc địa trên hai trục đường Trần Bạch Đằng và Nguyễn Minh Quang (quận Ninh Kiều, TP Cần Thơ), đối diện Trường đại học Y dược và cách Cảng hàng không quốc

tế hơn 10 km. Thiên Quân - Marina Plaza với thiết kế gồm 20 căn hộ thương mại khối đế, 510 căn hộ tầng trên của 2 tòa tháp được thiết kế linh hoạt với diện tích căn hộ từ 42m² - 92m² và khối thương mại dịch vụ 5 tầng.

Nội thất mang hương hiện đại phù hợp với xu hướng hòa nhập của người Việt Nam với các tiện ích, dịch vụ được khép kín như: camera quan sát, bãi đỗ xe thông minh, bảo vệ an ninh khép kín 24/24, đội ngũ vận hành tòa nhà chuyên nghiệp...



Lễ ký kết hợp đồng mua bán căn hộ Thiên Quân - Marina Plaza.

Theo các kiến trúc sư, điều tâm đắc nhất ở tòa tháp này là các cư dân sẽ đón ánh nắng mặt trời bình minh buổi sáng và ngắm mặt trời lặn sau buổi chiều hoàng hôn, cùng cảm giác có hai mặt trời xuyên tâm qua tòa tháp đôi. Đây được xem là một trong những công trình về nhà ở cao nhất của Tây Đô, hứa hẹn sẽ trở thành một biểu tượng mới về không gian sống hiện đại, tiện nghi và bền vững, mang đến cuộc sống lý tưởng cho cư dân nơi đây.

Từ vị trí này, dự án sẽ được hưởng lợi khi các hạ tầng được hoàn thiện và đi vào hoạt động, điển hình như đường vành đai phía tây, dự án nâng cấp mở rộng Quốc lộ 91 (đoạn 7 km còn lại) dự kiến khởi công vào tháng 8/2025, cầu Trần Bạch Đằng nối khu dân cư Cửu Long. Cùng với đó, thị trường bất động sản hiện nay có nhiều thuận lợi khi nhu

cầu nhà ở vẫn còn lớn đặc biệt là trong thời gian sắp tới sẽ có sự dịch chuyển về dân cư sau khi sáp nhập, hợp nhất 3 tỉnh, thành: Cần Thơ, Sóc Trăng, Hậu Giang.

Giá trị cuộc sống trong kỷ nguyên vươn mình

Trong buổi mở bán vào ngày 26/5 vừa qua, ông Nguyễn Hiếu Học - Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Thiên Quân cho rằng, trong bối cảnh thị trường bất động sản đang ngày càng phát triển mạnh mẽ, nhu cầu về một không gian sống chất lượng, hiện đại và tiện nghi ngày càng được người dân quan tâm. Chính vì vậy, đơn vị đã nỗ lực không ngừng để kiến tạo nên dự án căn hộ chung cư cao cấp Thiên Quân - Marina Plaza - một tổ hợp căn hộ cao cấp được thiết kế theo tiêu chuẩn sống xanh - hiện đại - bền vững.

Dự án có tổng diện tích sàn xây dựng là gần 52.000 m², gồm 530 căn hộ cao cấp, trong đó có 310 căn hộ tại tháp đôi và 20 căn hộ khối đế. Quy mô dân số dự kiến 1.240 người. Các căn hộ được thiết kế gồm: căn hộ 1 phòng ngủ (48m²); căn hộ 2 phòng ngủ (60m²); căn hộ 3 phòng ngủ (82m²). Các sản phẩm này được Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam Chi nhánh Cần Thơ hỗ trợ vay vốn mua nhà lên đến 70% giá trị căn hộ. Đặc biệt, khoản vay được thế chấp bằng chính tài sản hình thành trong tương lai, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận, giảm áp lực tài chính khi sở hữu tổ ấm mơ ước.



Ông Nguyễn Hiếu Học - Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Thiên Quân
và bà Nguyễn Thị Thảo Quyên - Tổng giám đốc Công ty Cổ phần Thiên Quân.

“Đối với tôi giá trị cốt lõi thành công của dự án không phải là lợi nhuận, mà đó là những đứa con tinh thần, là viên gạch đầu tiên trong phát triển bất động sản và đặc biệt góp phần cho các cư dân có được nơi trở về sum họp gia đình sau một ngày làm

việc với đầy đủ tiện nghi mà dự án đem lại, với giá vừa túi tiền, phù hợp với khả năng của đa số người dân.

Đây cũng là động lực cho các doanh nghiệp bất động sản là môi trường pháp lý được cải

thiện, sau thành công ban đầu của dự án này, tương lai tập đoàn sẽ phát triển thêm những tòa nhà chung cư Thiên Quân tiếp theo trong lòng đô thị miền sông nước, thiết kế theo tiêu chuẩn sống xanh - hiện đại - bền vững mà Thiên Quân Group muốn góp phần tạo nên giá trị cuộc sống cho cư dân TP Cần Thơ trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc”, ông Nguyễn Hiếu Học chia sẻ.

Trong khi đó, các chuyên gia trong lĩnh vực bất động sản nhận định, trong bối cảnh thị trường bất động sản đang âm thầm, được đánh giá là đang bước qua giai đoạn khó khăn và có nền tảng pháp lý vững chắc để tiến tới một kỷ nguyên mới, dự án căn hộ chung cư cao cấp Thiên Quân - Marina Plaza là điểm sáng nổi bật trong lòng thành phố.

TÂN ĐÀO HOA ĐẢO

FOOD & BEER

NƠI TRẢI NGHIỆM KHÔNG GIAN ẨM THỰC ĐẶC SẮC TẠI CẦN THƠ

SÀNH MỎ THOÁNG MÁT

SÀNH TIỆC & HỘI NGHỊ

HỆ THỐNG CÁC PHÒNG VIP

OPEN: 09:30 AM - 04:00 AM. ĐỊA CHỈ: TRẦN QUANG KHÁI, CÃI KHÉ, NINH KIỀU, TP. CẦN THƠ. HOTLINE: 0922 09 09 79 - 0981 961 561.

Chào mừng
**NGÀY BÁO CHÍ
CÁCH MẠNG VIỆT NAM
21-6**



**CÔNG TY TNHH SX TM TƯ VẤN
TÂN MAI NINH**

- ✓ 652/10 QL 13, P. Hiệp Bình Phước, TP. Thủ Đức, TP. HCM
- ✓ MS Thuế: 0311730577
- ✓ Website: [www.tanmaininh genset.com](http://www.tanmaininhgenset.com)



Điện thoại:
+ 84 0286275 1887
091 707 2468



KẾT NỐI



CÔNG TY XỔ SỐ KIẾN THIẾT BẠC LIÊU



KẾT NỐI

XỔ SỐ KIẾN THIẾT BẠC LIÊU

*Kỷ Niệm 100 Năm Ngày Báo Chí
Cách Mạng Việt Nam
(21/6/1925 - 21/6/2025)*

XỔ SỐ KIẾN THIẾT “ÍCH NƯỚC LỢI NHÀ”

Website: <https://xsktbaclieu.vn> - Email: ctyxsl@gmail.com



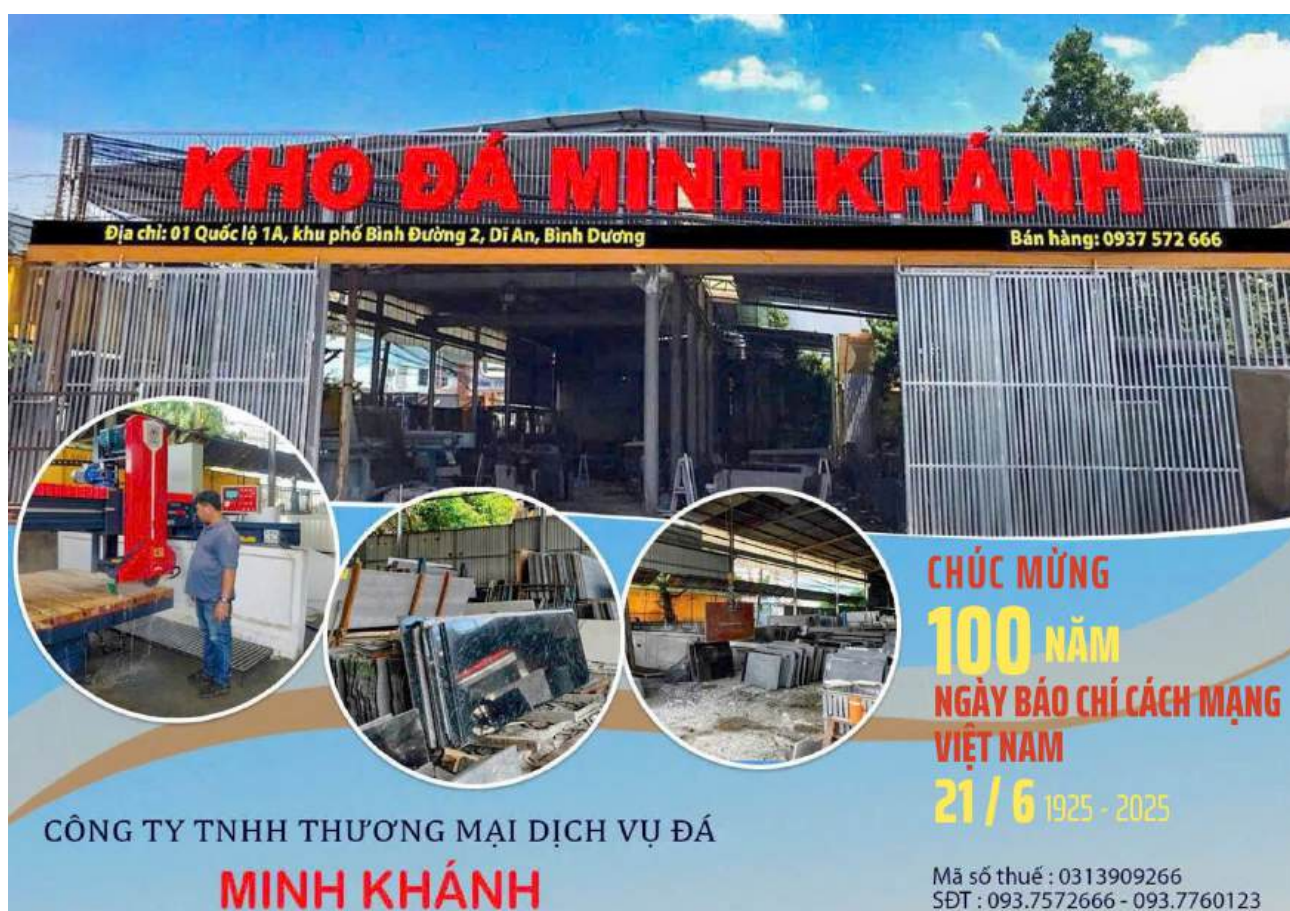
Chợ hải sản 79
ALWAYS FRESH AND DELICIOUS

Chợ hải sản 79 cung cấp sỉ, lẻ các loại hải sản tươi sống chất lượng, giá cả hợp lý. Với không gian hiện đại, dịch vụ chuyên nghiệp, giúp quý khách có một trải nghiệm đáng nhớ.

CÔNG TY TNHH CHỢ HẢI SẢN 79

MST: 0318727703 | 0784.28.79.79 – 0909.92.05.91

Số 58, Đường Lương Định Của, P. An Phú, TP. Thủ Đức, TP. Hồ Chí Minh



KHO ĐÁ MINH KHÁNH

Địa chỉ: 01 Quốc lộ 1A, khu phố Bình Đường 2, Dĩ An, Bình Dương | Bán hàng: 0937 572 666

**CHÚC MỪNG
100 NĂM
NGÀY BÁO CHÍ CÁCH MẠNG
VIỆT NAM
21/6 1925 - 2025**

**CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ ĐÁ
MINH KHÁNH**

Mã số thuế: 0313909266
SĐT: 093.7572666 – 093.7760123

CÔNG TY TNHH HỒNG ĐỨC

CHÚC MỪNG NGÀY

BẢO CHÍ CÁCH MẠNG VIỆT NAM

(21.6.1925 - 21.6.2025)

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 liền trong top 200 trường đại học xanh, phát triển bền vững - theo UI GreenMetric World University Rankings và Top 100 trường có ảnh hưởng và đóng góp tích cực cho xã hội - theo WURI Ranking; Trường đạt chuẩn kiểm 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 FIBAA, AUN, ABET.

FACEBOOK TUYÊN SINH TVU TIKTOK

Số 126 Nguyễn Thiện Thành - K4, P5, Tp. Trà Vinh, tỉnh Trà Vinh
Điện thoại: (+84).2943.855.216 *Fax: (+84).2943.855.217
Zalo: 0911292707 - Website: <https://tvu.edu.vn>
Email: tvu@tvu.edu.vn

**TÂN TÂM
MINH BẠCH
SÁNG TẠO
THÂN THIỆN**

309

CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ XÂY DỰNG
CÔNG TRÌNH GIAO THÔNG 309

CHÚC MỪNG
100 NĂM
NGÀY BẢO CHÍ CÁCH MẠNG VIỆT NAM
21 / 6 1925 - 2025

Ngành nghề kinh doanh
Xây dựng các công trình giao thông, cầu, đường
và các công trình đường sắt đường bộ khác.

02923.883.232 02923.763.432 6300 223664

Số LK5-03, F7, KDC 12A8, Võ Văn Kiệt
P. Long Hoà, Q. Bình Thủy, TP. Cần Thơ

Chúc mừng
NGÀY BẢO CHÍ
CÁCH MẠNG VIỆT NAM
21-6



CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN XỔ SỐ KIẾN THIẾT KIÊN GIANG

Số 94 đường 3 tháng 2, P. Vĩnh Thanh Vân, TP. Rạch Giá, tỉnh Kiên Giang
Điện thoại: (0297) 3873040 - 3873061 FAX: (0297) 3873040 - 3871000

Ngành nghề kinh doanh:

CÁC LOẠI HÌNH XỔ SỐ KIẾN THIẾT & IN ẮN

Chi nhánh Sài Gòn

Số 152 Lê Hồng Phong, P3, Q5, TP. Hồ Chí Minh
Điện thoại: (028) 39238468 - FAX: (028) 39238469

Chi nhánh Miền Đông

Số 1 Khu A Đường Trường Sơn, P15, Q10, TP. Hồ Chí Minh
Điện thoại/FAX: (028) 62647030

Chi nhánh Miền Tây

Số 16 Phạm Ngũ Lão, P. An Hòa, Q. Ninh Kiều, TP. Cần Thơ
Điện thoại: (0292) 3764182 - FAX: (0292) 3764183

Chi nhánh Phú Quốc

Số 32 Mạc Thiên Tích, P. Dương Đông, TP. Phú Quốc, tỉnh Kiên Giang
Điện thoại: (0297) 3847639 - FAX: (0297) 3847638



MUA VÉ SỐ KIÊN GIANG LÀ GÓP PHẦN XÂY DỰNG CÁC CÔNG TRÌNH PHÚC LỢI XÃ HỘI
Khuyến cáo: Tham gia mua xổ số vừa ích nước, vừa lợi nhà nhưng bạn không thể làm giàu từ mua xổ số



XÂY DỰNG - PHÁT TRIỂN - THÁP SÁNG NIỀM TIN

CHÚC MỪNG
100**NĂM**
NGÀY BẢO CHỈ
CÁCH MẠNG
VIỆT NAM
21-6
1925 - 2025



**KHI CÓ BẤT CỨ NHU CẦU NÀO VỀ ĐIỆN,
VUI LÒNG LIÊN HỆ CHÚNG TÔI**



TỔNG ĐÀI CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG 24/7
19001006 - 19009000

Website: <https://cskh.evnspsc.vn> - Email: cskh@evnspsc.vn