

THƯƠNG HIỆU VIỆT

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

*Kỷ niệm Ngày Giải phóng miền Nam (30/4)
và Quốc tế Lao động (1/5)*



Gỡ nút thắt **NHÂN LỰC**
để doanh nghiệp Việt
HIỆN THỰC HÓA ESG



CÔNG TY CỔ PHẦN XÂY DỰNG THƯƠNG MẠI NB



05 Tổng Hữu Định – Phường An Khánh – TP Hồ Chí Minh

Chào mừng

51
NĂM

**NGÀY GIẢI PHÓNG MIỀN NAM
THỐNG NHẤT ĐẤT NƯỚC**

30/4/1975 - 30/4/2026



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 45, 46, 47 tháng 4 năm 2026
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 ĐỨC

Mỹ thuật
GIA LINH

Địa chỉ
A1.4 (A5A) Khu liên kế, 671 Hoàng Hoa Thám,
phường Ngọc Hà, TP Hà Nội

Email
banbientap@doanhnghiepvn.vn

Hotline
024 2216 9595

ẤN PHẨM ĐIỆN TỬ DOANH NGHIỆP VIỆT NAM



ISSN 2815 - 6250

www.doanhnghiepvn.vn

In tại Công ty Cổ phần In Công đoàn Việt Nam

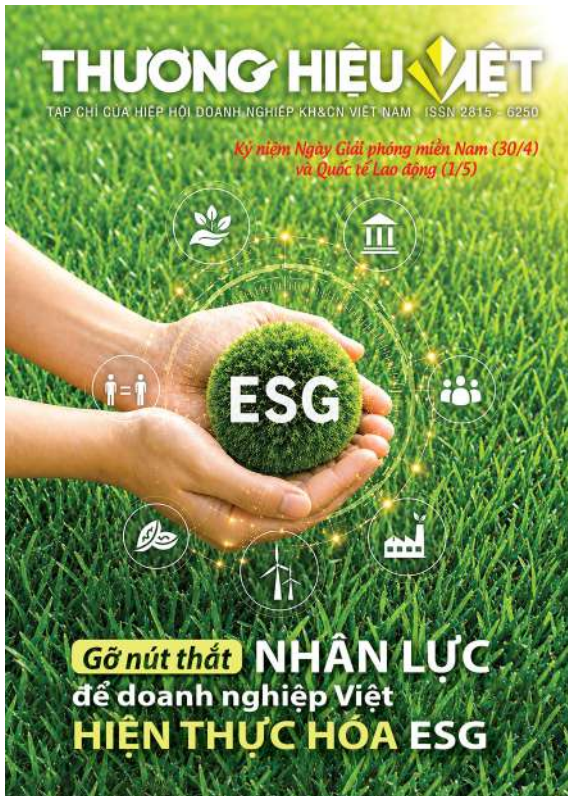
Giá: 86.000đ



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



TRONG SỐ NÀY



THỜI CUỘC & KINH DOANH

Gỡ nút thắt nhân lực để doanh nghiệp Việt hiện thực hóa ESG	6
Xây dựng hệ sinh thái ESG cho SME: Cần lực kéo từ doanh nghiệp lớn và hệ sinh thái hỗ trợ hiệu quả	9
Nghịch lý đông nhưng chưa mạnh	12
Nâng cao năng lực doanh nghiệp tham gia thị trường carbon	15
6 nhóm chính sách hỗ trợ doanh nghiệp tiên phong	18

NGHIÊN CỨU & TRAO ĐỔI

Ba nhóm chính sách liên kết doanh nghiệp nhỏ và vừa với hợp tác xã	20
Giá điện khó giảm, điện mặt trời mái nhà thành giải pháp cấp thiết	23



Đề xuất không tăng thêm thủ tục với thương mại điện tử	26
Cải cách thủ tục thuế hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa.....	28

KINH TẾ SỐ

Ứng dụng AI tại doanh nghiệp: Từ động lực tăng trưởng đến quản trị rủi ro	30
Hà Tiên bút tốc chuyển đổi số	32
Khoa học - công nghệ và chuyển đổi số trở thành trung tâm của mô hình tăng trưởng kinh tế mới	34

THƯƠNG HIỆU

Doanh nhân Lê Quang Việt: Chọn lối đi riêng cho trâm hương Việt	36
Doanh nghiệp thương hiệu quốc gia: Phát triển mạnh về bề rộng nhưng thiếu chiều sâu	39
Khai thác chiều sâu văn hoá để nâng tầm thương hiệu Việt.....	42



Doanh nghiệp cần gì để xây dựng thương hiệu ở tầm vóc quốc gia và toàn cầu?	44
--	----

DOANH NGHIỆP VÀ DOANH NHÂN

Tỷ phú nông dân miền Tây: Bản lĩnh từ số không và tư duy đổi mới	46
Doanh nghiệp Nghệ An chủ động chuyển đổi xanh, tiết kiệm nhiên liệu.....	50
Đà Nẵng: Môi trường đầu tư ngày càng ổn định, minh bạch.....	53
Xem nhẹ sở hữu trí tuệ, doanh nghiệp khó tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu.....	55
An toàn số: Điều kiện tiên quyết để doanh nghiệp phát triển bền vững	57
Hoàn thiện thể chế, khơi thông nguồn lực cho tăng trưởng xanh	59
Thị trường AI ngành thực phẩm phát triển “bùng nổ”....	62
Hoàn thiện Luật Hải quan: Cần giảm chi phí tuân thủ, đồng bộ kiểm tra chuyên ngành	64
Loạt rào cản khiến nông nghiệp số, nông nghiệp xanh ‘khát’ vốn	66

KẾT NỐI

Cà Mau: Xã Phước Long khởi sắc sau hợp nhất.....	69
Cà Mau: Phường Giá Rai từng bước vươn mình.....	72

GỠ NÚT THẮT NHÂN LỰC ĐỂ DOANH NGHIỆP VIỆT HIỆN THỰC HÓA ESG

HIỀN THẢO



Bà Nguyễn Cẩm Chi
Tư vấn trưởng Khối Tư vấn phát triển bền vững
của MCG Management Consulting. Ảnh: ACCA

Khi ESG dần trở thành điều kiện bắt buộc trong bối cảnh chuyển đổi xanh, các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) tại Việt Nam buộc phải thích ứng nếu muốn tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu và tiếp cận nguồn vốn ưu đãi. Tuy nhiên, rào cản lớn hiện nay lại đến từ tình trạng thiếu hụt nghiêm trọng nguồn nhân lực có khả năng triển khai thực tế.

Nhiều hướng dẫn, thiếu nhân lực triển khai

Tại chương trình: “Triển khai xây dựng Sổ tay Hướng dẫn Thực hành Báo cáo Phát triển bền vững cho SME” do Hiệp hội Kế toán Công chứng Anh quốc (ACCA) phối hợp với Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam (VINASME) và Công ty Kiểm toán KPMG tổ chức mới đây, bà Nguyễn Cẩm Chi - Tư vấn trưởng Khối Tư vấn phát triển bền vững của MCG Management Consulting - cho biết thực trạng chung của phần lớn doanh nghiệp SME tại Việt Nam là sự lúng túng khi tiếp cận với các yêu cầu về báo cáo phát triển bền vững.

“Khi chúng tôi đi tư vấn cho từng doanh nghiệp về báo cáo phát triển bền vững, họ cho biết, doanh nghiệp không có người làm. Hơn nữa, muốn làm cũng không biết làm theo khung nào, sổ tay nào”, bà Chi thẳng thắn chia sẻ.

Theo bà Chi, trên thị trường hiện không thiếu các bộ khung hay sổ tay hướng dẫn báo cáo phát triển bền vững nhưng vấn đề cốt lõi là không có người đủ năng lực triển khai các bộ sổ tay đó.

Cùng quan điểm này, chuyên gia Nguyễn Ngọc Thành - CEO, Baker Tilly A&C Consulting nhận xét về thái độ của các doanh nghiệp SME: “Họ không phải không quan tâm. Họ rất quan tâm, nhưng không biết bắt đầu từ đâu”.

Do giới hạn về nguồn lực, việc thành lập riêng một bộ phận chuyên trách về ESG hay tuyển dụng một giám đốc phụ trách

phát triển bền vững gần như là điều bất khả thi đối với các SME. Nếu chỉ áp dụng một cách máy móc mà không có người thực sự am hiểu, báo cáo ESG sẽ chỉ mang tính chất đối phó và không tạo ra giá trị bền vững cho tổ chức.

Lấy thực hành làm trọng tâm, tận dụng nhân sự sẵn có

Từ góc độ chuyên gia tư vấn ESG, để giải quyết bài toán này, bà Cẩm Chi cho rằng công tác tư vấn phải đi liền với đào tạo nội bộ (in-house training) để chính nhân sự của doanh nghiệp tự tay thực hiện. Theo bà, chiến lược đào tạo này cần hướng tới các nhóm đối tượng cụ thể với những yêu cầu khác nhau.

Trước hết, điểm khởi đầu cần đến từ giới chủ (những người lãnh đạo). Sự thay đổi phải bắt nguồn từ nhận thức của đội ngũ lãnh đạo. Bản chất vấn đề cần được họ hiểu rõ, đồng thời phải cam kết làm gương và tích hợp ESG vào chiến lược kinh doanh. Thực tế chứng minh, nếu không có sự cam kết của người chủ, các báo cáo phát triển bền vững thường bị “đứt gánh” chỉ sau một vài năm thực hiện.

Bên cạnh đó, theo các chuyên gia, nhân viên công ty thời nay cần được trang bị “Green skills” và “Transformation skills”.

“Green skills được hiểu là trong tất cả mọi công việc, nhân sự cần hiểu rõ cách tạo ra tác động tích cực trong chính công việc chuyên môn của mình. Ví dụ, ở phòng Nhân sự, nhân viên phải hiểu về câu chuyện quyền con người, về mức lương đủ sống”, bà Cẩm Chi giải thích.

“

ESG, viết tắt của Environmental (Môi trường), Social (Xã hội) và Governance (Quản trị), là một bộ tiêu chuẩn toàn diện dùng để đánh giá tác động của doanh nghiệp đến môi trường tự nhiên, xã hội và cách thức quản lý doanh nghiệp.





GS.TS Nguyễn Thị Hương Liên - Giảng viên Tài chính, VinUni. Ảnh: ACCA

“Kỹ năng chuyển đổi” (Transformation skills), nhằm chuyên hóa kiến thức thành công việc thực tế, có giá trị, có thể kiểm chứng để phục vụ công tác kiểm toán sau này, cũng cần được lan tỏa.

Ngoài ra, theo các chuyên gia, thay vì tìm kiếm nhân sự mới, doanh nghiệp nên khai thác tối đa đội ngũ tài chính kế toán, đặc biệt là kế toán trưởng.

“Kế toán viên là người nắm giữ hệ thống dữ liệu kinh doanh. Họ chỉ cần được hướng dẫn thêm một bước để chuyển đổi các dữ liệu có sẵn thành dữ liệu ESG, phục vụ quản trị rủi ro”, ông Nguyễn Viết Thịnh - Tổng Giám đốc CGS Việt Nam, thành viên Hội đồng bình chọn Báo cáo Phát triển bền vững VLCA - cho biết.

Dù có các giải tình thế, nhưng theo các chuyên gia, doanh nghiệp vẫn cần có những cá nhân được đào tạo chuyên sâu, bài bản, có tư duy logic và hệ thống để có thể đọc hiểu, áp dụng và nâng cấp các thực hành ESG đáp

ứng tiêu chuẩn khắt khe của đối tác nước ngoài.

Đưa thực tiễn ESG vào giảng đường đại học

Nếu như doanh nghiệp có thể giải quyết bài toán ngắn hạn bằng đào tạo nội bộ, thì về dài hạn, nguồn cung nhân lực phải đến từ các cơ sở đào tạo. Nhận thức được sự thiếu hụt nguồn cung nhân sự cho thị trường, các trường đại học cũng đang tích cực triển khai. Hiện nay, mức độ quan tâm của sinh viên đối với lĩnh vực này đang gia tăng rõ rệt. Nhiều cơ sở giáo dục đại học cũng đã tìm hiểu và nghiên cứu bài bản về ESG.

Thay vì mất thời gian mở một chuyên ngành hoàn toàn mới, giải pháp hiện tại của các trường là tích hợp kiến thức ESG (như đạo đức kinh doanh, tư duy chuyển đổi) vào chuẩn đầu ra của các chương trình đào tạo hiện hữu. Để bù đắp sự thiếu hụt về công cụ thực hành cụ thể, giảng viên đang sử dụng chính các chứng chỉ quốc tế uy tín làm tài liệu hướng dẫn.

Đặc biệt, phương pháp đào tạo đang được chuyển hướng mạnh mẽ sang tính “thực chiến”. “Nhà trường liên tục mời các chuyên gia trong ngành (Industry Experts/Guest Speakers) đến chia sẻ các tình huống thực tế. Hơn thế nữa, sinh viên được kết nối trực tiếp với các chương trình thực tập tại doanh nghiệp, nơi các em được trực tiếp làm những công việc như thu thập, đo lường phát thải khí nhà kính và đưa dữ liệu lên hệ thống quản trị”, PGS. TS Nguyễn Thị Hương Liên - Giảng viên Tài chính, VinUni chia sẻ cách mà ngôi trường này đang triển khai dạy sinh viên về thực hành ESG.

Các chuyên gia giáo dục khẳng định, việc thúc đẩy đào tạo và cấp các chứng chỉ quốc tế về phát triển bền vững cho thế hệ trẻ chính là nền tảng quan trọng nhất để tạo ra nguồn nhân lực chất lượng cao.

Sự chuyển dịch sang nền kinh tế xanh không thể thành công nếu chỉ dựa trên những bộ tiêu chuẩn nằm trên giấy. Trọng tâm của mọi chiến lược ESG cuối cùng vẫn không thể thiếu yếu tố con người. Việc kết hợp song song giữa giải pháp ngắn hạn (đào tạo thực chiến ngay tại doanh nghiệp cho ban lãnh đạo và nhân sự nòng cốt) và giải pháp dài hạn (đưa thực hành ESG vào giảng đường đại học) sẽ tạo ra một hệ sinh thái nhân sự vững chắc.

Chỉ khi giải quyết được tận gốc “con khát” nhân lực này, các doanh nghiệp Việt Nam mới có đủ nội lực để tuân thủ luật chơi quốc tế, thu hút dòng vốn xanh và tự tin bước vào chuỗi cung ứng toàn cầu.

XÂY DỰNG HỆ SINH THÁI ESG CHO SME:

CẦN LỰC KÉO TỪ DOANH NGHIỆP LỚN VÀ HỆ SINH THÁI HỖ TRỢ HIỆU QUẢ



THU THẢO

Trong bối cảnh ESG đang trở thành yếu tố ngày càng quan trọng, các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) tại Việt Nam gặp nhiều khó khăn do hạn chế về nguồn lực. Chính vì vậy, việc hình thành một hệ sinh thái hỗ trợ toàn diện, với sự tham gia và dẫn dắt của các doanh nghiệp lớn, được xem là hướng đi cần thiết. Liên quan đến vấn đề này, ông Tô Quốc Hưng - Giám đốc Quốc gia ACCA Việt Nam đã chia sẻ những góc nhìn đáng chú ý.





Ông TÔ QUỐC HƯNG
Giám đốc Quốc gia ACCA Việt Nam
Ảnh: ACCA

Thưa ông, nhiều ý kiến cho rằng SME đang gặp rất nhiều khó khăn khi triển khai ESG. Theo ông, các doanh nghiệp lớn, tập đoàn lớn có thể hỗ trợ SME như thế nào trong hành trình này?

Ông Tô Quốc Hưng: Các doanh nghiệp lớn và tập đoàn đa quốc gia đóng vai trò như những “đầu tàu” dẫn dắt và hoàn toàn có thể hỗ trợ SME thông qua nhiều cách thức thiết thực.

Thứ nhất là chia sẻ tiêu chuẩn và yêu cầu ESG trong chuỗi cung ứng từ các nhà mua hàng quốc tế lớn, giúp SME có định hướng rõ ràng thay vì phải tự tìm hiểu.

Thứ hai là hỗ trợ đào tạo và chuyển giao kinh nghiệm. Những doanh nghiệp lớn và tập đoàn không chỉ đưa ra yêu cầu mà còn đào tạo, huấn luyện để SME hiểu

và áp dụng ESG một cách thực tiễn nhất.

Thứ ba, các doanh nghiệp lớn có thể cung cấp hoặc giới thiệu giải pháp công nghệ nhằm giảm chi phí ban đầu cho SME khi triển khai ESG.

Cuối cùng, doanh nghiệp lớn có thể tạo động lực kinh doanh cho SME thông qua việc ưu tiên ký kết hợp đồng với các đối tác đáp ứng tiêu chuẩn ESG. Lợi ích kinh tế là một trong những động lực lớn nhất để SME triển khai ESG.

Hiện nay, nhiều tập đoàn lớn tại Việt Nam đã bắt đầu ý thức được vai trò này. Lý do rất đơn giản: nếu SME (trong vai trò nhà cung cấp) không tham gia thực hành ESG, chính các doanh nghiệp lớn cũng sẽ gặp rào cản trong

việc thu thập dữ liệu và không có đủ minh chứng cho báo cáo phát triển bền vững của chính mình.

Trong bài phát biểu tại sự kiện Triển khai xây dựng Sổ tay Hướng dẫn Thực hành Báo cáo Phát triển bền vững cho SME do ACCA và KPMG phối hợp tổ chức, ông có nhắc đến việc phải xây dựng một “Hệ sinh thái” đồng hành cùng SME. Ngoài doanh nghiệp lớn, hệ sinh thái này cần có thêm những thành phần nào? Theo ông, làm thế nào để kết nối và kiến tạo mạng lưới đó?

Ông Tô Quốc Hưng: Thực hành báo cáo ESG sẽ khó phát huy hiệu quả nếu không có một hệ sinh thái đi kèm để công nhận và hỗ trợ SME. Ngoài doanh nghiệp lớn, hệ sinh thái này cần sự tham gia của ngân hàng và các tổ chức tài chính. Đây là nơi cung cấp các sản phẩm tín dụng xanh và hỗ trợ vốn ưu đãi cho SME.

Ngoài ra, hệ sinh thái cần sự góp mặt của các doanh nghiệp công nghệ, nơi cung cấp các nền tảng (platform), giải pháp số hóa và quản trị dữ liệu ESG.

Tiếp đến là các hiệp hội nghề nghiệp và tổ chức quốc tế - nơi xây dựng chuẩn mực, hướng dẫn thực hành và kết nối các bên.

Cuối cùng là sự tham gia của các trường đại học và cơ sở đào tạo. Đây là “cái nôi” cung cấp nguồn nhân lực được trang bị sẵn kiến thức về ESG cho thị trường.

Để kiến tạo và gắn kết hệ sinh thái này, chúng ta cần tạo ra sự kết nối đa chiều giữa các bên, cùng nhau xây dựng các bộ hướng dẫn vừa thực tiễn, vừa đơn giản để SME

ACCA là Hiệp hội Kế toán Công chứng Vương quốc Anh, được thành lập năm 1904. Đây là một trong những tổ chức nghề nghiệp quốc tế lớn trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán và tài chính.



Chứng chỉ ACCA được công nhận tại hơn **180 quốc gia**, mang lại cơ hội nghề nghiệp rộng mở và mở ra nhiều cơ hội nghề nghiệp trong lĩnh vực tài chính - kế toán.



Tại Việt Nam, ACCA là tổ chức nghề nghiệp quốc tế lớn, hoạt động từ năm 2002, với hơn **1.300 hội viên** làm việc tại các công ty đa quốc gia, ngân hàng, và cơ quan quản lý nhà nước (tính đến 2024-2025).



Hiện ACCA phối hợp với **Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam (VINASME)** và **Công ty Kiểm toán KPMG** xây dựng **Sổ tay hướng dẫn thực hành báo cáo phát triển bền vững** cho doanh nghiệp nhỏ và vừa nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp trong quá trình xây dựng báo cáo ESG.

dễ dàng tiếp cận. Đồng thời, cần liên tục lan tỏa nhận thức về tầm quan trọng của ESG thông qua các diễn đàn, hội thảo và mạng lưới chuyên gia để tạo sự đồng thuận và áp dụng rộng rãi tiêu chuẩn này trong xã hội.

Có quan điểm cho rằng chỉ những SME xuất khẩu mới cần áp dụng ESG, còn SME chỉ kinh doanh nội địa thì không cần. Ông đánh giá thế nào về nhận định này?

Ông Tô Quốc Hưng: Quan điểm cho rằng chỉ SME xuất khẩu mới cần ESG là chưa đầy đủ. SME nội địa cũng cần triển khai ESG để đáp ứng yêu cầu từ các tập đoàn lớn trong chuỗi cung ứng. Đồng thời, việc này cũng giúp doanh nghiệp nâng cao uy tín và năng lực cạnh tranh.

Ví dụ điển hình là Tập đoàn đa quốc gia chuyên sản xuất và kinh doanh các mặt hàng tiêu dùng nhanh Unilever chi nhánh tại Việt Nam đã yêu cầu 500 nhà cung cấp trong nước phải đáp ứng các tiêu chuẩn bền vững.

Trong khi đó, các SME xuất khẩu đang chịu áp lực trực tiếp từ thị trường quốc tế nên nhu cầu càng cấp thiết.

Như vậy, mọi SME có tham gia vào chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp lớn hoặc có định hướng vươn xa, phát triển dài hạn đều cần thực hành ESG và lập báo cáo phát triển bền vững.

Ông có khuyến nghị gì cho các SME đang tham gia chuỗi cung ứng của doanh nghiệp lớn trong quá trình thực hành ESG?

Ông Tô Quốc Hưng: Trước thực tế là việc thực hành ESG đang dần trở thành xu thế bắt buộc với doanh nghiệp trên toàn cầu, tôi có 5 khuyến nghị dành cho các SME.

Thứ nhất, hãy bắt đầu từ những bước tối thiểu khả thi. Doanh nghiệp nên tự đánh giá và ghi nhận lại những hoạt động thực tế hiện tại của mình theo chuẩn mực về phát triển bền vững, từ

môi trường đến quản trị và các hoạt động xã hội.

Tiếp theo, doanh nghiệp cần so sánh các hoạt động hiện tại và yêu cầu thực tế để tìm ra những phần còn thiếu, từ đó lập một lộ trình thực hành ESG phù hợp với nguồn lực của mình.

Cùng với đó, SME cần lên kế hoạch đồng bộ với yêu cầu của các doanh nghiệp lớn để bảo vệ vị thế của mình, tránh nguy cơ bị loại khỏi chuỗi cung ứng.

Ngoài ra, doanh nghiệp hãy chủ động tìm kiếm sự hỗ trợ từ hệ sinh thái như ngân hàng, hiệp hội, tổ chức quốc tế và các công ty cung cấp giải pháp công nghệ, hỗ trợ việc triển khai ESG.

Cuối cùng, và quan trọng nhất, hãy xem ESG như một cơ hội vàng để nâng cao năng lực cạnh tranh, giúp tối ưu hóa chi phí dài hạn, chứ đừng coi nó chỉ là gánh nặng tuân thủ thủ tục hành chính.

Xin trân trọng cảm ơn ông!



NGHỊCH LÝ ĐÔNG NHƯNG CHƯA MẠNH



PHẠM NGUYỄN

Dù đạt nhiều thành tựu, khu vực doanh nghiệp tư nhân vẫn tồn tại không ít hạn chế mang tính cấu trúc. Có thể khái quát bằng ba điểm: đông nhưng chưa mạnh, năng động nhưng chưa sâu, đóng góp lớn nhưng vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu còn khiêm tốn.

Hiện Việt Nam có hơn 1 triệu doanh nghiệp đang hoạt động chính thức và khoảng 5 triệu hộ kinh doanh. Khu vực kinh tế tư nhân đóng góp khoảng 50% GDP, tạo ra phần lớn việc làm cho xã hội. Nghị quyết 68 của Bộ Chính trị năm 2025 đã lần đầu tiên xác định khu vực này là “một động lực quan trọng nhất” và lực lượng tiên phong trong công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Theo ông Đậu Anh Tuấn - Phó Tổng thư ký Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), để có được vị thế này, khu vực tư nhân đã trải qua gần 40 năm phát triển trong bối cảnh thể chế chưa hoàn thiện và nhiều định kiến xã hội. Tuy nhiên, những kết quả đạt được là rất đáng ghi nhận.

Trong nhóm các doanh nghiệp lớn, số lượng doanh nghiệp tư nhân ngày càng gia tăng. Việt Nam hiện có 76 doanh nghiệp lọt top 500 Đông Nam Á. Một số tập đoàn đã hình thành hệ sinh thái sản xuất và kinh doanh quy mô

lớn, từng bước khẳng định vị thế khu vực và quốc tế.

Ở lĩnh vực công nghiệp chế tạo, THACO phát triển hệ sinh thái sản xuất ô tô và cơ khí; VinFast trở thành nhà sản xuất ô tô điện đầu tiên của Việt Nam, niêm yết trên Nasdaq và mở rộng ra nhiều thị trường; Hòa Phát vươn lên thành nhà sản xuất thép hàng đầu Đông Nam Á. Trong công nghệ, FPT đẩy mạnh chuyển đổi số, AI và bán dẫn; trong tiêu dùng, Vinamilk, Masan xây dựng thương hiệu có sức cạnh tranh khu vực; còn ở hạ tầng - bất động sản, nhiều tập đoàn lớn đã góp phần thay đổi diện mạo các vùng kinh tế.

Không chỉ tăng trưởng về quy mô, khu vực tư nhân còn thể hiện khả năng chống chịu đáng kể trước các cú sốc như đại dịch, chủ động thích ứng với đứt gãy chuỗi cung ứng, đồng thời tham gia tích cực vào các hoạt động an sinh xã hội.

Dù đạt nhiều thành tựu, khu vực doanh nghiệp tư nhân vẫn tồn tại



Ông Đậu Anh Tuấn - Phó Tổng thư ký Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI).

không ít hạn chế mang tính cấu trúc. Theo ông Tuấn, có thể khái quát bằng ba điểm: đông nhưng chưa mạnh, năng động nhưng chưa sâu, đóng góp lớn nhưng vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu còn khiêm tốn.

Hiện gần 97% doanh nghiệp tư nhân là doanh nghiệp nhỏ và vừa, trong đó phần lớn có quy mô dưới 10 lao động. Quy mô nhỏ khiến doanh nghiệp gặp khó trong đầu tư đổi mới công nghệ, nâng cao năng suất và tham gia chuỗi giá trị toàn cầu.

Cơ cấu ngành nghề cũng bộc lộ sự mất cân đối khi doanh thu của nhóm doanh nghiệp lớn tập trung nhiều vào tài chính và bất động sản, trong khi công nghiệp chế biến, chế tạo - nền tảng của tăng

trường bền vững - lại chiếm tỷ trọng thấp.

Năng suất lao động của khu vực ngoài nhà nước còn thấp hơn đáng kể so với khu vực FDI và doanh nghiệp nhà nước. Đầu tư cho nghiên cứu và phát triển (R&D) hạn chế, trong khi nhiều doanh nghiệp vẫn vận hành theo mô hình gia đình, thiếu minh bạch và quản trị chuyên nghiệp.

Một điểm yếu đáng lo ngại khác là “khoảng trống” doanh nghiệp quy mô vừa. Nền kinh tế hiện có một số tập đoàn lớn và rất nhiều doanh nghiệp siêu nhỏ, nhưng lại thiếu lớp doanh nghiệp trung gian - những đơn vị đủ năng lực tham gia sâu vào chuỗi sản xuất và có thể trở thành nhà cung cấp cấp 1, cấp 2.

Ông Đậu Anh Tuấn cho rằng, một trong những rào cản lớn hiện nay là thiếu hệ thống dữ liệu thống kê đủ chi tiết và tin cậy về doanh nghiệp. Sự thiếu hụt dữ liệu khiến việc đánh giá vai trò của các khu vực kinh tế còn chưa đầy đủ.

“Chúng ta vẫn đang nhìn nền kinh tế qua các con số tổng hợp, trong khi thiếu dữ liệu phân tử sâu để biết doanh nghiệp đang hoạt động ra sao, gia nhập - rút lui thế nào, vì sao rời thị trường”, ông Tuấn nhấn mạnh.

Thực tế, mỗi năm có hàng chục nghìn doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường nhưng chưa có câu trả lời rõ ràng về nguyên nhân: do thị trường thu hẹp, thiếu vốn, vướng đất đai hay rào cản thủ



Hiện gần 97% doanh nghiệp tư nhân là doanh nghiệp nhỏ và vừa, trong đó phần lớn có quy mô dưới 10 lao động

tục. Nhiều doanh nghiệp “âm thầm” đóng cửa mà không được phân tích đầy đủ.

Ở cấp địa phương, không ít nơi vẫn dựa vào số liệu đăng ký kinh doanh - vốn có thể bao gồm cả doanh nghiệp đã ngừng hoạt động. Trong khi đó, các chỉ tiêu phản ánh thực chất như doanh nghiệp có nộp thuế, có lợi nhuận, có sử dụng lao động hay mở rộng đầu tư lại chưa được chú trọng.

Sự thiếu hụt dữ liệu cũng khiến việc đánh giá vai trò của các khu vực kinh tế còn phiến diện. Chẳng hạn, quý I/2026, khu vực FDI chiếm tới khoảng 75% kim ngạch xuất nhập khẩu, trong khi doanh nghiệp trong nước chỉ chiếm 25%. Tuy nhiên, chưa có nhiều phân tích sâu để lý giải xu

hướng này hay xác định ngành nào doanh nghiệp nội đang cải thiện vị thế.

“Muốn chính sách đúng, trước hết phải có số liệu đúng”, ông Tuấn nhấn mạnh, đồng thời cho rằng cần phân nhóm doanh nghiệp rõ ràng để có giải pháp phù hợp với từng đối tượng.

Kinh nghiệm từ Nhật Bản, Hàn Quốc hay Trung Quốc cho thấy không nên kinh tế nào có thể chuyển đổi mô hình phát triển thành công nếu thiếu một khu vực tư nhân mạnh. Doanh nghiệp phải đủ lớn mới có thể đầu tư dài hạn, đổi mới sáng tạo và tham gia sâu vào chuỗi giá trị.

Trong bối cảnh đó, ông Tuấn cho rằng Việt Nam cần đồng thời tận dụng ngoại lực và tăng cường nội

lực. Vai trò của Nhà nước là kiến tạo môi trường cạnh tranh, bảo vệ quyền tài sản, hạn chế hình sự hóa quan hệ kinh tế và hỗ trợ hình thành năng lực nội sinh cho doanh nghiệp.

Về định hướng phát triển, khu vực tư nhân cần chuyển dịch mạnh từ bất động sản, tài chính sang sản xuất và công nghệ; tăng đầu tư cho R&D; xây dựng hệ sinh thái liên kết giữa doanh nghiệp lớn và nhỏ; phát triển thị trường vốn theo chiều sâu; nâng cao năng lực quản trị và đẩy mạnh quốc tế hóa.

Đồng thời, cần tránh các rủi ro như phụ thuộc quá mức vào FDI, mô hình tăng trưởng đa ngành thiếu chiều sâu, hay thiếu vắng các doanh nghiệp dẫn dắt trong từng chuỗi giá trị ngành.



NÂNG CAO NĂNG LỰC DOANH NGHIỆP THAM GIA THỊ TRƯỜNG CARBON

PHAN NGUYỆT

Thị trường carbon không chỉ là công cụ chính sách mà đang trở thành "sân chơi mới" định hình lại năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.





“Thị trường carbon không đơn thuần là nơi “trả phí cho khí thải”. Một tín chỉ carbon được tạo ra là kết quả của đổi mới sáng tạo, là minh chứng cho hiệu quả quản trị và là tài sản có giá trị kinh tế.

Ông HOÀNG QUANG PHÒNG

Phó Chủ tịch Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI)

Thị trường carbon không chỉ là “chi phí”

Nhằm thực hiện các cam kết quốc tế về ứng phó biến đổi khí hậu, đặc biệt là mục tiêu phát thải ròng bằng “0” (Net Zero) vào năm 2050, Chính phủ đã từng bước hoàn thiện khuôn khổ pháp lý. Nhiều văn bản quan trọng đã được ban hành như Nghị định 06/2022/NĐ-CP, Nghị định 119/2025/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung, Nghị định 232/2024/NĐ-CP về phát triển thị trường carbon, cùng với Nghị định 29/2026/NĐ-CP về sản giao dịch carbon nội địa và Nghị định 112/2026/NĐ-CP liên quan đến trao đổi tín chỉ carbon quốc tế.

Tại diễn đàn “Hoàn thiện chính sách và nâng cao năng lực doanh nghiệp tham gia thị trường carbon” diễn ra trong tháng 4/2026 tại Hà Nội, ông Phạm Nam Hưng - đại diện Cục Biến

đổi khí hậu (Bộ Nông nghiệp và Môi trường) cho biết, hiện thị trường carbon được xây dựng trên ba trụ cột chính gồm: hệ thống hạn ngạch phát thải (tập trung vào các ngành phát thải lớn như nhiệt điện, thép và xi măng); hệ thống tín chỉ carbon trong nước và cơ chế trao đổi tín chỉ xuyên biên giới nhằm thu hút nguồn lực quốc tế.

“Thị trường carbon không chỉ là công cụ thực hiện nghĩa vụ giảm phát thải mà còn góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong bối cảnh các tiêu chuẩn xanh ngày càng phổ biến”, ông Hưng nêu.

Ông Hoàng Quang Phòng - Phó Chủ tịch Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) nhấn mạnh, thị trường carbon không đơn thuần là nơi “trả phí cho khí thải”. Một tín chỉ carbon được tạo ra là kết quả của

đổi mới sáng tạo, là minh chứng cho hiệu quả quản trị và là tài sản có giá trị kinh tế.

Do vậy, tham gia thị trường carbon mang lại nhiều lợi ích thiết thực như tối ưu chi phí vận hành thông qua tiết kiệm năng lượng, nâng cao giá trị thương hiệu, tăng uy tín trên thị trường quốc tế và mở ra cơ hội tiếp cận các nguồn tài chính xanh.

Ở góc độ quốc tế, ông Lachlan Simpson - đại diện Bộ Biến đổi khí hậu, Năng lượng, Môi trường và Nước của Australia cho rằng, Việt Nam đang ở giai đoạn đầu xây dựng thị trường carbon, đây là cơ hội để học hỏi kinh nghiệm quốc tế và thiết kế thị trường phù hợp với điều kiện trong nước.

Theo đó, trọng tâm trước hết là xây dựng hệ thống đo đạc - báo cáo - thẩm định (MRV) mạnh, thiết lập thể chế quản lý hiệu

quả, triển khai thí điểm và từng bước mở rộng, đồng thời nâng cao năng lực doanh nghiệp. Bên cạnh đó, Điều 6 của Thỏa thuận Paris cũng mở ra cơ hội tiếp cận nguồn tài chính quốc tế, nếu được chuẩn bị tốt từ sớm. Kinh nghiệm của Australia cho thấy trọng tâm nên được đặt vào khâu triển khai thực tế.

Theo lộ trình, giai đoạn 2026 - 2028 sẽ là giai đoạn thí điểm thị trường carbon. Đây là khoảng thời gian để doanh nghiệp làm quen với cơ chế vận hành, đồng thời giúp cơ quan quản lý hoàn thiện hạ tầng và chính sách.

Ông Đỗ Thanh Lâm - đại diện Vụ Pháp chế (Bộ Tài chính) cho biết, trong giai đoạn này, các đơn vị cung cấp hạ tầng giao dịch sẽ không thu phí dịch vụ nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các chủ thể tham gia. Phương thức giao dịch ban đầu dự kiến là thỏa thuận trên nền tảng điện tử, với yêu cầu kiểm soát chặt chẽ về tài sản và dòng tiền.

Để sẵn sàng tham gia, ông Lâm khuyến nghị doanh nghiệp cần chủ động nghiên cứu quy định pháp lý, xây dựng chiến lược quản trị hạn ngạch và tín chỉ carbon, đồng thời nâng cao năng lực giao dịch. Việc lựa chọn đơn vị trung gian như công ty chứng

khoán uy tín cũng là bước đi cần thiết.

Rào cản không chỉ là công nghệ

Dù cơ hội lớn, song thách thức đối với doanh nghiệp Việt Nam không nhỏ. Theo các chuyên gia, rào cản lớn nhất hiện nay nằm ở năng lực quản trị, hạ tầng kỹ thuật và đặc biệt là nhận thức về thị trường carbon.

Việc tham gia thị trường đòi hỏi doanh nghiệp phải xây dựng hệ thống MRV minh bạch, chuẩn hóa dữ liệu và có chiến lược dài hạn gắn với chuyển đổi công nghệ. Đây là yêu cầu không dễ, nhất là với doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tuy nhiên, với xu thế toàn cầu hóa tiêu chuẩn xanh, sự chậm trễ khi tham gia có thể khiến doanh nghiệp mất lợi thế cạnh tranh, thậm chí bị loại khỏi chuỗi cung ứng quốc tế.

PGS.TS Lương Đức Long - Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký Vietnam Cement Association cho biết, có 51/61 doanh nghiệp xi măng phải thực hiện kiểm kê phát thải trong giai đoạn 2025 - 2026. Hạn ngạch phát thải của ngành chiếm khoảng 28% tổng hạn ngạch quốc gia.

Trong khi đó, năm 2025, ngành xi măng phát thải ước tính khoảng

84 triệu tấn CO₂, cao hơn đáng kể so với hạn ngạch 69,94 triệu tấn CO₂. Điều này tạo áp lực lớn buộc doanh nghiệp phải chuyển đổi công nghệ.

Theo ông Long, các giải pháp ngắn hạn gồm giảm hệ số clinker, nâng cao hiệu suất năng lượng và tăng sử dụng nhiên liệu thay thế. Về dài hạn, công nghệ thu giữ và lưu trữ/sử dụng carbon (CCS/CCU) sẽ là chìa khóa để xử lý phần phát thải khó tránh.

Cách triển khai lộ trình nên theo 3 lớp, trọng tâm là quyết định đầu tư 5 - 10 năm tới, không chỉ đích năm 2050. Trong đó, đến năm 2030 cần tập trung vào hiệu suất, thu hồi nhiệt thải phát điện (WHR), nhiên liệu thay thế, giảm tỷ lệ clinker, chuẩn hóa MRV. Giai đoạn 2030 - 2040 thúc đẩy vật liệu carbon thấp và sau 2040 mới mở rộng các công nghệ sâu.

Các diễn giả có chung nhận định, thị trường carbon không chỉ là công cụ chính sách mà đang trở thành “sân chơi mới” định hình lại năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Việc chủ động chuẩn bị từ sớm, từ nhận thức đến hành động, sẽ quyết định doanh nghiệp Việt có tận dụng được cơ hội hay bị bỏ lại phía sau trong tiến trình chuyển đổi xanh.





6 NHÓM CHÍNH SÁCH HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP TIÊN PHONG

HIỀN THẢO

Quyết định số 631/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về Chương trình phát triển 1.000 doanh nghiệp tiên phong giai đoạn 2026 - 2030, có hiệu lực từ 1/1/2026, xác lập 6 nhóm chính sách hỗ trợ trọng điểm nhằm tạo động lực tăng trưởng mới cho khu vực doanh nghiệp.

Theo chương trình, doanh nghiệp tiên phong được định nghĩa là những tổ chức có năng lực công nghệ và năng suất lao động cao, đổi mới sáng tạo, sở hữu sức cạnh tranh vượt trội và khả năng dẫn dắt trong một ngành, lĩnh vực của nền kinh tế, tạo sức lan tỏa trong chuỗi giá trị, góp phần nâng cao vị thế quốc gia, tiên phong trong trách nhiệm xã hội và phát triển bền vững.

Chính sách được thực hiện dựa trên nguyên tắc minh bạch, không chồng chéo, trùng lặp với các nội dung, chương trình hỗ trợ hiện hành, hỗ trợ có trọng tâm, trọng điểm và tuân thủ quy tắc: nộp hồ sơ trước, được

hỗ trợ trước. Đặc biệt, chương trình ưu tiên các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ, doanh nghiệp sử dụng nhiều lao động nữ, người khuyết tật, doanh nghiệp xã hội và kinh doanh bao trùm.

Để tạo điều kiện thuận lợi nhất, quy trình thủ tục sẽ được đơn giản hóa tối đa và thực hiện trực tuyến. Các hỗ trợ được triển khai thông qua việc cấp “Thẻ hỗ trợ doanh nghiệp tiên



phong”, do cơ quan, tổ chức trực tiếp thực hiện hoặc lựa chọn các bên cung cấp dịch vụ. Để nhận được các ưu đãi này, doanh nghiệp cần cam kết bố trí nguồn lực đối ứng để thực hiện hoạt động hỗ trợ theo lộ trình cụ thể.

Thứ nhất là ưu đãi về hành chính, hải quan và niêm yết chứng khoán. Doanh nghiệp tiên phong có dự án đầu tư thuộc lĩnh vực khoa học, công nghệ tại khu công nghiệp, khu chế xuất, khu công nghệ cao, khu công nghệ số tập trung, khu thương mại tự do và khu chức năng trong khu kinh tế được đăng ký dự án đầu tư theo thủ tục đặc biệt và áp dụng chế độ luồng 1 (miễn kiểm tra trực tiếp hồ sơ và thực tế hàng hóa) trong thủ tục hải quan. Ngoài ra, Nhà nước hỗ trợ chi phí niêm yết lần đầu trên sở giao dịch chứng khoán cùng phí duy trì trong năm đầu tiên.

Thứ hai là được hỗ trợ thử nghiệm và ưu tiên mua sắm công. Doanh nghiệp được hỗ trợ chi phí khi sử dụng các phòng thí nghiệm, thử nghiệm, trung tâm đo lường, kiểm định, giám định của Nhà nước. Đồng thời, các cơ quan trung ương và địa phương sẽ ưu tiên mua sắm, đặt hàng các sản phẩm, dịch vụ mới của doanh nghiệp tiên phong.

Thứ ba là ưu tiên tiếp cận tài chính và tín dụng linh hoạt. Các ngân hàng thương mại được khuyến khích cấp tín dụng dựa trên việc thẩm định phương án sản xuất kinh doanh, phương án mở rộng thị trường. Ngoài ra, các ngân hàng ưu tiên cho vay dựa trên dòng tiền, chuỗi giá trị, tài sản vô hình (như bằng sáng chế), tài sản hình thành trong tương lai hoặc hình thức vay tín chấp.

Doanh nghiệp cũng được ưu tiên tiếp cận nguồn tài trợ, vốn vay từ nhiều quỹ quốc gia (Quỹ Phát



Doanh nghiệp tiên phong được hưởng 6 nhóm chính sách ưu đãi theo Quyết định số 631/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ.

triển DNNVV, Quỹ Đổi mới công nghệ, Quỹ Đầu tư mạo hiểm) và các quỹ đầu tư địa phương, phù hợp với đối tượng và mục tiêu hỗ trợ của quỹ.

Thứ tư là hỗ trợ khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. Các doanh nghiệp tiên phong được áp dụng phương pháp khấu hao nhanh đối với máy móc, thiết bị công nghệ được chuyển giao thuộc Danh mục công nghệ cao được ưu tiên đầu tư phát triển hoặc Danh mục công nghệ chiến lược theo pháp luật về chuyển giao công nghệ.

Chương trình cũng hỗ trợ chi phí đăng ký bản quyền, sở hữu trí tuệ trong nước và quốc tế, cũng như ưu tiên cho doanh nghiệp tham gia các đề tài nghiên cứu khoa học trọng điểm.

Thứ năm là hỗ trợ nâng cao năng lực quản trị và vận hành cho doanh nghiệp tiên phong. Nhà nước cung cấp các dịch vụ tư vấn chuyên sâu về hoạch định chiến lược kinh doanh và quản trị doanh nghiệp, tài chính, nhân lực, chuyển đổi số và phát triển sản phẩm, thị trường... Ngoài ra, doanh nghiệp tiên phong được ưu tiên tham gia Chương trình đào tạo 10.000 giám đốc điều hành.

Nhóm thứ sáu là hỗ trợ xúc tiến thương mại và quảng bá thương hiệu. Hướng tới mục tiêu mở rộng thị trường quốc tế, doanh nghiệp được hỗ trợ tham gia các hội chợ, triển lãm toàn cầu, đồng thời được ưu tiên tham gia các chương trình như Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia, Chương trình vươn ra thị trường quốc tế (Go Global) và Chương trình Thương hiệu quốc gia.



3 NHÓM CHÍNH SÁCH LIÊN KẾT DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA VỚI HỢP TÁC XÃ

THU MINH

Thúc đẩy liên kết để phát triển kinh tế tư nhân bền vững

Nghị quyết số 68-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân được coi là một bước ngoặt lịch sử khi xác định khu vực này là động lực quan trọng nhất của nền kinh tế.

Để thực hiện được tinh thần của Nghị quyết, TS Tô Hoài Nam - Phó Chủ tịch Thường trực, Tổng Thư ký Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam (VINASME) cho rằng, việc thúc đẩy sự hợp tác mang tính hệ thống giữa doanh

nh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) và Hợp tác xã (HTX) trở thành một định hướng quan trọng nhằm xây dựng một khu vực kinh tế tư nhân vững mạnh, có khả năng tự chủ, tự cường.

Trong bối cảnh khu vực kinh tế tư nhân có hơn 97% là doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, việc kết nối DNNVV với HTX không chỉ giúp khắc phục hạn chế về quy mô, mà còn đảm bảo nguồn cung ổn định, khả năng truy xuất nguồn gốc và thúc đẩy phát triển bao trùm, đặc biệt là tại khu vực nông thôn, miền núi.

Nhấn mạnh vai trò then chốt của mối liên kết giữa doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) với hợp tác xã (HTX) trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh và tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu, TS Tô Hoài Nam đề xuất Chính phủ tập trung triển khai ba nhóm chính sách mang tính kiến tạo.



Liên kết giữa DNNVV và HTX là giải pháp căn cơ để tích tụ nguồn lực, khắc phục nhược điểm về quy mô manh mún.



TS Tô Hoài Nam - Phó Chủ tịch Thường trực, Tổng Thư ký Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam (VINASME)

Để biến liên kết này thành động lực tăng trưởng, TS Tô Hoài Nam đề xuất Chính phủ tập trung vào 3 nhóm chính sách trọng tâm.

Thứ nhất, hoàn thiện thể chế hợp đồng liên kết và cơ chế bảo hiểm. Theo đó, cần chuẩn hóa các hợp đồng liên kết sản xuất - tiêu thụ giữa DNNVV và HTX theo hướng minh bạch, công bằng, có cơ chế chia sẻ rủi ro và xử lý tranh chấp hiệu quả.

Xây dựng bộ hợp đồng mẫu theo từng ngành, coi đây là điều kiện ưu tiên khi xét duyệt tín dụng và bảo hiểm. Đồng thời, thí điểm cơ chế sử dụng hợp đồng liên kết làm tài sản bảo đảm để vay vốn, góp phần tháo gỡ nút thắt về thiếu tài sản thế chấp.

Bên cạnh đó, cần thiết lập cơ chế hỗ trợ bảo hiểm rủi ro cho chuỗi liên kết, với sự tham gia hỗ

trợ phí từ Nhà nước nhằm giảm thiểu rủi ro thiên tai, dịch bệnh và đứt gãy nguồn cung.

Thứ hai, kích hoạt tín dụng cho chuỗi liên kết bằng việc xây dựng các chính sách tín dụng ưu tiên cho chuỗi liên kết DNNVV - HTX. Cụ thể, cần triển khai các gói tín dụng lãi suất thấp, kết hợp cơ chế bảo lãnh tín dụng từ 50 - 80% giá trị khoản vay, qua đó giảm rủi ro cho tổ chức tín dụng và mở rộng khả năng tiếp cận vốn cho doanh nghiệp, hợp tác xã.

Đồng thời, phát triển các công cụ tài chính chuỗi cung ứng như bao thanh toán, tài trợ theo đơn hàng, chợ vay dựa trên dòng tiền... nhằm giải quyết bài toán vốn lưu động, đặc biệt với các đơn vị thiếu tài sản bảo đảm.

Thứ ba, đẩy mạnh chuyển đổi số và đổi mới sáng tạo. Nhóm

“Thúc đẩy liên kết DNNVV - HTX không chỉ là giải pháp kỹ thuật mà là hướng tiếp cận mới trong quản trị phát triển kinh tế tư nhân. Nếu được kiến tạo bằng chính sách đồng bộ, đây sẽ là “đòn bẩy kép” giúp vừa mở rộng quy mô, vừa nâng cao chất lượng, qua đó hiện thực hóa mục tiêu của Nghị quyết 68”

chính sách này tập trung thúc đẩy chuyển đổi số trong nông nghiệp và chuỗi cung ứng.

Theo đó, cần hỗ trợ HTX và DNNVV áp dụng các nền tảng số như nhật ký điện tử, truy xuất nguồn gốc, quản lý sản xuất... kết nối dữ liệu toàn chuỗi. Đồng thời, triển khai các chương trình chuyển giao công nghệ, hỗ trợ ứng dụng IoT, blockchain, phần mềm quản trị với chi phí phù hợp.

Phó Chủ tịch Thường trực VINASME cũng đề xuất thành lập hoặc tăng cường các quỹ hỗ trợ đổi mới sáng tạo để tài trợ cho hoạt động R&D, công nghệ xanh, chế biến sâu; đồng thời thí điểm các mô hình “nông nghiệp 4.0” theo vùng để tạo hiệu ứng lan tỏa.

Biên liên kết thành đòn bẩy kép cho phát triển kinh tế tư nhân

Bằng việc kiến tạo và hỗ trợ một cách có hệ thống, Chính phủ có thể biến mối liên kết thành đòn

bẩy kép vừa đạt mục tiêu về số lượng, quy mô doanh nghiệp, vừa đạt mục tiêu về chất lượng, tức tham gia sâu vào chuỗi toàn cầu. Từ đó hiện thực hóa thành công các mục tiêu chiến lược của Nghị quyết 68-NQ/TW.

Theo đó, việc kiến tạo một nền kinh tế tư nhân đa tầng, trong đó DNNVV và HTX không phải là các thực thể độc lập mà phải là các mắt xích liên kết hữu cơ là cần thiết.

Để làm được điều này, theo TS Tô Hoài Nam, cần phải hóa giải thách thức về quy mô. Khu vực kinh tế tư nhân Việt Nam hiện nay chủ yếu là DNNVV và siêu nhỏ, có độ rủi ro cao và năng lực cạnh tranh hạn chế. Liên kết giữa DNNVV và HTX là giải pháp căn cơ để tích tụ nguồn lực, khắc phục nhược điểm về quy mô manh mún.

Trong xu thế hội nhập và yêu cầu về phát triển bền vững, thị trường ngày càng đòi hỏi nguồn cung phải có tính ổn định, chất

lượng đồng đều và truy xuất được nguồn gốc. HTX chính là giải pháp tổ chức sản xuất chuẩn hóa ở quy mô cộng đồng, đóng vai trò cung cấp nguyên liệu sạch, chất lượng cho các DNNVV làm nhiệm vụ chế biến sâu và xuất khẩu.

Do nguyên tắc liên kết kinh tế không thể chỉ tập trung ở các đô thị lớn nên sự hợp tác này là cơ chế hiệu quả nhất để đưa công nghệ, quản trị và nguồn vốn của DNNVV về nông thôn, miền núi, giúp HTX chuyển đổi mô hình, tạo sinh kế bền vững, thực hiện mục tiêu phát triển đồng đều các vùng miền.

“Thúc đẩy liên kết DNNVV - HTX không chỉ là giải pháp kỹ thuật mà là hướng tiếp cận mới trong quản trị phát triển kinh tế tư nhân. Nếu được kiến tạo bằng chính sách đồng bộ, đây sẽ là “đòn bẩy kép” giúp vừa mở rộng quy mô, vừa nâng cao chất lượng, qua đó hiện thực hóa mục tiêu của Nghị quyết 68”, ông Nam nhấn mạnh.





NGUYỆT MINH

Bất ổn địa - chính trị, đặc biệt tại Trung Đông, đang gây áp lực lớn lên thị trường năng lượng toàn cầu, ảnh hưởng trực tiếp đến an ninh năng lượng của Việt Nam. Theo giới chuyên gia, trong bối cảnh nhu cầu điện tăng cao, giá điện khó giảm trong dài hạn, việc sử dụng hiệu quả và phát triển nguồn năng lượng tại chỗ như điện mặt trời mái nhà trở nên cấp thiết.

Nguy cơ thiếu điện

Giới chuyên gia nhận định, thị trường năng lượng thế giới hiện vẫn xoay quanh ba trụ cột chính là dầu mỏ, khí đốt và nhiên liệu hóa thạch. Dù trữ lượng không thiếu nhưng sự mất cân đối giữa khu vực sản xuất và tiêu dùng đã tạo ra dòng thương mại quốc tế lớn, kéo theo nhiều rủi ro. Nguồn cung tập trung chủ yếu tại khu vực Trung Đông, nơi bất ổn địa - chính trị, vẫn đang tiếp diễn khiến giá năng lượng biến động mạnh.

Theo PGS, TS Bùi Xuân Hồi - Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Điện lực miền Bắc, thực tế cho thấy, chỉ cần gián đoạn nhỏ tại các tuyến vận chuyển chiến lược như eo biển Hormuz cũng có thể khiến giá tăng đột biến. Cung - cầu năng lượng có độ co giãn thấp nên các

cú sốc nguồn cung thường nhanh chóng đẩy giá lên cao.

Ngay cả khi xung đột địa chính trị lắng xuống, rủi ro biến động giá vẫn hiện hữu. Bên cạnh đó, các mỏ năng lượng chi phí thấp đang dần suy giảm, khiến mặt bằng giá khó có thể quay lại mức thấp như trước.

Đối với Việt Nam - quốc gia vẫn phụ thuộc vào nhập khẩu năng lượng - tác động từ thị trường quốc tế là trực tiếp và nhanh chóng.

Dù cán cân năng lượng có thể ghi nhận xuất siêu, nhưng thực tế Việt Nam chủ yếu xuất khẩu dầu thô và nhập khẩu các sản phẩm xăng dầu - đầu vào thiết yếu của nền kinh tế. Vì vậy, biến động giá năng lượng toàn cầu nhanh chóng lan tỏa tới các ngành sản



“
ĐIỆN MẶT TRỜI, kể cả quy mô hộ gia đình hay doanh nghiệp, đang trở thành **GIẢI PHÁP KHẢ THI** để bảo đảm **AN NINH NĂNG LƯỢNG** và **ỔN ĐỊNH NGUỒN CUNG**”

xuất, vận tải, logistics, đồng thời làm gia tăng chi phí đầu vào của ngành điện, từ LNG (khí hoá lỏng) đến than đá.

Trong bối cảnh đó, giá điện từ lưới quốc gia được nhận định khó tránh khỏi xu hướng tăng. Hiện nay, giá điện vẫn do Nhà nước điều tiết, song nếu thị trường điện cạnh tranh được mở rộng, mức độ biến động có thể sẽ lớn hơn.

Ông Trần Việt Nguyên - Phó Ban kinh doanh Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN) cho biết, tại Việt Nam, nhu cầu điện đang tăng nhanh cùng với tốc độ tăng trưởng kinh tế. Các chuyên gia nhận định, nếu GDP tăng khoảng 8% thực chất, nhu cầu điện có thể tăng tối thiểu 12%.

Điều này tạo ra áp lực lớn đối với hệ thống cung ứng điện, đặc biệt tại khu vực miền Bắc. Nếu không có các nguồn bổ sung kịp thời, nguy cơ thiếu điện vẫn hiện hữu.

Ổn định nguồn cung bằng giải pháp nào?

Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Điện lực miền Bắc nhìn nhận, bối cảnh hiện nay cho thấy, việc bảo đảm an ninh năng lượng không chỉ là bài toán của cơ quan quản lý mà còn trở thành vấn đề doanh nghiệp cần chủ động tính toán. Với doanh nghiệp, chi phí điện cao hơn một chút nhưng ổn định vẫn tốt hơn nhiều so với thiệt hại do mất điện. Với hộ gia đình, nhu cầu điện ổn định ngày càng quan trọng.

Từ góc độ chính sách, giai đoạn trước chúng ta áp dụng giá FIT đồng nhất toàn quốc, dẫn đến đầu tư tập trung vào khu vực có bức xạ tốt như miền Trung, gây mất cân đối. Tuy nhiên, chính điều này lại tạo cơ hội cho miền Bắc ở giai đoạn hiện nay, khi công nghệ pin đã cải thiện, có thể phát điện ngay cả trong điều kiện nắng yếu.

Cùng với đó, chi phí thiết bị giảm mạnh và công nghệ ngày

càng thông minh, cho phép tối ưu nhiều nguồn điện khác nhau, tương tự cách vận hành của hệ thống điều độ điện quốc gia.

“Tất cả những yếu tố này cho thấy điện mặt trời, kể cả quy mô hộ gia đình hay doanh nghiệp, đang trở thành giải pháp khả thi để bảo đảm an ninh năng lượng và ổn định nguồn cung”, chuyên gia nhấn mạnh.

Cùng góc nhìn, ông Trần Việt Nguyên cho rằng, hiện nay điện mặt trời được xem là một trong những giải pháp giúp tăng tính tự chủ năng lượng. Không chỉ giảm phụ thuộc vào lưới điện, mô hình này còn góp phần ổn định nguồn cung, nhất là với các doanh nghiệp sản xuất.

Trong khi đó, ông Nguyễn Văn Thiện - Phó TGD Công ty GG Power nhìn nhận, an ninh năng lượng không chỉ là đủ điện mà là làm chủ được hệ thống năng lượng. Phát triển điện mặt trời mái nhà tự sản, tự tiêu kết hợp

hệ thống lưu trữ năng lượng phù hợp sẽ bổ sung nguồn điện tại chỗ, góp phần bảo đảm ninh năng lượng quốc gia.

Xu hướng chung của thế giới hiện nay là pin lưu trữ không còn là giải pháp phụ trợ, mà trở thành hạ tầng thiết yếu trong hệ thống năng lượng hiện đại. Song song, xu hướng phát triển nguồn điện phân tán và nội địa hóa công nghệ cũng ngày càng rõ nét.

Theo ông Thiện, quốc gia nào làm chủ công nghệ pin sẽ có lợi thế lớn trong chuyển dịch năng lượng. Thực tế cho thấy, những nước phát triển mạnh hệ thống lưu trữ ít chịu tác động hơn từ các cú sốc địa - chính trị.

Đại diện GG Power đề xuất Việt Nam cần coi hệ thống lưu trữ năng lượng (BESS) là một phần của hạ tầng quốc gia, tích hợp vào Quy hoạch điện VIII và triển khai mạnh mẽ hơn trong thực tế.

Là doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực năng lượng tái tạo, ông Trần Nam Trung - Giám đốc CTCP Đầu tư Năng lượng thông minh Alpha đánh giá cao việc Thủ tướng ban hành Chỉ thị số 10 về tăng cường thực thi tiết kiệm điện và phát triển điện mặt trời mái nhà vào ngày 30/3 vừa qua. Dù vậy, để đạt hiệu quả, Nhà nước cần quyết liệt hơn ở khâu thực thi.

Trong đó, Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ “kéo” cho cả người dân và doanh nghiệp để vừa kích thích tiêu dùng vừa tạo điều kiện để doanh nghiệp phát triển. Việc sớm có cơ chế hỗ trợ cụ thể, rõ ràng hơn cho doanh nghiệp trong lĩnh vực năng lượng tái tạo, đặc biệt là cần



Doanh nghiệp quan tâm, tìm hiểu hệ thống pin lưu trữ năng lượng.



Hiện nay điện mặt trời được xem là một trong những giải pháp giúp tăng tính tự chủ năng lượng.

giảm lãi suất sẽ tạo thêm động lực đầu tư cho doanh nghiệp.

Dù đánh giá tiềm năng lớn của điện mặt trời mái nhà, các chuyên gia lưu ý việc phát triển điện mặt trời cần được cân nhắc kỹ lưỡng. Doanh nghiệp và người dân cần đánh giá đúng nhu cầu sử dụng điện, tránh đầu tư theo phong trào. Những hộ tiêu thụ điện thấp có thể chưa cần thiết lắp đặt. Các phương án đầu tư cũng cần được

tính toán cụ thể về chi phí và hiệu quả, bảo đảm minh bạch trước khi quyết định.

Đối với doanh nghiệp, đặc biệt là các cơ sở có diện tích mái lớn, điện mặt trời được đánh giá là giải pháp hiệu quả để tăng tính tự chủ năng lượng và hạn chế rủi ro gián đoạn sản xuất. Tuy nhiên, mục tiêu chính vẫn là phục vụ nhu cầu nội bộ, thay vì kỳ vọng vào việc bán điện.



ĐỀ XUẤT

KHÔNG TĂNG THÊM THỦ TỤC

VỚI » THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

HOÀNG HÀ

NGHIÊN CỨU & TRAO ĐỔI



Góp ý đối với Dự thảo Nghị định quy định chi tiết một số điều của Luật Thương mại điện tử, Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) cho rằng, nhiều nội dung còn chồng chéo, thiếu rõ ràng, có thể làm gia tăng chi phí tuân thủ và cản trở hoạt động của doanh nghiệp nếu không được điều chỉnh phù hợp.

Tránh trùng lặp thủ tục với Luật Đầu tư

Điều 39 của dự thảo quy định việc yêu cầu lấy ý kiến thẩm định của Bộ Công an đối với nhà đầu tư nước ngoài khi xin cấp hoặc điều chỉnh giấy phép kinh doanh trong lĩnh vực thương mại điện tử.

Theo VCCI, quy định này chưa thống nhất với Luật Đầu tư 2025 và các văn bản hướng dẫn thi hành. Trên thực tế, nhà đầu tư nước ngoài đã phải trải qua quy trình thẩm định nghiêm ngặt ngay từ bước tiếp cận thị trường, trong đó bao gồm cả yếu tố an

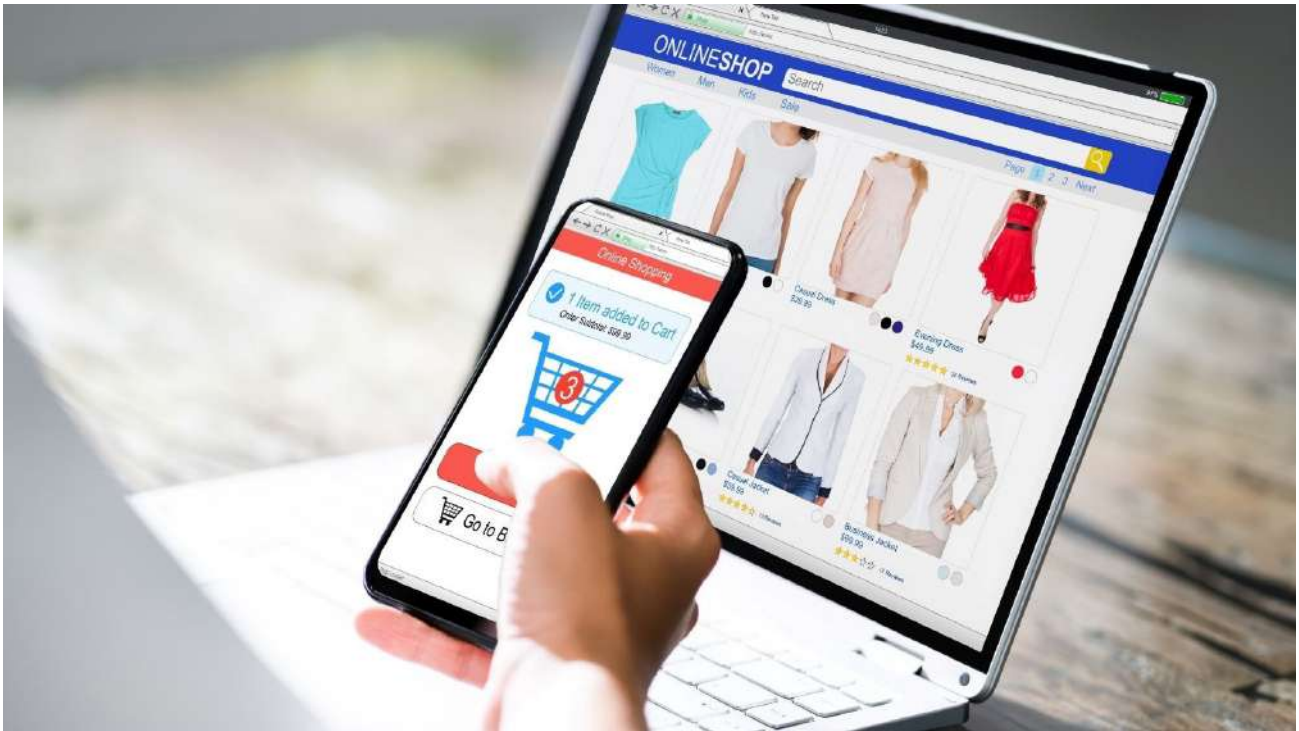
ninh, quốc phòng khi cần thiết. Việc bổ sung thêm một bước thẩm định riêng trong dự thảo không chỉ gây chòng chẹo mà còn làm phát sinh thủ tục không cần thiết.

Dự thảo cũng chưa làm rõ tiêu chí, phạm vi và trình tự của hoạt động thẩm định này, dẫn đến nguy cơ cách hiểu và áp dụng khác nhau giữa cơ quan quản lý và doanh nghiệp. Vì vậy, VCCI đề nghị loại bỏ cơ chế thẩm định an ninh riêng, đồng thời thống nhất quy trình trong một đầu mối theo quy định chung của pháp luật về đầu tư.

Liên quan đến trách nhiệm của các nền tảng thương mại điện tử trung gian, VCCI cho rằng một số quy định còn thiếu linh hoạt và chưa theo kịp thực tiễn.

Cụ thể, yêu cầu vừa tích hợp hệ thống định danh điện tử quốc gia, vừa buộc người bán cung cấp thông tin (Điều 19) có thể làm tăng chi phí, rủi ro kỹ thuật và kéo dài thời gian triển khai. Do đó, doanh nghiệp đề xuất được lựa chọn một trong hai phương án thay vì phải thực hiện đồng thời.

Bên cạnh đó, quy định yêu cầu mọi quyết định xử lý khiếu nại phải có sự giám sát của con người cũng bị cho là chưa hợp lý. Trong bối cảnh nhiều nền tảng đã ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) để tối ưu vận hành, việc bắt buộc can thiệp thủ công trong mọi trường hợp có thể làm giảm hiệu quả và gia tăng chi phí. VCCI kiến nghị



Theo VCCI, Trong bối cảnh nhiều nền tảng đã ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) để tối ưu vận hành, việc bắt buộc can thiệp thủ công trong mọi trường hợp có thể làm giảm hiệu quả và gia tăng chi phí

cần làm rõ những trường hợp thực sự cần sự tham gia của con người, thay vì áp dụng đại trà.

Đề xuất điều chỉnh nghĩa vụ báo cáo và chia sẻ dữ liệu

Đối với quy định về nghĩa vụ báo cáo của nền tảng số lớn, dự thảo yêu cầu báo cáo hàng tháng và xử lý thông tin vi phạm trong vòng 48 giờ. Theo VCCI, điều này sẽ kéo theo chi phí đầu tư và vận hành lớn, đặc biệt với các nền tảng có hoạt động thương mại điện tử chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ.

Vì vậy, VCCI đề xuất chỉ áp dụng nghĩa vụ này với các nền tảng có từ 3 triệu người dùng trực tiếp trở lên, nhằm đảm bảo tính hợp lý và khuyến khích doanh nghiệp mở rộng hoạt động.

Tương tự, quy định về kết nối, chia sẻ và đồng bộ dữ liệu với cơ sở dữ liệu thương mại điện tử cũng được cho là chưa thống

nhất với Luật Dữ liệu và có thể tạo gánh nặng lớn về chi phí cũng như rủi ro bảo mật. VCCI đề xuất chỉ yêu cầu cung cấp dữ liệu khi có yêu cầu cụ thể từ cơ quan nhà nước có thẩm quyền, trên nguyên tắc tự nguyện.

Một số quy định khác cũng được cộng đồng doanh nghiệp phản ánh chưa hợp lý. Điển hình là yêu cầu công khai chi tiết các biện pháp bảo mật trên trang chủ nền tảng. Theo VCCI, việc này có thể làm lộ thông tin kỹ thuật nhạy cảm, gia tăng nguy cơ bị tấn công mạng, trong khi nhu cầu của người dùng chủ yếu là biết về cam kết bảo mật.

Ngoài ra, yêu cầu hiển thị quá nhiều thông tin trên trang chủ nền tảng cũng được đánh giá là thiếu khả thi về mặt kỹ thuật. Doanh nghiệp đề xuất cho phép thể hiện các nội dung này thông qua đường dẫn hoặc hộp thoại để đảm bảo tính linh hoạt.

VCCI cũng kiến nghị điều chỉnh một số nội dung khác như: chỉ yêu cầu chứng thực hợp đồng giữ tiền của người bán trong trường hợp nền tảng không sử dụng dịch vụ thanh toán được cấp phép; cho phép cơ chế hoán đổi điểm thưởng giữa các nền tảng; đồng thời loại bỏ quy định mở rộng trách nhiệm cung cấp thông tin của các tổ chức trung gian thanh toán khi chưa được quy định trong luật.

Nhìn chung, các ý kiến tập trung vào việc bảo đảm tính thống nhất của hệ thống pháp luật, giảm trùng lặp thủ tục và tạo điều kiện thuận lợi hơn cho doanh nghiệp trong quá trình triển khai.

VCCI bày tỏ mong muốn cơ quan soạn thảo cân nhắc, tiếp thu để hoàn thiện dự thảo Nghị định theo hướng minh bạch, khả thi và phù hợp với thực tiễn phát triển nhanh của lĩnh vực thương mại điện tử.

CẢI CÁCH THỦ TỤC THUẾ HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA

THẢO NGUYỄN



NGHIÊN CỨU & TRAO ĐỔI



Tại hội nghị đối thoại với các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) trên địa bàn TP Hà Nội diễn ra trong tháng 4/2026, nhiều nội dung liên quan đến chính sách và thủ tục thuế đã trở thành chủ đề “nóng”, được cộng đồng doanh nghiệp phản ánh.

Thay đổi chính sách liên tục và rủi ro từ lỗi hệ thống

Một trong những vướng mắc lớn nhất được Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký Hội Doanh nghiệp trẻ Hà Nội Trần Văn Minh chỉ ra là tính thiếu ổn định của các chính sách. Dù thành phố đã có nhiều nỗ lực song vẫn còn tình trạng một số chính sách thay đổi nhanh, thiếu lộ trình cụ thể, gây khó khăn cho doanh nghiệp trong việc lập kế hoạch.

Cụ thể, các quy định về thuế thay đổi nhiều lần trong một

thời gian ngắn đã gây khó khăn lớn, ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp.

Bên cạnh yếu tố chính sách, việc vận hành hệ thống kê khai thuế cũng gây nhiều bất tiện. Đại diện Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ TSG và Công ty Cổ phần sản xuất nhựa Duy Tân - chi nhánh Hà Nội đã phản ánh tình trạng hệ thống kê khai thuế điện tử không ổn định, thường xuyên gặp lỗi, gây nhiều khó khăn cho kế toán doanh nghiệp trong các kỳ báo cáo.

Đặc biệt, trong việc thực thi quy định về hóa đơn điện tử, nhiều doanh nghiệp bán lẻ đang gặp khó vì khách lẻ không có nhu cầu lấy hóa đơn và kiên quyết không đồng ý cung cấp đầy đủ thông tin cá nhân, khiến doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc xuất hóa đơn đúng quy định để tuân thủ pháp luật.

Nộp thuế xong vẫn báo nợ, quá hạn mới thông báo không chấp nhận tờ khai

Trên thực tế, nhiều doanh nghiệp gặp vướng mắc liên quan đến thời hạn và quy trình xử lý hồ sơ thuế. Đại diện Công ty CP Tư vấn đầu tư và Xây dựng Bưu điện và Công ty TNHH một thành viên Mỹ Phục chia sẻ, trong quá trình quyết toán thuế thu nhập cá nhân, khi hết thời hạn quyết toán, cơ quan thuế mới gửi email thông báo không chấp nhận tờ khai, khiến doanh nghiệp lo lắng về việc bị phạt chậm nộp.

Có trường hợp doanh nghiệp đã nộp thuế giá trị gia tăng (GTGT) đầy đủ hàng tháng, có giấy nộp tiền vào ngân sách nhà nước rõ ràng, nhưng khi tra cứu trên dịch vụ công vẫn bị “treo nợ thuế” kéo dài, thậm chí còn bị gửi công văn yêu cầu tính phạt chậm nộp.

Trước hàng loạt “điểm nghẽn” này, đại diện ngành thuế Thành

phổ, ông Vũ Mạnh Cường - Trưởng Thuế Hà Nội đã trực tiếp đối thoại và đưa ra các hướng dẫn tháo gỡ.

Đối với vấn đề lỗi hệ thống kê khai, nguyên nhân được chỉ ra là do lượng truy cập đổ dồn vào kỳ quyết toán hoặc hệ thống đang bảo trì... Cơ quan thuế khuyến cáo người nộp thuế cần chụp và lưu lại hình ảnh chứng minh đây là lỗi khách quan, làm căn cứ giải trình, qua đó sẽ không bị xử lý phạt chậm nộp.

Về “nổi lo” hóa đơn điện tử cho khách lẻ không cung cấp thông tin, ông Cường hướng dẫn các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ trực tiếp đến người tiêu dùng nên sử dụng hóa đơn điện tử khởi tạo từ máy tính tiền. Ưu điểm của hình thức này là không bắt buộc ghi đầy đủ thông tin người mua trừ khi họ có yêu cầu.

Với trường hợp nộp đủ tiền nhưng vẫn bị “treo nợ thuế”, đại diện cơ quan thuế khuyến nghị người nộp thuế rà soát lại các thông tin

trên giấy nộp tiền. Trường hợp nếu phát hiện giấy nộp tiền có sai sót dẫn đến phát sinh tình trạng nợ thuế và tiền chậm nộp thì người nộp thuế lập thư tra soát mẫu số 01 theo Thông tư số 80 của Bộ Tài chính, nêu rõ thông tin sai, thông tin đúng và số tiền cần điều chỉnh.

Ngoài ra, cần kiểm tra xem doanh nghiệp có nộp nhầm mã số thuế (ví dụ chi nhánh nộp nhầm vào mã số công ty mẹ). Trong trường hợp này, doanh nghiệp cần lập thư tra soát mẫu số 01 để cơ quan thuế điều chỉnh; khi tra soát đúng, doanh nghiệp sẽ không bị tính tiền chậm nộp. Ngoài ra, để tránh trễ hạn hồ sơ bị từ chối, cơ quan thuế lưu ý doanh nghiệp cần theo dõi sát thời gian phản hồi tự động của hệ thống (thông báo tiếp nhận hồ sơ khai thuế điện tử được thực hiện chậm nhất là sau 15 phút kể từ khi nhận được hồ sơ; thông báo chấp nhận hay không chấp nhận hồ sơ khai thuế điện tử được gửi chậm nhất sau một ngày làm việc kể từ ngày ghi

trên thông báo tiếp nhận hồ sơ khai thuế) để kịp thời sửa đổi.

Nhằm giải quyết triệt để khó khăn trong dài hạn, Hiệp hội DNNVV TP Hà Nội cũng kiến nghị chính quyền và cơ quan thuế cần tiếp tục đơn giản hóa thủ tục kê khai, xây dựng bộ tài liệu hướng dẫn dễ hiểu theo từng loại hình doanh nghiệp, tư vấn miễn phí, đồng thời thiết lập đầu mối hỗ trợ nhanh chuyên biệt cho DNNVV.

Lắng nghe và tiếp thu các phản ánh, Chủ tịch UBND TP Hà Nội Vũ Đại Thắng thẳng thắn nhìn nhận một số lĩnh vực như thuế, hóa đơn điện tử, chuyển đổi số... vẫn còn nhiều vướng mắc trong quá trình triển khai thực tế. Người đứng đầu chính quyền thành phố cam kết sẽ chuyển mạnh tư duy từ “quản lý” sang “phục vụ”, tiếp tục đẩy mạnh cắt giảm thủ tục hành chính, đồng hành cùng doanh nghiệp xử lý dứt điểm các điểm nghẽn để khơi thông nguồn lực phát triển kinh tế Thủ đô trong kỷ nguyên mới.



ỨNG DỤNG AI TẠI DOANH NGHIỆP:

TỪ ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG ĐẾN QUẢN TRỊ RỦI RO

HIỀN THẢO

Với khoảng 93% doanh nghiệp trong nước sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trên nền tảng số, Việt Nam hiện đang nằm trong nhóm những quốc gia có tỷ lệ ứng dụng AI cao nhất thế giới. Từ xu hướng công nghệ, AI đang dần trở thành “lớp hạ tầng vận hành mới” của doanh nghiệp, thay đổi cách chăm sóc khách hàng, tiếp thị, quản trị và tối ưu hóa sản xuất.

Động lực bứt phá doanh thu và tối ưu hóa vận hành

Theo dữ liệu từ tập đoàn Nghiên cứu thị trường Kantar (Anh), hành vi của người tiêu dùng Việt Nam đang thay đổi nhanh chóng, với 89% người trưởng thành tương tác với doanh nghiệp qua tin nhắn hàng tuần và 78% có trải nghiệm tích cực với chatbot. Điều này đã biến “thương mại hội thoại” trở thành phương thức tiếp cận khách hàng chủ đạo. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) đang tận dụng triệt để lợi thế này.

Theo nghiên cứu của Công ty kiểm toán và tư vấn Deloitte (Anh), 86% SME ghi nhận tăng trưởng doanh thu từ quảng cáo cá nhân hóa, với tỷ suất lợi nhuận trên chi tiêu quảng cáo (ROAS) tăng trung bình 20% khi dùng các công cụ AI của Meta.

Một ví dụ là HADAKI, thương hiệu đồ bảo hộ thể thao Việt Nam.

Khi sử dụng Trợ lý kinh doanh Business AI trên Messenger, thương hiệu này đã tăng 20% tỷ lệ chuyển đổi, giải quyết tin nhắn nhanh gấp đôi và hỗ trợ khách hàng 24/7 với độ chính xác cao.

Không chỉ dừng lại ở khâu bán hàng, AI đang tham gia sâu vào quy trình quản trị nội bộ và sản xuất. Báo Ninh Bình cho biết, tại Công ty TNHH Thang máy Đức An, việc ứng dụng AI đã giúp rút ngắn thời gian lập kế hoạch, phân công công việc từ một tuần xuống chỉ còn một buổi làm việc. Trong lĩnh vực sản xuất công nghiệp, Công ty cổ phần sản xuất ô tô Hyundai Thành Công đã tích hợp hệ thống kiểm tra lỗi bằng AI như một “bộ lọc kỹ thuật số”, giúp phát hiện những lỗi cực nhỏ trên bề mặt sơn xe, đảm bảo tiêu chuẩn quốc tế trước khi xuất xưởng.

Trong lĩnh vực ngân hàng, Phó Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Phạm Tiến Dũng chia sẻ,



Sự bùng nổ của AI mang lại năng suất vượt trội nhưng cũng đẩy doanh nghiệp vào một chiến trường an ninh mạng khốc liệt.

AI đang được ứng dụng để phát hiện gian lận. Trong khi đó, ông Bùi Gia Hiếu - Giám đốc an toàn thông tin Ngân hàng MB, chia sẻ doanh nghiệp đang kỳ vọng sớm đưa AI vào hỗ trợ khách hàng, sử dụng dữ liệu lịch sử giao dịch để đưa ra các tư vấn tài chính cá nhân hóa.

Rủi ro bảo mật khi ứng dụng AI trong doanh nghiệp

Sự bùng nổ của AI mang lại năng suất vượt trội nhưng đồng thời cũng đẩy doanh nghiệp vào một chiến trường an ninh mạng khốc liệt.

Lấy ví dụ về việc một hãng xe tại Canada bị người dùng thao túng bằng vài câu lệnh “tẩy não”, khiến AI chatbot đồng ý bán chiếc xe trị giá 80.000 USD chỉ với giá 1 USD hay việc tin tặc có thể thao túng các tác nhân

AI (AI agents) để đánh cắp toàn bộ hộp thư email mà không cần xâm nhập hệ thống, ông Chu Gia Khôi - Giám đốc công nghệ của Check Point Software Technologies Việt Nam nhấn mạnh nguy cơ các AI chatbot bị tấn công chèn lệnh, có thể gây ra những hậu quả ngoài sức tưởng tượng.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp đang phải đối mặt với những mối đe dọa mang tính đặc thù của AI khi nhân viên tự ý sử dụng các công cụ AI cá nhân mà tổ chức không biết (shadow AI), dẫn đến việc vô tình dán các đoạn mã nguồn, báo cáo tài chính nội bộ hoặc email mật vào các công cụ chat AI gây rò rỉ dữ liệu nghiêm trọng.

“Hacker ngày xưa phải rất vất vả mới lấy được dữ liệu, nhưng ngày nay, nhân viên văn phòng

lại “tự nguyện trao đi”, ông Khôi ví von.

Cùng với đó, việc các kết quả đầu ra của AI khó kiểm chứng, nguy cơ dữ liệu huấn luyện đầu vào bị sai lệch hoặc thiên vị cũng đang tạo ra những thách thức lớn về quản trị rủi ro.

Để làm chủ công nghệ này, các tổ chức cần tiếp cận theo hướng song hành: vừa triển khai AI an toàn (Security for AI), vừa dùng AI để tăng cường phòng thủ (AI for Security). Các doanh nghiệp bắt buộc phải xây dựng các giải pháp an toàn thông tin, quy định và chính sách phù hợp và chặt chẽ trước khi mở rộng sử dụng AI. Lộ trình an toàn nhất là bắt đầu thử nghiệm đưa AI vào các khu vực ít rủi ro để học hỏi và thiết lập cơ chế giám sát, sau đó mới dần đưa vào các hệ thống lõi của tổ chức.



HOÀNG NGHIỆP

Những tháng đầu năm 2026, phường Hà Tiên (An Giang) ghi nhận bức tranh kinh tế - xã hội ổn định, với điểm nhấn nổi bật là quá trình chuyển đổi số được đẩy mạnh trong quản lý nhà nước, thương mại và quảng bá du lịch, góp phần nâng cao hiệu quả điều hành và trải nghiệm của người dân, du khách.

Thương mại - dịch vụ giữ nhịp tăng trưởng, du lịch khởi sắc

Trong quý 1/2026, hoạt động thương mại trên địa bàn phường Hà Tiên diễn ra sôi động, đặc biệt trong dịp trước, trong và sau Tết Nguyên đán. Tổng mức bán lẻ hàng hóa ước đạt hơn 944,3 tỷ đồng, phản ánh sức mua ổn định và nhu cầu tiêu dùng tăng cao của người dân.

Các cơ sở kinh doanh chủ động nguồn hàng, đảm bảo cung ứng đầy đủ, không để xảy ra tình trạng khan hiếm hoặc tăng giá bất hợp lý. Công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường được tăng cường, với 91 cơ sở sản xuất - kinh doanh được kiểm tra, trong đó có 12 cửa hàng xăng dầu. Qua kiểm tra cho thấy cơ bản các cơ

sở chấp hành tốt quy định về giá, an toàn thực phẩm và nguồn gốc hàng hóa.

Hoạt động xuất nhập khẩu tiếp tục duy trì đà tăng, với tổng kim ngạch đạt 11,91 triệu USD, trong đó xuất khẩu đạt 6,71 triệu USD và nhập khẩu đạt 5,20 triệu USD. Đây là tín hiệu tích cực trong bối cảnh kinh tế khu vực còn nhiều biến động.

Đáng chú ý, lĩnh vực du lịch có bước phục hồi rõ nét. Hà Tiên đã đẩy mạnh quảng bá, xúc tiến thông qua các kênh trực tuyến, mạng xã hội và tham gia nhiều sự kiện lớn như: hội nghị du lịch vùng, hội chợ mùa xuân tại Hà Nội... Qua đó, thu hút khoảng 873.560 lượt khách đến tham quan trong quý.

Cùng với đó, công tác đảm bảo an ninh trật tự, vệ sinh môi trường tại các điểm du lịch được chú trọng; các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch thực hiện niêm yết giá và đảm bảo an toàn thực phẩm, góp phần xây dựng hình ảnh điểm đến thân thiện, an toàn.

Chuyển đổi số - “đòn bẩy” hướng tới đô thị biển thông minh

Không chỉ duy trì tăng trưởng truyền thống, phường Hà Tiên đang nổi lên như một điểm sáng về ứng dụng công nghệ và chuyển đổi số ở cấp cơ sở.

Trong quý 1/2026, địa phương tiếp tục triển khai các chương trình theo định hướng của Chính phủ và tỉnh An Giang về phát triển chính quyền số, kinh tế số

và xã hội số. Việc ứng dụng chữ ký số, số hóa hồ sơ, cung cấp dịch vụ công trực tuyến được đẩy mạnh.

Trung tâm phục vụ hành chính công của phường đã tiếp nhận 2.521 hồ sơ, trong đó tỷ lệ giải quyết đúng hạn đạt gần 98,9%. Đặc biệt, tỷ lệ hồ sơ thực hiện số hóa đầu vào và kết quả giải quyết đạt trên 99%, cho thấy hiệu quả rõ rệt của chuyển đổi số trong cải cách hành chính.

Song song đó, hoạt động thanh toán trực tuyến được mở rộng, với hơn 1.500 hồ sơ thanh toán không dùng tiền mặt, góp phần nâng cao tính minh bạch và tiện lợi cho người dân, doanh nghiệp.

Trong lĩnh vực thương mại, các hộ kinh doanh và doanh nghiệp từng bước tiếp cận nền tảng số, từ bán hàng online, quảng bá trên mạng xã hội đến ứng dụng công nghệ quản lý. Đây được xem là hướng đi tất yếu giúp nâng cao năng lực cạnh tranh trong bối cảnh kinh tế số.

Ông Trần Hải Quốc - Phó Bí thư, Chủ tịch UBND phường Hà Tiên, cho biết, chuyển đổi số không chỉ là xu hướng mà là yêu cầu bắt buộc để địa phương phát triển nhanh và bền vững.

“Hà Tiên xác định lấy người dân và doanh nghiệp làm trung tâm, từ đó đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong quản lý, cung cấp dịch vụ công và hỗ trợ sản xuất - kinh doanh”, ông Quốc nhấn mạnh.

Theo ông Quốc, bên cạnh chuyển đổi số, Hà Tiên cũng chú trọng phát triển kinh tế biển gắn với bảo vệ môi trường và nâng cao chất lượng sống đô thị.

Trong lĩnh vực thủy sản, tổng sản lượng khai thác và nuôi trồng đạt khoảng 4.714 tấn, trong đó khai thác chiếm 3.241 tấn. Công tác chống khai thác IUU được triển khai quyết liệt, với 94,03% tàu cá đã được cấp phép hoạt động hợp lệ.

Địa phương cũng tổ chức thả giống tái tạo nguồn lợi thủy sản, góp phần phục hồi hệ sinh thái biển. Đồng thời, tăng cường kiểm tra, giám sát hoạt động tàu cá, đảm bảo tuân thủ quy định pháp luật.

Về đầu tư công, kế hoạch năm 2026 được giao hơn 257,9 tỷ đồng, với 19 công trình. Trong quý I, đã giải ngân khoảng 14 tỷ đồng, đạt 5,43% kế hoạch. Các dự án tập trung vào hạ tầng giao thông, đô thị và dịch vụ, tạo nền tảng cho phát triển lâu dài.

Ở lĩnh vực an sinh xã hội, địa phương giải quyết việc làm cho 98 lao động, thực hiện chi trả trợ cấp cho người có công với tổng số tiền gần 792 triệu đồng, cùng nhiều chính sách hỗ trợ khác.

“Hà Tiên đang hướng đến mô hình đô thị biển thông minh, nơi kinh tế - công nghệ - du lịch phát triển hài hòa. Chúng tôi tập trung cải thiện

môi trường đầu tư, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và thúc đẩy đổi mới sáng tạo để thu hút doanh nghiệp”, ông Quốc cho biết.

Dù đạt nhiều kết quả tích cực, Hà Tiên vẫn đối mặt với một số khó khăn như tiến độ giải ngân đầu tư công còn chậm, tình trạng buôn bán tự phát và áp lực quản lý đô thị trong mùa cao điểm du lịch.

Tuy nhiên, với định hướng rõ ràng và sự chủ động trong điều hành, địa phương đang từng bước tháo gỡ vướng mắc, tạo động lực tăng trưởng mới.

Việc đẩy mạnh chuyển đổi số, kết hợp phát triển thương mại - dịch vụ - du lịch và kinh tế biển, đang mở ra không gian phát triển rộng lớn cho Hà Tiên. Trong bối cảnh liên kết vùng ngày càng chặt chẽ, đặc biệt với khu vực ven biển Tây Nam, Hà Tiên có cơ hội trở thành điểm kết nối quan trọng trong chuỗi giá trị kinh tế - du lịch của tỉnh An Giang.

Với nền tảng hiện có cùng quyết tâm đổi mới, Hà Tiên không chỉ giữ vai trò là đô thị cửa ngõ mà còn đang chuyển mình trở thành trung tâm kinh tế biển năng động, thích ứng nhanh với xu thế số hóa và hội nhập khu vực.



Trung tâm Thương mại Hà Tiên về đêm.



Nghị quyết số 109/NQ-CP xác định lấy khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số làm động lực chính của tăng trưởng kinh tế.

KHOA HỌC - CÔNG NGHỆ VÀ CHUYỂN ĐỔI SỐ TRỞ THÀNH TRUNG TÂM CỦA MÔ HÌNH TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ MỚI

THẢO HÀ

Chính phủ vừa ban hành Nghị quyết số 109/NQ-CP cập nhật và bổ sung Chương trình hành động thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, tài chính quốc gia, vay và trả nợ công, đầu tư công trung hạn 5 năm 2026 - 2030, trong đó xác định mô hình tăng trưởng mới dựa vào khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số.

Chuyển dịch sang các ngành công nghiệp mũi nhọn và công nghệ lõi

Theo Nghị quyết, thay vì chỉ dựa vào các động lực tăng trưởng truyền thống, mô hình tăng trưởng mới của kinh tế Việt Nam lấy việc phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số làm động lực

chính. Hướng tới việc làm chủ công nghệ nguồn, công nghệ lõi, công nghệ số và công nghệ sinh học, Nghị quyết đồng thời đặt mục tiêu từng bước tham gia sâu vào chuỗi giá trị công nghệ cao toàn cầu.

Việc chú trọng nghiên cứu cơ bản được đặt ra gắn với định hướng ứng dụng, làm chủ công

nghệ, nhất là những lĩnh vực Việt Nam có nhu cầu, tiềm năng và lợi thế.

Chính phủ nhấn mạnh việc ưu tiên phát triển và làm chủ công nghệ sản xuất trong các ngành công nghiệp mới nổi như chip bán dẫn, trí tuệ nhân tạo (AI), robot và tự động hóa, vật liệu tiên tiến, năng lượng tái tạo...

Ngoài ra, Nghị quyết cũng chỉ ra rằng Việt Nam cần nâng cao tiềm lực khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo quốc gia, đưa một số lĩnh vực quan trọng đạt trình độ tiên tiến, thuộc nhóm dẫn đầu trong các nước có thu nhập trung bình cao. Khẩn trương hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách, tháo gỡ dứt điểm các nút thắt, rào cản trong hoạt động khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo gắn với kết quả đầu ra và chấp nhận rủi ro có kiểm soát, trọng tâm là cơ chế quản lý, cơ chế tài chính - đầu tư, cơ chế cho các đơn vị sự nghiệp khoa học, công nghệ.

Đồng thời, chính phủ sẽ xây dựng và triển khai các khuôn khổ pháp lý, cơ chế, chính sách thử nghiệm, thí điểm vượt trội trong khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo. Thúc đẩy mạnh mẽ hoạt động khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số trong doanh nghiệp gắn với khuyến khích doanh nghiệp đầu tư phát triển và ứng dụng khoa học, công nghệ, nhất là công nghệ mới, công nghệ cao, công nghệ chiến lược.

Để kiến tạo hệ sinh thái cho mô hình này, Chính phủ sẽ tập trung nguồn lực xây dựng các trung tâm nghiên cứu, thử nghiệm, phòng thí nghiệm trọng điểm quốc gia, chú trọng các phòng thí nghiệm dành cho nhóm ngành công nghệ chiến lược. Ngoài ra, Chính phủ cũng sẽ tăng cường đầu tư hạ tầng cho khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo, nhất là hạ tầng số và cơ sở dữ liệu lớn.

Số hóa toàn diện và thể chế mở cho đổi mới sáng tạo

Nghị quyết đặt ra yêu cầu số hóa toàn diện hoạt động quản lý nhà



Các cơ chế thử nghiệm có kiểm soát (sandbox) sẽ được áp dụng rộng rãi trong các lĩnh vực mới.

nước, triển khai hiệu quả Đề án 06 và ứng dụng mạnh mẽ AI, trợ lý ảo trong công tác quản lý, điều hành. Bên cạnh đó, hành lang pháp lý sẽ được mở rộng để quản lý và thúc đẩy phát triển các mô hình kinh tế mới như tài sản số, tiền kỹ thuật số, kinh tế không gian tầm thấp.

Đặc biệt, để không làm cản trở sự sáng tạo, phương thức quản lý nhà nước sẽ được chuyển mạnh từ “tiền kiểm” sang “hậu kiểm”. Các cơ chế thử nghiệm có kiểm soát (sandbox) sẽ được áp dụng rộng rãi trong các lĩnh vực mới như công nghệ tài chính (Fintech), trí tuệ nhân tạo và chuyển đổi năng lượng. Toàn bộ quy trình giải quyết thủ tục hành chính sẽ được số hóa và liên thông dữ liệu, hướng tới mục tiêu đưa môi trường đầu tư của Việt Nam lọt vào nhóm 30 quốc gia hàng đầu thế giới vào năm 2028.

Nhận thức rõ con người là nền tảng của đổi mới sáng tạo, Kế hoạch 2026 - 2030 nhấn mạnh vai trò của đào tạo nhân lực. Đáng chú ý nhất là định hướng đưa giáo dục kỹ năng số và trí tuệ nhân tạo vào hệ thống giáo dục quốc dân ngay từ chương trình mầm non. Phương thức giáo dục STEAM (Khoa học, Kỹ

thuật, Công nghệ, Nghệ thuật, Toán học) và nghiên cứu khoa học, phát triển năng lực số cũng sẽ được đẩy mạnh tại các trường phổ thông.

Ở bậc giáo dục đại học và đào tạo nghề, nguồn lực sẽ được tập trung tối đa để đào tạo nhân lực chất lượng cao theo chuẩn quốc tế cho các ngành mũi nhọn về khoa học công nghệ, quản trị thông minh, khoa học cơ bản như AI, an ninh mạng, chuỗi khối (blockchain), chip bán dẫn, không gian vũ trụ, robot... Song song với đó, Việt Nam sẽ triển khai các cơ chế vượt trội nhằm thu hút, trọng dụng nhân tài, các chuyên gia, nhà khoa học đầu ngành và các “tổng công trình sư” để trực tiếp dẫn dắt công cuộc đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia.

Bản cập nhật Kế hoạch phát triển giai đoạn 2026 - 2030 cho thấy một tầm nhìn chiến lược và quyết liệt của Chính phủ. Việc đặt khoa học công nghệ và số hóa vào vị trí trung tâm không chỉ là một giải pháp kinh tế, mà còn là con đường tất yếu để Việt Nam theo kịp xu hướng toàn cầu, nâng cao năng lực nội sinh và hiện thực hóa kỷ nguyên tăng trưởng đột phá.





Trong bối cảnh thị trường mỹ phẩm ngày càng cạnh tranh, việc đưa một nguyên liệu truyền thống như trầm hương vào các sản phẩm chăm sóc cá nhân không phải là lựa chọn dễ dàng. Nhưng với doanh nhân Lê Quang Việt - Giám đốc Công ty TNHH Hoa Liên Viên, đó lại là con đường ông kiên trì theo đuổi suốt nhiều năm.

Khởi đầu từ một ý tưởng khác biệt

Theo doanh nhân Lê Quang Việt, ý tưởng phát triển sản phẩm từ trầm hương đến khá tình cờ. Từ một “cái duyên” với loại gỗ quý vốn gắn với đời sống tâm linh, ông đặt câu hỏi: vì sao trầm hương - được xem là tinh hoa của tự nhiên - lại chỉ xuất hiện trong không gian thờ tự hoặc sản phẩm cao cấp, mà chưa đi vào đời sống hàng ngày?

Từ đó, ông lựa chọn một hướng đi không phổ biến: phát triển các sản phẩm chăm sóc cá nhân như dầu gội, sữa tắm, nước hoa... có thành phần từ trầm hương, để đưa giá trị này đến gần hơn với người tiêu dùng.

Ý tưởng là một chuyện, hiện thực hóa lại là hành trình nhiều thách thức. Theo ông Việt, khó khăn lớn nhất không nằm ở thị trường, mà ở công nghệ.

“Làm sao để chiết xuất được tinh chất trầm hương, giữ được đặc tính quý, nhưng vẫn bảo đảm an toàn cho người dùng - đó là bài toán không đơn giản”, ông chia sẻ.

Để giải quyết bài toán này, Hoa Liên Viên đã lựa chọn hợp tác với các chuyên gia, nhà khoa học thuộc Viện Công nghệ và Sức khỏe. Hàng loạt thử nghiệm được thực hiện trong thời gian dài nhằm tìm ra công thức phù hợp, cân bằng giữa yếu tố truyền thống và tiêu chuẩn khoa học hiện đại.

Kết quả là bộ sản phẩm chăm sóc cá nhân mang thương hiệu UNI chính thức ra đời vào năm 2025. Các sản phẩm như dầu gội, dầu xả, sữa tắm hay nước hoa đều được phát triển theo hướng ứng dụng công nghệ chiết xuất, bảo đảm tính an toàn, lành tính và ổn định chất lượng.

Theo TS Lê Hữu Thi - Viện trưởng Viện Công nghệ và Sức khỏe, mỗi sản phẩm đều trải qua quá



trình nghiên cứu kỹ lưỡng, đáp ứng các tiêu chí về sức khỏe và trải nghiệm người dùng. Việc Hoa Liên Viên được trao danh hiệu “Thương hiệu vì Sức khỏe cộng đồng” cũng là sự ghi nhận cho hướng đi này.

Đưa trầm hương vào đời sống

Không dừng lại ở yếu tố kỹ thuật, doanh nhân Lê Quang Việt xác định sản phẩm phải gắn với nhu cầu thực tế. Thay vì chỉ dừng ở giá trị biểu tượng, trầm hương được “chuyên hóa” thành những sản phẩm sử dụng hàng ngày.

Bộ sản phẩm UNI hiện gồm nước hoa với các dòng hương trầm, hương sen và kết hợp trầm - sen; cùng các sản phẩm chăm sóc cơ thể như dầu gội, dầu xả, sữa tắm. Các sản phẩm hướng đến khả năng làm sạch, dưỡng tóc, dưỡng da, đồng thời mang lại cảm giác thư giãn từ mùi hương.

Theo định vị của doanh nghiệp, nhóm khách hàng chính là những người có thu nhập ổn định, quan tâm đến sức khỏe và trải nghiệm cá nhân, trong đó có cả doanh nhân, nhân sự quản lý và người tiêu dùng trung lưu. Bên cạnh đó, sản phẩm cũng được phát triển theo hướng quà tặng mang tính văn hóa.

THƯƠNG HIỆU



TS Lê Hữu Thi - Viện trưởng Viện Công nghệ và Sức khỏe trao tặng danh hiệu “Thương hiệu vì Sức khỏe cộng đồng” cho doanh nhân Lê Quang Việt.



Khách hàng trải nghiệm sản phẩm của Hoa Liên Viên.



Sản phẩm của Hoa Liên Viên là kết quả của ứng dụng công nghệ hiện đại, bảo đảm an toàn, lành tính và mang lại trải nghiệm thú vị cho người dùng.

Một điểm xuyên suốt trong quá trình phát triển của Hoa Liên Viên là yếu tố bền vững. Doanh nghiệp lựa chọn nguyên liệu trầm hương có nguồn gốc rõ ràng, chú trọng quy trình sản xuất thân thiện môi trường và hướng tới bảo tồn nguồn tài nguyên.

Doanh nhân Lê Quang Việt cho rằng, phát triển sản phẩm từ thiên nhiên không chỉ là câu chuyện

kinh doanh, mà còn là trách nhiệm với môi trường và giá trị bản địa. “Khi làm sản phẩm từ trầm hương, chúng tôi luôn ý thức phải tôn trọng và gìn giữ nguồn nguyên liệu này”, ông Việt chia sẻ.

Sau khi ra mắt thị trường, thương hiệu UNI được xem là bước đi mới của Hoa Liên Viên trong việc kết hợp giữa truyền thống và công nghệ. Tuy nhiên, theo doanh nhân Lê Quang Việt, đây mới chỉ là giai đoạn khởi đầu.

Trong thời gian tới, doanh nghiệp tiếp tục hoàn thiện sản phẩm, mở rộng thị trường và từng bước đưa thương hiệu ra quốc tế. Mục tiêu không chỉ là phát triển kinh doanh, mà còn góp phần xây dựng hình ảnh sản phẩm Việt có giá trị, có câu chuyện và có nền tảng khoa học.

Từ một ý tưởng ban đầu mang tính thử nghiệm, hành trình của doanh nhân Lê Quang Việt cho thấy sự kiên trì theo đuổi mục tiêu, đặc biệt là trong việc ứng dụng công nghệ để nâng tầm giá trị truyền thống. Đây cũng là hướng đi đang được nhiều doanh nghiệp quan tâm trong bối cảnh người tiêu dùng ngày càng đề cao yếu tố tự nhiên, an toàn và bền vững.

DOANH NGHIỆP THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA: PHÁT TRIỂN MẠNH VỀ BỀ RỘNG NHƯNG THIẾU CHIỀU SÂU



Năm 2025, giá trị thương hiệu quốc gia Việt Nam tăng 63%, trong khi tổng giá trị của Top 100 doanh nghiệp hàng đầu lại giảm 14%, chỉ đạt hơn 36 tỷ USD...

Phát biểu tại diễn đàn Thương hiệu quốc gia Việt Nam 2026 giữa tháng 4/2026 tại Hà Nội, Thủ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Sinh Nhật Tân cho biết,

năm 2026 mở đầu cho giai đoạn phát triển kinh tế - xã hội 2026-2030, với yêu cầu chuyển mạnh sang mô hình tăng trưởng dựa trên năng suất, chất lượng và tính

tự chủ, lấy chuyển đổi số, chuyển đổi xanh và phát triển bền vững làm động lực chủ yếu.

Trong bối cảnh đó, thương hiệu quốc gia không còn là câu chuyện quảng bá hay xúc tiến thương mại đơn thuần mà phải được nhìn nhận như một tài sản chiến lược, phản ánh năng lực



Ông Hoàng Minh Chiến - Phó Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại.

tổng thể và uy tín của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu.

“Xây dựng thương hiệu quốc gia trong kỷ nguyên mới không chỉ là hình ảnh ‘Made in Vietnam’, mà còn là xây dựng uy tín quốc gia và sức mạnh mềm”, ông Tân nhấn mạnh.

Sau hơn hai thập kỷ triển khai, Chương trình Thương hiệu quốc gia đã ghi nhận những kết quả tích cực, với số lượng doanh nghiệp đạt danh hiệu tăng đều qua các kỳ xét chọn, góp phần nâng cao nhận thức và thúc đẩy đổi mới công nghệ trong cộng đồng doanh nghiệp. Tuy nhiên, theo lãnh đạo Bộ Công Thương, những tiêu chuẩn mới về kinh tế xanh, kinh tế số và trách nhiệm xã hội đang đặt ra yêu cầu cấp thiết: Việt Nam cần thoát khỏi vị thế gia công giá trị thấp, chuyển sang làm chủ công nghệ và thương hiệu.

Phân tích sâu về sự tăng trưởng nóng và những nghịch lý nội tại, ông Hoàng Minh Chiến - Phó Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại cho biết, từ 30 doanh nghiệp ban đầu, đến nay đã có gần 200 doanh nghiệp được công nhận Thương hiệu quốc gia. Nhiều doanh nghiệp Việt đã hiện diện trong các bảng xếp hạng quốc tế uy tín, như Vietcombank, BIDV, VietinBank trong Top 500 ngân hàng hàng toàn cầu; Vinamilk vào Top 50 doanh nghiệp sữa lớn nhất thế giới; Viettel dẫn đầu viễn thông khu vực Đông Nam Á.

Dù vậy, ông Chiến thẳng thắn nhìn nhận một thực tế: thương hiệu quốc gia tăng trưởng nhanh về giá trị nhưng sức mạnh nội tại của doanh nghiệp chưa tương xứng. Cụ thể, năm 2025, giá trị thương hiệu quốc gia Việt Nam tăng 63%, trong khi tổng giá trị của Top 100 doanh nghiệp hàng đầu lại giảm 14%, chỉ đạt hơn 36 tỷ USD.

“Chúng ta đang phát triển mạnh về bề rộng nhưng thiếu chiều sâu - mà chiều sâu chính là giá trị”, ông Chiến nói, đồng thời chỉ ra điểm yếu cốt lõi là Việt Nam vẫn chủ yếu nằm ở phân khúc giá trị thấp trong chuỗi cung ứng, mạnh về sản xuất nguyên liệu nhưng yếu về thiết kế, sáng tạo và xây dựng thương hiệu riêng (OBM).

Theo ông Chiến, trong giai đoạn tới, thương hiệu quốc gia phải trở thành một cấu phần thực chất của năng lực cạnh tranh, đòi hỏi doanh nghiệp chuyển từ gia công sang sáng tạo, từ sản xuất theo đơn hàng sang phát triển sản phẩm mang dấu ấn riêng, đồng thời đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế về môi trường, quản trị và trách nhiệm xã hội.

Chia sẻ kinh nghiệm quốc tế, Tiến sĩ Santiago Velasquez (Đại học RMIT Việt Nam) cho rằng, một quốc gia không thể phát

triển dần trải, mà cần lựa chọn một trụ cột thể mạnh để tạo “đòn bẩy”. Chuyên gia dẫn chứng Đức với tiêu chuẩn chất lượng cao, Singapore với năng lực quản trị, hay Estonia với nền tảng số hóa.

Với Việt Nam, chuyên gia đề xuất cần tận dụng thể mạnh về văn hóa, ẩm thực và con người để tạo cộng hưởng cảm xúc toàn cầu; đồng thời gắn chiến lược thương hiệu với chuyển đổi số và kể câu chuyện quốc gia một cách nhất quán.

“Tăng 1% sức mạnh mềm có thể giúp tăng khoảng 0,8% kim ngạch xuất khẩu - đây là con số rất ý nghĩa về mặt kinh tế”, ông Santiago Velasquez nhấn mạnh.

Từ góc nhìn doanh nghiệp, ông Đinh Hồng Kỳ - Chủ tịch HĐQT CTCP Secoin cho rằng xây dựng thương hiệu không còn là lựa chọn mà là con đường tất yếu nếu muốn tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu. Doanh nghiệp Việt không nhất thiết phải chạy theo quy mô, mà cần xác định bản sắc riêng và kiên trì theo đuổi.

Cho rằng Secoin cạnh tranh bằng bản sắc, ông Kỳ nhấn mạnh một thương hiệu bền vững phải được xây dựng trên nhiều yếu tố, trong đó chất lượng là điều kiện cần, còn sự khác biệt và câu chuyện văn hóa mới là yếu tố quyết định. Thiết kế được xem là yếu tố then chốt, đặc biệt trong các ngành giàu tính thẩm mỹ, khi phần lớn quyết định mua hàng đến từ cảm xúc.

Cùng đó, các tiêu chuẩn về môi trường, xã hội và quản trị đang



Tiến sĩ Santiago Velasquez (Đại học RMIT Việt Nam).

trở thành điều kiện bắt buộc, không còn là lợi thế cộng thêm nếu doanh nghiệp muốn chinh phục thị trường quốc tế.

Trong bối cảnh nền kinh tế chuyển mạnh sang mô hình tăng trưởng dựa trên khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và phát triển bền vững, Thứ trưởng Nguyễn Sinh Nhật Tân cho rằng, phải dịch chuyển từ tăng trưởng theo chiều rộng sang chiều sâu. Điều này đồng nghĩa với việc thương hiệu quốc gia cũng phải chuyển từ mở rộng số lượng sang nâng cao chất lượng, giá trị và khả năng cạnh tranh thực chất của sản phẩm, dịch vụ.

Để thương hiệu quốc gia thực sự trở thành một động lực quan trọng trong nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, Thứ trưởng đề xuất một số định hướng trọng tâm. Trong đó, cần coi đẩy mạnh chuyển đổi xanh và chuyển đổi số là yêu cầu tất yếu để nâng cao

chất lượng tăng trưởng và khả năng cạnh tranh. Doanh nghiệp cần chủ động ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data) vào quản trị và sản xuất; đồng thời tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn môi trường và phát triển bền vững.

Xây dựng chiến lược phát triển thị trường quốc tế một cách chủ động, bài bản và dài hạn, gắn với chiến lược xây dựng và bảo vệ thương hiệu. Tận dụng hiệu quả các Hiệp định thương mại tự do (FTA), gắn liền với bảo vệ tài sản trí tuệ và đẩy mạnh thương mại điện tử xuyên biên giới để nâng cao giá trị thương hiệu trên thị trường toàn cầu.

Việc phát huy giá trị văn hóa nội sinh, khai thác bản sắc văn hóa và giá trị nhân văn của con người Việt Nam để tạo ra sự khác biệt bền vững cho sản phẩm, dịch vụ cũng là điều doanh nghiệp cần lưu tâm.



Khai thác chiều sâu văn hoá để nâng tầm thương hiệu Việt

THANH HẰNG



THƯƠNG HIỆU

Từ câu chuyện văn hóa đến chiến lược truyền thông quốc gia, giới chuyên gia cũng như cơ quan quản lý nhận định thương hiệu Việt vẫn còn nhiều dư địa để bứt phá nếu biết khai thác đúng “nội lực” sẵn có và chuyển hóa thành giá trị cạnh tranh trên thị trường quốc tế.



Theo ông Lại Tiến Mạnh - Chuyên gia thương hiệu Mibrand Vietnam cho rằng, Việt Nam đang sở hữu một lợi thế đặc biệt trong xây dựng thương hiệu quốc gia, đó là nền tảng văn hóa đa sắc tộc, giàu bản sắc và giàu cảm xúc - yếu tố có khả năng tạo ấn tượng mạnh với bạn bè quốc tế.

Nhiều du khách nước ngoài khi đến Việt Nam thường bị cuốn hút bởi những hình ảnh quen thuộc như tà áo dài, nón lá hay trang phục thổ cẩm của đồng bào dân tộc. Đây không chỉ là biểu tượng văn hóa mà còn là “chất liệu thương hiệu” có khả năng đi thẳng vào cảm xúc của người tiêu dùng toàn cầu.

Tuy nhiên, theo ông Mạnh, nghịch lý hiện nay là chính người

Việt vẫn chưa thực sự nhận diện hết giá trị của những tài sản văn hóa đang nắm giữ.

“Chúng ta có ‘vàng trong tay’ nhưng chưa biết cách khai thác”, chuyên gia Lại Tiến Mạnh nhấn mạnh.

Việc tiếp xúc hằng ngày khiến nhiều giá trị văn hóa trở nên quen thuộc đến mức bị xem là bình thường, trong khi ở góc nhìn quốc tế, đó lại là những yếu tố khác biệt mà không nhiều quốc gia có được.

Dẫn chứng từ Hàn Quốc, ông Mạnh cho rằng quốc gia này đã rất thành công khi biến văn hóa thành động lực xây dựng thương hiệu quốc gia, từ K-pop, phim ảnh đến ẩm thực và hàng tiêu dùng. Thành công đó cho thấy văn hóa hoàn toàn có thể trở

thành đòn bẩy lan tỏa hình ảnh đất nước và thúc đẩy xuất khẩu.

Do vậy, doanh nghiệp Việt cần thay đổi tư duy, chủ động gắn kết thương hiệu với các giá trị văn hóa bản địa, bởi đây là con đường hiệu quả để tạo sự khác biệt và gia tăng sức cạnh tranh. Những yếu tố văn hóa không chỉ giúp thương hiệu dễ được nhận diện mà còn tạo ra sự kết nối cảm xúc mạnh mẽ với khách hàng.

Ở góc độ cơ quan quản lý, bà Tạ Hoàng Lan - Phó Trưởng phòng, Phòng Phát triển Năng lực XTMM, Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) chia sẻ, thời gian vừa qua Đảng và Nhà nước đã ban hành Nghị quyết 80 trong đó tập trung vào rất nhiều vấn đề văn hoá không chỉ sản phẩm phim ảnh, tác phẩm nghệ thuật mà còn

có sản phẩm văn hoá mà tiến tới xây dựng nền công nghiệp văn hóa. Mục tiêu là phát huy ba yếu tố cốt lõi: bản sắc, giá trị và tinh thần văn hóa Việt Nam trong mọi lĩnh vực, không chỉ giới hạn ở di tích lịch sử hay các tác phẩm nghệ thuật, mà còn mở rộng sang các ngành công nghiệp.

Cùng đó, thời gian qua Thủ tướng đã ban hành Quyết định 626 về Chiến lược vươn ra thế giới, trong đó có nhiều nội dung liên quan đến đẩy mạnh sản phẩm văn hóa Việt Nam Go Global. Điều này cho thấy Nhà nước ngày càng nhận thức rõ vai trò, vị trí của văn hóa như một nền tảng, một “gốc rễ” quan trọng của quốc gia.

Bên cạnh nỗ lực từ doanh nghiệp, bà Tạ Hoàng Lan cho rằng truyền thông quốc gia đóng vai trò như một “tấm hộ chiếu” cho thương hiệu Việt trên thị trường quốc tế.

Khi có một chiến lược truyền thông quốc gia đồng bộ, hình ảnh sản phẩm Việt Nam sẽ được nhận diện nhất quán ở nhiều thị trường, từ đó nâng cao niềm tin của người tiêu dùng và nhà nhập khẩu.

“Định vị quốc gia không chỉ dừng ở việc Việt Nam là nơi sản xuất, mà cần hướng tới hình ảnh một quốc gia cung cấp các sản phẩm có giá trị gia tăng cao, hàm lượng công nghệ lớn và đáp ứng tiêu chuẩn xanh”, bà Lan nhấn mạnh.

Để xây dựng hình ảnh “Made in Vietnam” bền vững hơn, đại diện Bộ Công Thương cho biết thời gian tới sẽ tập trung vào ba hướng lớn gồm đẩy mạnh truyền thông số, mở rộng kênh thương mại điện tử xuyên biên giới và hình thành cộng đồng doanh nghiệp thương hiệu quốc gia.

Theo đó, thay vì chỉ dựa vào các kênh truyền thống, hoạt động quảng bá sẽ được chuyển mạnh sang nền tảng số, tối ưu hóa hiện diện trực tuyến và số hóa toàn bộ hệ thống nhận diện thương hiệu.

Ở góc độ doanh nghiệp, theo ông Trần Đình Tài - Phó Tổng Giám đốc, Công ty cổ phần Tập đoàn Hoa Sen, thương hiệu cũng giống như “sức khỏe” của doanh nghiệp, nếu không được đầu tư và bồi đắp thường xuyên sẽ suy giảm, kéo theo sự mai một uy tín trên thị trường.

Cốt lõi của xây dựng thương hiệu là tạo dựng niềm tin. Khi có niềm tin, khách hàng không chỉ lựa chọn sản phẩm mà còn gắn bó lâu dài với doanh nghiệp. Trong suốt 25 năm phát triển, Tập đoàn Hoa Sen kiên định với triết lý “trung thực - cộng đồng - phát triển”, trong đó yếu tố cộng đồng được cụ thể hóa bằng các hoạt động mang giá trị thực chất, hướng đến cảm xúc và sự kết nối với người tiêu dùng.

“Chúng tôi không chọn cách làm PR ồn ào hay tạo hiệu ứng nhất thời, mà tập trung xây dựng các chương trình có chiều sâu để tạo dựng niềm tin bền vững với khách hàng trong nước trước khi vươn ra quốc tế,” ông Tài chia sẻ.

Dù đã tạo được độ nhận diện rộng rãi trong nước và từng bước mở rộng ra quốc tế, hành trình xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp vẫn đối mặt không ít thách thức. Trong nhiều hoạt động xúc tiến thương mại quốc tế, Hoa Sen vẫn phải “tự thân vận động”, đặc biệt khi tham gia các hội chợ, triển lãm lớn.

Từ thực tế này, ông Tài kiến nghị cần tăng cường sự phối hợp giữa doanh nghiệp và cơ quan quản lý, nhất là Bộ Công Thương cùng các trung tâm xúc tiến thương mại, nhằm hình thành các nền tảng hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá thương hiệu ra nước ngoài một cách bài bản hơn.

Bên cạnh đó, cần đẩy mạnh tổ chức các sự kiện, triển lãm quốc tế ngay trong nước để thu hút đối tác toàn cầu. Nếu có những nền tảng kết nối đủ mạnh, doanh nghiệp sẽ không phải “đi một mình” mà có thể tạo thành sức mạnh cộng hưởng để đưa thương hiệu Việt vươn xa.

Hoa Sen kỳ vọng về một sự liên kết chặt chẽ hơn giữa doanh nghiệp - Nhà nước - các tổ chức xúc tiến, nhằm hình thành cộng đồng Thương hiệu Quốc gia đủ mạnh, tạo nền tảng để thương hiệu Việt khẳng định vị thế trên bản đồ kinh tế toàn cầu.



DOANH NGHIỆP CẦN GÌ ĐỂ XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU

Ở TẦM VÓC QUỐC GIA VÀ TOÀN CẦU?

MINH HÀ



Ông Lai Tiến Mạnh - chuyên gia thương hiệu Mibrand Vietnam.

Chỉ khi hội tụ đầy đủ các yếu tố từ quy mô, tiềm lực, năng lực thực thi đến quyết tâm của lãnh đạo, doanh nghiệp mới có thể bước vào hành trình xây dựng thương hiệu ở tầm vóc quốc gia và toàn cầu.

“Nội lực” không chỉ là khái niệm trừu tượng

Báo cáo mới nhất của Brand Finance cho thấy, tổng giá trị Top 100 thương hiệu Việt Nam năm 2025 đạt 38,4 tỷ USD, sụt giảm 14% so với năm trước. Tuy nhiên, giữa bức tranh có phần trầm lắng ấy, thị trường vẫn chứng kiến những bước tiến thần tốc. Viettel vững vàng ở ngôi vương thương hiệu giá trị nhất, MB bút phá với mức tăng trưởng kỷ lục 87%, trong khi Vinpearl khẳng định vị thế thương hiệu mạnh nhất với chỉ số BSI gần như tuyệt đối.

Sự tương phản này đặt ra một vấn đề cốt lõi: Những thương hiệu trụ vững và tăng trưởng mạnh mẽ đều là những cái tên sở hữu nền tảng nội lực cực kỳ vững chắc. Tuy nhiên, thách thức hiện nay là làm sao để những “điểm sáng” đơn lẻ này kết nối lại, tạo thành một hệ sinh thái thương hiệu quốc gia có sức cộng hưởng mạnh mẽ trên trường quốc tế.

Để thương hiệu không chỉ là một cái tên hay một logo đẹp, doanh nghiệp cần hiểu rõ các cấu phần của nội lực. Dưới góc nhìn chuyên gia, ông Lai Tiến Mạnh - chuyên gia thương hiệu đến từ Mibrand Vietnam khẳng định, xây dựng thương

hiệu ở tầm quốc gia đòi hỏi sự hội tụ của nhiều yếu tố hệ thống, từ quy mô, tiềm lực tài chính đến năng lực thực thi.

“Chỉ khi hội tụ đầy đủ các yếu tố từ quy mô, tiềm lực, năng lực thực thi đến quyết tâm của lãnh đạo, doanh nghiệp mới có thể bước vào hành trình xây dựng thương hiệu ở tầm vóc quốc gia và toàn cầu. Trong đó, ý chí và bản lĩnh của người lãnh đạo chính là yếu tố ‘kích hoạt’ toàn bộ hệ thống”, chuyên gia chia sẻ.

Đồng quan điểm, bà Tạ Hoàng Lan - Phó Trưởng phòng, Phòng Phát triển Năng lực XTTM (Cục Xúc tiến thương mại, Bộ Công Thương) cho rằng, nội lực chính là “phần gốc” của mọi nỗ lực truyền thông. Bà thẳng thắn chỉ ra thay đổi quan trọng nhất cần có ở doanh nghiệp chính là tư duy về đầu tư thương hiệu.

“Nhiều doanh nghiệp vẫn coi chi phí xây dựng thương hiệu là một loại ‘chi phí’ thay vì là một ‘khoản đầu tư’. Các chương trình hỗ trợ của Nhà nước như Thương hiệu Quốc gia hay các đoàn giao thương quốc tế chỉ đóng vai trò là ‘tâm hộ chiếu’. Còn việc ‘tâm hộ chiếu’ đó có được đóng dấu thông quan hay không lại phụ thuộc hoàn toàn vào năng lực thực chất của doanh nghiệp”, bà Lan nhấn mạnh.

Bài học thực tiễn từ doanh nghiệp

Từ góc độ doanh nghiệp có bề dày lịch sử hơn 50 năm, ông Phan Văn Tâm - Phó Tổng Giám đốc Công ty CP Phân bón Bình Điền, chia sẻ câu chuyện về sự thích ứng để bảo vệ giá trị thương hiệu. Với Bình Điền, nội lực không phải là điều bất biến mà là khả năng tự làm mới để chống chọi với các cú sốc từ thị trường toàn cầu và biến đổi khí hậu.

Ông Tâm chia sẻ, để xây dựng và phát triển thương hiệu bền vững, trước hết phải xuất phát từ nội lực và nỗ lực. Nếu không có năng lực thì không thể làm được thương hiệu, dù ở phạm vi nhỏ nhất. Bình Điền xác định ba trụ cột sống còn: chất lượng sản phẩm; đổi mới sáng tạo và trách nhiệm phục vụ cộng đồng.

Chính nhờ việc chuẩn bị nội lực từ sớm, bao gồm tài chính, con người, chiến lược và ứng dụng công nghệ, Bình Điền vẫn giữ được sự ổn định dù ngành phân bón chịu ảnh hưởng nặng nề từ biến động giá dầu và hóa chất toàn cầu.



Viettel vững vàng ở ngôi vương thương hiệu giá trị nhất

Cũng theo ông Tâm, để thương hiệu quốc gia (THQG) thực sự phát huy sức mạnh, cần một hệ sinh thái hỗ trợ rõ ràng và thực chất hơn.

“Cần có cơ chế truyền thông chặt chẽ để bảo vệ tính chính danh của chương trình, tránh sự nhầm lẫn giữa THQG với các giải thưởng thông thường trên thị trường. Cơ quan quản lý cần khẳng định THQG là một chiến lược dài hạn, được xét chọn khắt khe định kỳ chứ không phải danh hiệu trao một lần”, Phó Tổng Giám đốc Công ty CP Phân bón Bình Điền nêu.

Để vươn tầm quốc tế, cộng đồng doanh nghiệp mong muốn có một hệ thống thông tin tập trung và công thông tin số chính thức để thuận tiện kết nối với đối tác nước ngoài. Đặc biệt, sự hợp tác, chia sẻ kinh nghiệm giữa chính các doanh nghiệp trong hệ thống THQG sẽ tạo ra sức mạnh cộng hưởng.

“Khi thương hiệu quốc gia không chỉ là danh hiệu mà trở thành một chiến lược phát triển tổng thể, thương hiệu sẽ giúp nâng tầm vị thế doanh nghiệp Việt trong chuỗi giá trị toàn cầu”, ông Tâm nhấn mạnh.

Theo các diễn giả, nội lực doanh nghiệp là điều kiện cần, nhưng chiến lược quốc gia đồng bộ là điều kiện đủ để thương hiệu Việt vươn tầm. Khi doanh nghiệp chuẩn hóa được “nội lực” theo các tiêu chí: Chất lượng - Đổi mới sáng tạo - Năng lực tiên phong, họ không chỉ đang bảo vệ chính mình trước biến động mà còn đang góp phần xây dựng “tâm khiên” sức mạnh cho quốc gia.

Hành trình từ nội lực doanh nghiệp đến sức mạnh quốc gia là một lộ trình dài hạn, nơi mỗi doanh nghiệp cần coi thương hiệu là tài sản chiến lược, Nhà nước đóng vai trò kiến tạo hệ sinh thái để những giá trị đó được cộng hưởng và tỏa sáng trên bản đồ kinh tế thế giới.



TỶ PHÚ NÔNG DÂN

miền Tây:

BẢN LĨNH TỪ SỐ KHÔNG

VÀ TƯ DUY ĐỔI MỚI

VIẾT HIẾU

Trên bản đồ nông nghiệp Việt Nam, miền Tây không chỉ là vựa lúa hay túi cá của cả nước mà còn là nơi có những người đã đi lên từ nghịch cảnh để xây dựng nên những cơ ngơi hàng chục tỷ đồng. Câu chuyện của ông Hồ Bá Phiêu, bà Phạm Thị Huân và ông Lý Văn Bon là minh chứng cho việc thành công không đến từ sự may mắn mà từ khả năng xoay chuyển tình thế và tư duy quản trị hiện đại.



Hệ sinh thái lúa giống từ đôi bàn tay trắng

Sau 12 năm kể từ lần đầu được vinh danh vào năm 2014, ông Hồ Bá Phiêu một lần nữa vinh dự nhận danh hiệu là một trong những Nông dân Việt Nam xuất sắc.

Tiếp chúng tôi tại xưởng sản xuất rộng 3.000m², người đàn ông 55 tuổi này hồi tưởng về cơ ngơi tỷ đồng hôm nay vốn được đặt nền móng từ quyết tâm thoát nghèo của một anh thợ hồ cách đây hơn hai thập kỷ. Từ hơn 3 công đất ít ỏi cha mẹ cho khi lập nghiệp, đến nay ông đã xây dựng được hệ thống liên kết sản xuất lúa giống lên đến hàng trăm héc-ta, cung ứng ra thị trường hơn 1.000 tấn mỗi năm.

Xuất thân trong một gia đình thuần nông, ông Hồ Bá Phiêu (phường Thốt Nốt, thành phố Cần Thơ) sớm thấu hiểu sự vất vả của nghề nông khi cha mẹ ông làm lụng quanh năm vẫn chỉ dừng lại ở mức đủ ăn.

Người thợ hồ nghèo Hồ Bá Phiêu đã chứng minh rằng kiến thức và sự tỉ mỉ có thể thay đổi hoàn toàn giá trị của đất đai. Năm 2006, với vốn vụn 3.000m² đất nông nghiệp và áp lực mưu sinh nặng nề, ông từng phải làm thuê đủ nghề để trang trải cuộc sống. Bước ngoặt thực sự đến khi ông nhận ra sự chênh lệch giá trị giữa lúa thương phẩm và lúa giống. Bằng quyết định táo bạo là bán toàn bộ vàng cưới để thuê đất sản xuất lúa nguyên chủng, rồi bắt đầu một hành trình đầy rủi ro nhưng có tính toán kỹ lưỡng.

Khác với lối canh tác truyền thống, ông Phiêu áp dụng kỹ thuật “cấy một tếp” trên nền giá



Ông Hồ Bá Phiêu bên những bao lúa giống.

thể bã dứa và bùn non, giúp giảm tối đa chi phí giống và phân bón trong khi cây lúa lại khỏe mạnh, ít sâu bệnh.

“Vụ đầu làm cũng được nhưng đến vụ thứ hai thì lúa bị sâu bệnh nhiều. Lúc đó tôi mới học cách ứng biến, làm tới đâu học tới đó và may mắn mới thành công”, ông Phiêu nói.

Hiện nay, cơ sở sản xuất của ông Hồ Bá Phiêu duy trì quy mô canh tác 92ha, trong đó bao gồm 12ha đất thuộc sở hữu gia đình và 80ha diện tích liên kết cùng hơn 50 hộ nông dân địa phương. Mô hình liên kết này tập trung vào các giống lúa chủ lực như OM5451, OM18, Jasmine 85 và Đài thơm, giúp các hộ tham gia nâng cao lợi nhuận thêm 20 - 30 triệu đồng/năm nhờ chính sách bao tiêu sản phẩm với mức giá cao hơn thị trường từ 500 - 700 đồng/kg.

Để tối ưu hóa và hoàn thiện chuỗi giá trị, ông Phiêu đã quyết định đầu tư hơn 10 tỷ đồng xây dựng cơ sở xử lý và đóng gói trên diện tích 3.000m². Hệ thống này được

trang bị 4 lò sấy đạt công suất 20 tấn/lò/ngày cùng 2 máy tách hạt công suất 800kg/giờ mỗi máy.

“Thời điểm đó, miền Tây có chưa tới 10 trại làm lúa giống”, ông Phiêu nhớ lại.

Mỗi năm, cơ sở cung ứng ra thị trường trên 1.000 tấn lúa giống các loại, không chỉ đáp ứng nhu cầu tại Cần Thơ và các tỉnh lân cận như An Giang, Hậu Giang, Vĩnh Long mà còn xuất khẩu khoảng 100 - 200 tấn sang thị trường Campuchia. Hoạt động kinh doanh mang lại mức thu nhập dao động từ 2 - 5 tỷ đồng/năm. Đồng thời, cơ sở cũng tạo ra việc làm ổn định cho hơn 20 nhân sự thường xuyên với mức lương 10 - 12 triệu đồng/tháng và khoảng 100 lao động thời vụ vào những giai đoạn cao điểm.

Boi ngược dòng để giữ gìn bản sắc sông Mekong

Nếu có dịp rời bến phà Cô Bắc (Cần Thơ), ngược dòng sông Hậu chừng 15 phút lênh đênh trên sóng nước, người ta sẽ chạm đến



một “ốc đảo” đặc biệt giữa lòng Cồn Sơn - bè cá của lão nông Lý Văn Bon - Phó Giám đốc Hợp tác xã Du lịch Nông nghiệp Cồn Sơn.

Ở tuổi gần 70, người đàn ông có gương mặt chất phác, đậm mùi nắng gió này không chỉ là một tỷ phú nông dân mà còn được giới mộ điệu ví von là “thủy quái” Cồn Sơn bởi biệt tài lặn sâu và sự am tường từng tận từng chân tơ kẽ tóc của dòng chảy Mekong.

Rời quê hương Cà Mau lên Cần Thơ lập nghiệp từ năm 2000, ông từng nếm trải vị đắng của thất bại khi mô hình nuôi cá điêu hồng, vốn là niềm hy vọng của nhiều hộ dân lúc bấy giờ nhưng bất ngờ rút giá thê thảm. Đứng trước cảnh lòng bè trống rỗng, ông không chọn cách bỏ cuộc mà bắt đầu một cuộc chơi táo bạo hơn, thuần hóa các loài cá đặc sản và bảo tồn những giống loài quý hiếm của vùng hạ lưu sông Mekong.

Thay vì chạy theo số lượng, ông tập trung vào chất lượng với dòng sản phẩm chủ lực là cá thác lác cườm.

Với quy mô hơn 10 bè cá hiện đại, mỗi năm ông cung ứng ra thị trường trên 100 tấn cá, phục vụ khắp các nhà hàng lớn tại thành phố Hồ Chí Minh. Đặc biệt, ông Bảy Bon không dừng lại ở việc bán cá tươi mà trực tiếp chế biến thành chả cá thác lác với quy trình kiểm soát nghiêm ngặt, đóng gói có mã vạch truy xuất nguồn gốc rõ ràng.

“Đó là điểm khác biệt nhất so với các nhà nuôi cá bè khác”, ông Bon chỉ điểm.

Ngoài thác lác cườm, loài làm nên danh tiếng của ông Bảy Bon



Ông Lý Văn Bon trên bè cá giữa lòng sông Hậu.

còn là đàn cá hồng vĩ, loài cá được ví như “thủy quái” vùng Amazon xa xôi.

Câu chuyện bắt đầu từ những lần ông mua lại những con cá lạ từ người đánh lưới trên sông Mekong. Ban đầu chỉ vì yêu cái vẻ đẹp lạ lùng với bộ râu dài và vây đuôi màu hồng rực rỡ, ông mang về nuôi dưỡng mà không hề biết đó là loài quý hiếm. Qua thời gian, đàn cá hồng vĩ dưới bàn tay chăm sóc của ông đã phát triển vượt bậc, mỗi con nặng trên chục ký, trở thành báu vật độc nhất vô nhị tại miền Tây.

Mỗi đợt thu hoạch cá, ông Bon đều thả một vèo cá ra sông để chúng sinh sôi nảy nở ngoài tự nhiên.

“Mục đích của tôi nhân giống các loại cá quý hiếm chủ yếu phục vụ việc bảo tồn và giới thiệu cho mọi người biết về những con cá đặc trưng ở sông Mekong sắp tuyệt chủng. Tôi không khuyến khích bà con ăn những con cá bắt được ngoài tự nhiên mà hãy ăn những

con cá được nuôi để nguồn thủy sản không bị tận diệt”, lão nông Cần Thơ tâm sự.

Kể với phóng viên, ông Bảy Bon cho biết, nhiều đại gia chơi cá cảnh sẵn sàng chi trả hàng trăm triệu đồng để sở hữu đàn cá hồng vĩ, nhưng ông nhất quyết từ chối.

Với ông, giá trị của đàn cá không nằm ở tiền bạc, mà ở niềm tự hào khi sở hữu cái đẹp và cơ hội để du khách được tận mắt chiêm ngưỡng những báu vật của thiên nhiên.

Khi Cồn Sơn bắt đầu chuyển mình sang làm du lịch sinh thái, ông Bảy Bon cũng là người tiên phong kết hợp nuôi cá lòng bè với tham quan trải nghiệm.

Hiện nay, với doanh thu từ 7 tỷ đồng mỗi năm, tạo sinh kế cho hơn 40 lao động địa phương, ông Bảy Bon vẫn duy trì lối sống giản dị, cần mẫn, khách du lịch có thể tìm gặp ông trên các bè cá Cồn Sơn.

Cuộc cách mạng công nghệ của người phụ nữ Nam Bộ

Khép lại hành trình của những người nông dân kiệt xuất là câu chuyện của bà Phạm Thị Huân, hay còn được dân miền Tây ví là “nữ hoàng trứng gia cầm”.

Theo hồ sơ thông tin doanh nghiệp, Công ty Cổ phần Ba Huân đang sở hữu 12 chi nhánh và đơn vị trực thuộc, 4 nhà máy, 3 trang trại chăn nuôi, chiếm 30% thị phần sản xuất trứng gia cầm tại Việt Nam, cung ứng cho thị trường phía Nam mỗi ngày hơn một triệu quả trứng. Hơn hết, quả trứng sạch do Việt Nam sản xuất, mang tên nữ nông dân Nam Bộ lâu nay còn xuất khẩu sang Hồng Kông, Malaysia, Singapore.

Trứng sạch Ba Huân đã được Chính phủ công nhận là sản phẩm thương hiệu quốc gia. Trên đà phát triển nhưng vào năm 2022, Công ty Ba Huân bán 25% cổ phần cho một doanh nghiệp trẻ, quyền tiếp quản thuộc về một tổng giám đốc 40 tuổi, có trình độ chuyên môn về công nghệ.

“Làm việc với những người trẻ, tôi thấy họ rất giỏi. Tôi kỳ vọng tương lai chúng tôi sẽ có những bước nhảy vọt từ yếu tố mới mẻ, đầy sức sống đó”, bà Ba Huân nói.

Dù đã lui về phía sau, để lại cơ nghiệp cho đàn em. Nhưng sau hơn nửa thế kỷ gắn bó với nông nghiệp, câu chuyện khởi nghiệp của bà Ba Huân đã thành điển hình trong thời kinh tế mở cửa. Và nó được nhắc lại theo năm tháng. Và dù được xưng danh “nữ hoàng” hay “bà trùm trứng” nhưng bà Ba Huân vẫn chỉ khiêm tốn muốn được nhắc đến là một người nông dân Nam Bộ.



Bà Phạm Thị Huân - người được xưng danh “nữ hoàng” hay “bà trùm trứng”.

Khởi nghiệp từ chiếc xuồng ba lá lội ngược xuôi khắp các kênh rạch để thu mua trứng, bà đã nếm đủ vị chát của nghề buôn trứng bán mẹt. Thế nhưng, bản lĩnh thực sự của người phụ nữ Nam Bộ này chỉ thực sự phát lộ khi đứng trước lần ranh sinh tử của doanh nghiệp.

Năm 2003, khi đại dịch H5N1 can quét, biến ngành gia cầm thành “vùng trắng”, bà Ba Huân đã đưa ra một quyết định làm thay đổi cục diện ngành thực phẩm Việt Nam. Bà cầm cố tài sản, lặn lội sang Hà Lan để đưa công nghệ xử lý trứng sạch về nước.

Tại nơi đất khách quê người, bà Ba Huân đã thuyết phục, đưa về Việt Nam thành công dây chuyền làm trứng sạch khép kín, tự động hóa đầu tiên ở Việt Nam. Dây chuyền này ngoài sấy khô còn có thể lọc bỏ trứng hỏng; chiếu UV diệt khuẩn; in số hiệu truy xuất nguồn gốc và đóng hộp với công suất 65.000 trứng/giờ.

Thương vụ “khủng” thành công, bà Ba Huân trở thành người đầu tiên đưa dây chuyền xử lý trứng sạch công nghệ cao về Việt Nam, mở ra hướng kiểm soát, xử lý những biến cố dịch bệnh.

Đó không đơn thuần là một cuộc mua bán máy móc, mà là cuộc cách mạng về tư duy sản xuất để bảo vệ sinh kế cho hàng nghìn hộ nông dân đang bên bờ vực phá sản.

Ở tuổi xế chiều, bà dũng cảm bước ra khỏi mô hình gia đình trị, giao quyền điều hành cho thế hệ trẻ và thực hiện cuộc chuyển đổi số quyết liệt. Bà Ba Huân quan niệm rằng, nông nghiệp nếu không hiện đại hóa thì mãi chỉ là nông nghiệp thô.

Giờ đây, với hệ thống trang trại ứng dụng công nghệ cao trải dài từ Bắc vào Nam, Ba Huân chiếm 30% thị phần trứng và duy trì cơ nghiệp với triết lý đặt Tâm và chữ Tín lên đầu.



DOANH NGHIỆP NGHỆ AN

CHỦ ĐỘNG CHUYỂN ĐỔI XANH, *tiết kiệm nhiên liệu*

THỦY TIÊN

Trong bối cảnh biến đổi khí hậu, biến động về năng lượng và các yêu cầu về phát triển bền vững, việc chuyển đổi xanh đang dần trở thành xu thế tất yếu.

Thị trường xe điện lên ngôi

Trong 4 tháng đầu năm 2026, thị trường xe điện tại Nghệ An trở nên sôi động rõ rệt. Lượng khách hàng đến các cửa hàng và đại lý để tìm hiểu, trải nghiệm và đặt mua xe tăng mạnh. Theo ghi nhận tại một đại lý ô tô lớn trên tuyến đại lộ Vinh - Cửa Lò, không khí mua bán diễn ra nhộn nhịp với lượng khách ra vào liên tục.

Chị Lan, nhân viên bán hàng một đại lý chia sẻ, trong tháng 4/2026 đơn vị đã bán hơn 300 xe điện. Nếu tính trên toàn bộ hệ thống gồm 6 chi nhánh, tổng doanh số đã vượt mốc 1.000 xe. Đáng chú ý, do nhu cầu tăng đột biến, thời gian giao xe cho khách hiện dao động từ 1 đến 3 tuần, tùy theo từng dòng xe và phiên bản.

“Các dòng xe điện cỡ nhỏ có giá từ 260 - 280 triệu đồng được nhiều khách hàng lựa chọn bởi chi phí phù hợp với thu nhập, cùng nhiều lợi ích như được miễn phí trước bạ, tiết kiệm nhiên liệu và dễ dàng di chuyển trong đô thị. Ngoài ra, khách hàng chuyển đổi từ xe xăng sang xe điện trước ngày 31/3 được giảm thêm 3%, giúp tổng số tiền tiết kiệm lên tới hơn 20 triệu đồng. Đây là yếu tố quan trọng khiến nhiều người mạnh dạn thay đổi thói quen sử dụng phương tiện”, chị Lan nhấn mạnh.

Chia sẻ với phóng viên, anh Quốc Phong - Giám đốc kinh doanh của một đại lý xe điện tại Nghệ An cho biết, trong bối cảnh giá xăng dầu biến động, khách hàng đã bắt đầu quan tâm nhiều hơn đến xe điện. Nhờ đó, doanh

số bán hàng đạt kết quả tích cực. Ngoài ra, với chính sách bán hàng hấp dẫn, đại lý cũng chú trọng nâng cao chất lượng dịch vụ như hệ thống sạc pin, bảo dưỡng định kỳ và thay thế phụ tùng.

Không chỉ người dân, nhiều doanh nghiệp tại Nghệ An cũng chủ động tham gia vào quá trình “xanh hóa” phương tiện. Từ các đơn vị giao hàng, vận tải cho đến doanh nghiệp du lịch, việc sử dụng xe điện không chỉ giúp tiết kiệm chi phí nhiên liệu mà còn góp phần xây dựng hình ảnh thân thiện với môi trường, đáp ứng xu hướng phát triển bền vững.

Xanh hóa vận tải

Xu hướng chuyển đổi xanh không chỉ lan tỏa trong người dân mà còn được nhiều doanh nghiệp tiên phong triển khai, tiêu biểu là Công ty TNHH Vận tải Phúc An Phát (nhà xe Mạnh Hùng). Hiện công ty đã mạnh dạn đầu tư

khoảng 15 tỷ đồng vào hệ thống xe trung chuyển, taxi điện và hạ tầng trạm sạc.

Theo ông Nguyễn Xuân Chinh, Giám đốc Công ty TNHH Vận tải Phúc An Phát tại Nghệ An, việc chuyển sang sử dụng xe điện đã mang lại lợi thế chi phí rất rõ rệt. Cụ thể, chi phí năng lượng cho xe điện chỉ khoảng 1/3 so với xe sử dụng xăng, dầu trong điều kiện vận hành bình thường. Ngoài ra, doanh nghiệp còn được hưởng nhiều ưu đãi như miễn phí sạc trong giai đoạn đầu và hỗ trợ lắp đặt trạm sạc, giúp giảm thêm chi phí đầu tư và vận hành.

Trong bối cảnh giá nhiên liệu liên tục biến động khiến nhiều doanh nghiệp vận tải gặp khó khăn, thậm chí phải tăng giá dịch vụ, taxi Mạnh Hùng vẫn duy trì được mức giá ổn định. Hiện nay, giá cước được áp dụng là 12.000 đồng/km cho 10 km đầu tiên và 9.000 đồng/km từ km thứ 11 trở đi - thấp hơn khoảng 30-50% so với mặt bằng chung trên thị trường.

“Xe điện không chỉ giúp giảm chi phí mà còn có ưu điểm vận hành êm ái, ít tiếng ồn, chi phí bảo dưỡng thấp và được trang bị nhiều tính năng hiện đại, phù hợp với nhu cầu di chuyển hàng ngày. Năm bắt các chính sách ưu đãi từ Nhà nước và các hãng sản xuất, doanh nghiệp đã mạnh dạn đầu tư 20 xe ô tô thuần điện cùng hệ thống trạm sạc nhanh đặt tại xã Quỳnh Văn. Sau gần một năm đưa vào thử nghiệm, mô hình vận hành bằng xe điện không chỉ mang lại hiệu quả kinh tế rõ rệt mà còn giúp doanh nghiệp giảm đáng kể sự phụ thuộc vào nhiên liệu truyền thống - vốn luôn tiềm ẩn nhiều biến động về giá cả”, ông Nguyễn Xuân Chinh nhân mạnh.

Không dừng lại ở đó, công ty Phúc An Phát còn đặt mục tiêu chuyển đổi toàn bộ xe khách trên các tuyến Hà Nội và Đà Nẵng sang sử dụng xe điện. Tuy nhiên, theo ông Chinh, điều kiện tiên quyết là các dòng xe này phải đạt khả năng vận hành khoảng 500 km cho mỗi lần sạc. Khi đáp ứng

được yêu cầu này, doanh nghiệp có thể tiếp tục đầu tư hệ thống điện mặt trời phục vụ trạm sạc, hướng tới mô hình “xanh tuần hoàn” khép kín. Dù vậy, đây sẽ là bài toán lớn về nguồn vốn đầu tư.

Tiết kiệm, chủ động chuyển đổi xanh

Thời gian qua tại Nghệ An, tiết kiệm năng lượng không còn là giải pháp ngắn hạn mà đã trở thành chiến lược dài hơi của nhiều doanh nghiệp, gắn với mục tiêu chuyển đổi xanh và phát triển bền vững.

Trong lĩnh vực sản xuất, Công ty CP Khoáng sản Toàn Cầu đã chủ động cải tiến dây chuyền theo hướng hiện đại, tối ưu hóa quy trình vận hành nhằm giảm tiêu thụ điện năng. Theo ông Phan Thanh Nam, Giám đốc công ty, việc thay thế các thiết bị thế hệ mới có công suất lớn hơn không chỉ giúp tiết kiệm năng lượng mà còn giảm giá thành trên mỗi đơn vị sản phẩm. Doanh nghiệp cũng đang lên kế hoạch thay thế toàn



Thị trường xe điện Nghệ An nhộn nhịp khi xăng dầu tăng giá.





Các nhà máy sản xuất đầu tư hệ thống điện mặt trời áp mái để chủ động nguồn năng lượng sạch.



Công ty CP Cảng Nghệ Tĩnh đã chủ động xây dựng kế hoạch tiết kiệm năng lượng và chuyển đổi xanh.

bộ máy móc cũ trong thời gian tới để nâng cao hiệu quả sản xuất.

Tương tự, tại Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ điện tử Minh Anh, tiết kiệm năng lượng được xác định là trụ cột trong chiến lược phát triển bền vững. Doanh nghiệp đã rà soát toàn bộ dây chuyền sản xuất, thay thế các thiết bị tiêu hao điện lớn bằng công nghệ hiệu suất cao, đồng thời đầu tư hệ thống điện mặt trời áp mái để chủ động nguồn năng lượng sạch.

“Việc thay thế các thiết bị cũ, tiêu hao năng lượng, không chỉ giúp giảm chi phí sản xuất mà còn tạo điều kiện nâng cao phúc lợi cho người lao động, đồng thời đáp ứng yêu cầu hội nhập và giảm phát thải khí nhà kính.

Tuy nhiên, quá trình chuyển đổi xanh vẫn đối mặt với nhiều khó khăn như hạn chế về nguồn vốn, thiếu hướng dẫn kỹ thuật và quy trình cụ thể. Do đó, doanh nghiệp mong muốn có thêm các chính sách hỗ trợ thiết thực về

tài chính, công nghệ và đào tạo nhân lực để quá trình chuyển đổi diễn ra hiệu quả hơn”, bà Đỗ Thị Minh Huệ, Tổng giám đốc công ty Minh Anh chia sẻ.

Không chỉ trong sản xuất, xu hướng tiết kiệm năng lượng còn lan rộng sang lĩnh vực dịch vụ và logistics. Tại Cửa Lò, đề án xây dựng “cảng xanh” đã được triển khai từ năm 2024 với lộ trình rõ ràng. Doanh nghiệp đã đầu tư hàng chục tỷ đồng để nâng cấp thiết bị, nổi bật là việc chuyển đổi hệ thống cần cầu từ động cơ diesel sang sử dụng điện, giúp giảm đáng kể khí thải và phụ thuộc vào nhiên liệu hóa thạch. Hệ thống cấp điện bờ cũng được áp dụng, giúp tàu thuyền tiết kiệm từ 20-30% chi phí vận hành.

“Doanh nghiệp đang tiếp tục nghiên cứu chuyển đổi phương tiện vận hành sang điện hoặc hydrogen, đồng thời xem xét đầu tư các hệ thống năng lượng tái tạo như điện mặt trời. Song song với đó, công ty thực hiện tiết kiệm chi phí, vận hành khoa học và hạn chế tăng giá dịch vụ để hỗ trợ các đối tác trong bối cảnh khó khăn chung”, ông Bùi Kiều Hưng, Tổng giám đốc Công ty CP Cảng Nghệ Tĩnh chia sẻ.

Có thể thấy, từ sản xuất đến dịch vụ, xu hướng tiết kiệm năng lượng và chuyển đổi xanh đang lan tỏa mạnh mẽ trong cộng đồng doanh nghiệp Nghệ An. Dù vẫn còn những thách thức, nhưng với sự chủ động của doanh nghiệp cùng sự hỗ trợ từ chính sách, đây sẽ là nền tảng quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh và hướng tới phát triển bền vững trong thời gian tới.

Đà Nẵng: Môi trường đầu tư ngày càng ổn định, minh bạch

HẢI CHÂU

Theo Phó Giám đốc Sở Tài chính Đà Nẵng Phan Duy Anh, từ sau sáp nhập, môi trường đầu tư của thành phố Đà Nẵng mới ngày càng ổn định và minh bạch hơn.

Niềm tin thị trường tiếp tục được củng cố

Tại diễn đàn “Quản trị rủi ro pháp lý và phòng ngừa, giải quyết tranh chấp trong hoạt động đầu tư kinh doanh trong kỷ nguyên số” vừa được Trung tâm Trọng tài quốc tế Việt Nam phối hợp với Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Chi nhánh Miền Trung - Tây Nguyên tổ chức tại Đà Nẵng, ông Phan Duy Anh cho biết, từ sau sáp

nhập, việc triển khai các cơ chế, chính sách đặc thù cùng với các nghị quyết của Quốc hội đối với thành phố Đà Nẵng đã góp phần hoàn thiện hành lang pháp lý cho hoạt động đầu tư, kinh doanh.

Nhờ vậy cộng đồng doanh nghiệp trên địa bàn tiếp tục phát triển. Trong quý I/2026 đã có hơn 1.800 doanh nghiệp, chi nhánh và văn phòng đại diện được thành lập mới, với tổng vốn đăng ký đạt hơn 6.800 tỷ đồng, tăng

manh so với cùng kỳ. Đến nay, Đà Nẵng có trên 61.000 doanh nghiệp chi nhánh và văn phòng đại diện đang hoạt động.

Quy mô đầu tư của cộng đồng doanh nghiệp tiếp tục mở rộng. Lũy kế 3 tháng đầu năm 2026 (đến ngày 16/3), Đà Nẵng thu hút đầu tư trong nước đạt gần 58.000 tỷ đồng, tăng gần 5 lần so cùng kỳ và 36,65 triệu USD vốn đầu tư nước ngoài FDI. Nhiều dự án động lực đang được đẩy nhanh tiến độ như Làng Vân, Danang Downtown, bến cảng Liên Chiểu góp phần tạo thêm dư địa tăng trưởng và phát triển cho thành phố thời gian tới



DOANH NGHIỆP & DOANH NHÂN

Chuyển đổi số đang trở thành động lực quan trọng thu hút đầu tư trong các lĩnh vực công nghệ cao như vi mạch bán dẫn, trí tuệ nhân tạo tại Đà Nẵng



Trung tâm tài chính quốc tế tại Đà Nẵng đặt tại Khu công viên phần mềm số 2.

“Những kết quả nêu trên cho thấy niềm tin thị trường tiếp tục được củng cố. Đặc biệt, niềm tin của nhà đầu tư không chỉ đến từ tiềm năng thị trường mà ngày càng phụ thuộc vào năng lực điều hành, mức độ minh bạch và khả năng xử lý kịp thời các vấn đề phát sinh của chính quyền”, ông Phan Duy Anh nhấn mạnh.

Chuyển đổi số - trụ cột quan trọng trong cải thiện môi trường đầu tư

Ông Phan Duy Anh cũng cho biết, sau sắp xếp và kiện toàn tổ chức, chuyển đổi số đang trở thành trụ cột quan trọng trong cải thiện môi trường đầu tư tại Đà Nẵng. Thành phố đã tập trung xây dựng hạ tầng số, dữ liệu số và chính quyền số, tạo chuyển biến rõ nét trong cải cách hành chính và thu hút đầu tư.

Hiện nay, tổng số dịch vụ công trực tuyến của thành phố là 2.221 trên tổng số 2.293 thủ tục hành chính, đạt tỷ lệ 96,86%; 100% hồ sơ hành chính được xử lý điện tử;

Trung tâm dữ liệu thành phố đạt chuẩn Tier III quốc tế, trở thành nền tảng quan trọng cho đô thị thông minh.

Trong khu vực doanh nghiệp, hơn 3.000 doanh nghiệp đã được hỗ trợ chuyển đổi số; 52 dự án công nghệ cao đã được thu hút vào Khu công nghệ cao; kinh tế số hiện chiếm trên 22% GRDP của thành phố.

Đặc biệt, việc số hóa dữ liệu đất đai, quy hoạch và thủ tục hành chính đã nâng cao tính minh bạch, giảm rủi ro pháp lý, giúp doanh nghiệp tiếp cận thông tin nhanh hơn, chính xác hơn và hiệu quả hơn trong đầu tư, sản xuất kinh doanh.

Theo ông Phan Duy Anh, điều đó cho thấy chuyển đổi số không chỉ là công cụ hỗ trợ cải cách hành chính mà đang trở thành nền tảng để tái cấu trúc phương thức quản lý nhà nước, qua đó giảm chi phí tuân thủ và nâng cao năng lực cạnh tranh của môi trường đầu tư.

“Chuyển đổi số cũng đang trở thành động lực quan trọng thu hút đầu tư trong các lĩnh vực công nghệ cao như vi mạch bán dẫn, trí tuệ nhân tạo. Thành phố đặt mục tiêu trong năm 2026 thu hút ít nhất 15 dự án trong các lĩnh vực công nghệ thông tin, cơ điện tử, robot và công nghệ môi trường”, ông Phan Duy Anh cho biết.

Phó Giám đốc Sở Tài chính Đà Nẵng cũng chia sẻ, việc hình thành Khu thương mại tự do Đà Nẵng với quy mô gần 1.900 ha là bước đi mang tính đột phá. Đây là mô hình thí điểm đầu tiên của cả nước, định hướng phát triển logistics, sản xuất, thương mại - dịch vụ và công nghệ cao, gắn với cảng Liên Chiểu và sân bay quốc tế Đà Nẵng, hướng tới trung tâm trung chuyên hàng hóa quốc tế của khu vực miền Trung.

Đặc biệt, việc đưa vào vận hành Trung tâm Tài chính quốc tế tại Đà Nẵng là bước tiến quan trọng, góp phần nâng cao chuẩn mực quản trị, tăng cường kết nối thị trường và tạo niềm tin cho nhà đầu tư. Đơn vị này tập trung vào các lĩnh vực mới như tài chính số, tài sản số và Fintech. Đây là dự án mang tầm chiến lược, góp phần thu hút dòng vốn quốc tế, tạo nguồn lực trung và dài hạn cho phát triển thành phố.

“Sự kết hợp giữa Khu thương mại tự do và Trung tâm Tài chính quốc tế sẽ từng bước hình thành một hệ sinh thái kinh tế hiện đại, thông minh, có năng lực cạnh tranh cao. Đây là nền tảng quan trọng để Đà Nẵng bứt phá mạnh mẽ trong giai đoạn tới”, ông Phan Duy Anh nhấn mạnh.

Xem nhẹ sở hữu trí tuệ, doanh nghiệp khó tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu

HOÀNG SA



DOANH NGHIỆP & DOANH NHÂN



Ông Trần Lê Hồng - Phó Cục trưởng Cục Sở hữu trí tuệ (Bộ Khoa học và Công nghệ).

Để tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu, doanh nghiệp Việt Nam không thể chỉ dựa vào sản xuất hay marketing, mà cần xây dựng năng lực cạnh tranh cốt lõi từ sáng tạo và sở hữu trí tuệ. Tuy nhiên, nhận thức và hành động trong lĩnh vực này vẫn còn nhiều khoảng trống đáng lo ngại.

Khoảng trống lớn trong bảo hộ thương hiệu quốc tế

Làm thế nào để doanh nghiệp Việt Nam có thể tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu bằng những sáng kiến và tư duy sáng tạo về sản phẩm? Theo các chuyên gia, câu trả lời nằm ở việc tạo dựng và bảo vệ giá trị sở hữu trí tuệ.

Thực tế cho thấy, những tập đoàn toàn cầu như Unilever, Procter & Gamble, Apple hay Samsung đều

vươn lên nhờ nền tảng sáng tạo và hệ thống bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ vững chắc. Đây chính là yếu tố giúp họ kiểm soát chuỗi giá trị, gia tăng giá trị sản phẩm và xây dựng thương hiệu toàn cầu.

Ông Trần Lê Hồng - Phó Cục trưởng Cục Sở hữu trí tuệ (Bộ Khoa học và Công nghệ) nhấn mạnh: “Khi nói đến xây dựng thương hiệu không thể tách rời khỏi quyền sở hữu trí tuệ. Nếu không có sở hữu trí tuệ, rất khó

để phát triển thương hiệu một cách bền vững. Khi đó, doanh nghiệp có thể mất cơ hội kinh doanh, thậm chí phải bỏ ra chi phí lớn để xử lý tranh chấp”.

Theo ông Hồng, trong bối cảnh cạnh tranh giữa các doanh nghiệp ngày càng gay gắt, cách tiếp cận cũ không còn phù hợp. Doanh nghiệp buộc phải thay đổi tư duy, coi sở hữu trí tuệ là nền tảng trong chiến lược phát triển thương hiệu.



Nhiều doanh nghiệp chưa đầu tư đúng mức cho nghiên cứu - phát triển và bảo hộ tài sản trí tuệ.

Một thực tế đáng chú ý là mức độ quan tâm của doanh nghiệp Việt Nam đến bảo hộ thương hiệu ở thị trường quốc tế còn rất thấp. Năm 2025, chỉ có hơn 300 đơn đăng ký nhãn hiệu ra nước ngoài, trong khi mỗi năm có khoảng 70.000 đơn đăng ký trong nước.

Nếu đặt trong tương quan với gần 1 triệu doanh nghiệp đang hoạt động, con số này cho thấy sự “lệch pha” rõ rệt: doanh nghiệp đã chú trọng xây dựng thương hiệu nội địa, nhưng lại thiếu chuẩn bị khi bước ra thị trường toàn cầu - nơi rủi ro về tranh chấp và xâm phạm sở hữu trí tuệ cao hơn nhiều.

Hệ quả là không ít doanh nghiệp rơi vào tình huống bị xâm phạm quyền, thậm chí mất thương hiệu. “Đã có những trường hợp buộc phải quay lại làm gia công do không bảo vệ được thương hiệu. Nếu không có bảo hộ, rất khó gia tăng giá trị và giữ vững

vị thế trên thị trường”, ông Hồng nêu.

Ngay cả những sản phẩm chủ lực của Việt Nam như cà phê Trung Nguyên, nước mắm Phú Quốc hay gạo ST25 cũng từng gặp rủi ro liên quan tới nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý và quyền sở hữu công nghiệp tại nước ngoài. Những bài học này cho thấy, nếu thiếu “lá chắn” pháp lý, doanh nghiệp có thể đánh mất lợi thế ngay từ giai đoạn thâm nhập thị trường.

Rào cản lớn nhất nằm ở nhận thức

Theo ông Trần Lê Hồng, rào cản lớn nhất hiện nay không phải là chi phí hay thủ tục mà là nhận thức của doanh nghiệp. Nhiều doanh nghiệp vẫn giữ tư duy “có gì bán nấy”, tập trung vào doanh thu ngắn hạn mà chưa đầu tư đúng mức cho nghiên cứu - phát triển và bảo hộ tài sản trí tuệ.

Nhiều doanh nghiệp chưa coi sở hữu trí tuệ là một loại tài sản thực sự. Trong khi đó, theo ông Hồng, “sở hữu trí tuệ chính là linh hồn của sản phẩm, là giá trị cốt lõi của thương hiệu”.

Ông cũng cảnh báo, nếu phát triển thương hiệu mà không gắn với sở hữu trí tuệ, doanh nghiệp sẽ dễ rơi vào “bẫy gia công”, mất quyền tự quyết và phải chi nhiều cho marketing nhưng hiệu quả thấp.

Ngược lại, khi coi sở hữu trí tuệ là nền tảng, doanh nghiệp sẽ chủ động hơn trong đổi mới sáng tạo và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Nhận thức rõ vai trò của sở hữu trí tuệ, trong các đợt xét chọn gần đây của Chương trình Thương hiệu quốc gia, Ban tổ chức đã đưa tiêu chí này trở thành điều kiện bắt buộc.

Đồng thời, việc phối hợp với Tổ chức Sở hữu trí tuệ Thế giới (WIPO) cũng được đẩy mạnh nhằm hỗ trợ doanh nghiệp trong đăng ký bảo hộ, đào tạo và xử lý các tranh chấp quốc tế.

“Tất cả doanh nghiệp tham gia chương trình nếu gặp vướng mắc về sở hữu trí tuệ đều được hỗ trợ tư vấn, dù nguồn lực còn hạn chế”, ông Hồng cho biết.

Trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu ngày càng khốc liệt, câu chuyện thương hiệu không còn dừng ở marketing hay nhận diện, mà gắn chặt với quyền sở hữu và năng lực sáng tạo. Nếu không thay đổi tư duy và đầu tư bài bản cho sở hữu trí tuệ, doanh nghiệp Việt sẽ khó bước lên nấc thang cao hơn trong chuỗi giá trị toàn cầu.

An toàn số: Điều kiện tiên quyết để doanh nghiệp phát triển bền vững

ANH MINH



THỊ TRƯỜNG ĐẦU TƯ



Doanh nghiệp đang bước vào giai đoạn chuyển đổi số mạnh mẽ.

Trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ, an toàn số không còn là lựa chọn mà đã trở thành điều kiện tiên quyết để doanh nghiệp tồn tại và phát triển bền vững, là bài toán chiến lược gắn với năng lực cạnh tranh và sự ổn định của nền kinh tế số.

Rủi ro an ninh mạng trở thành thách thức sống còn

Theo giới chuyên gia, với tư duy chiến lược mới, Đảng và Nhà nước ta đã xác định chuyển đổi số là động lực phát triển nhưng an ninh mạng mới chính là nền tảng bảo đảm cho sự phát triển bền vững đó. Không thể có một nền kinh tế số vững mạnh nếu thiếu đi một không gian mạng an toàn, tự chủ. Đây không chỉ là vấn đề kỹ thuật mà còn là nhiệm vụ chiến lược để bảo vệ chủ quyền quốc gia và lợi ích của nhân dân trên không gian sinh tồn mới.

Tại diễn đàn “Trương lai số an toàn cho doanh nghiệp vừa và nhỏ” diễn ra trong tháng 4 tại Hà Nội, ông Vũ Duy Hiền - Phó Tổng thư ký kiêm Chánh Văn phòng Hiệp hội An ninh mạng quốc gia (NCA) đã nhấn mạnh vai trò then chốt của an toàn số trong bối cảnh mới.

Theo ông Hiền, doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME), chiếm hơn 90% tổng số doanh nghiệp tại Việt Nam, đang bước vào giai đoạn chuyển đổi số mạnh mẽ, qua đó tạo ra tốc độ phát triển nhanh. Tuy nhiên, đi kèm là những rủi ro ngày càng gia tăng.

“Tội phạm mạng hiện nay đã sử dụng các công cụ rất nhanh, như ứng dụng AI để tiếp cận và tấn công doanh nghiệp. Nếu không nhận thức đầy đủ về an toàn, an ninh mạng, các doanh nghiệp sẽ để lộ kẽ hở và đối mặt với rủi ro rất lớn”, ông Hiền cảnh báo.

Ở góc độ cộng đồng doanh nghiệp, ông Hoàng Quang Phòng - Phó Chủ tịch Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) cho rằng, công nghệ số hiện đã trở thành nền tảng vận hành, thay vì chỉ là công cụ hỗ trợ như trước đây.



“Nếu như trước đây chuyển đổi số nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, thì ngày nay an toàn số đã trở thành điều kiện để doanh nghiệp có thể tham gia và phát triển bền vững trong nền kinh tế số”, ông Phòng nhấn mạnh.

Các rủi ro an ninh mạng không còn đơn thuần là vấn đề kỹ thuật mà đã trở thành yếu tố có thể đe dọa trực tiếp đến sự tồn tại của doanh nghiệp. Chỉ một sự cố cũng có thể xóa bỏ thành quả nhiều năm xây dựng.

Thực tế cho thấy, các mối đe dọa như deepfake - công nghệ sử dụng trí tuệ nhân tạo để tạo ra hình ảnh, video hoặc âm thanh giả mạo nhưng giống thật đến mức khó phân biệt, mã độc thể hệ mới hay lừa đảo tinh vi đang hiện hữu, gây tổn thất lớn về tài chính, uy tín và niềm tin thị trường. Trong khi đó, nhiều SME - đặc biệt là doanh nghiệp do nữ làm chủ - vẫn đối mặt với “khoảng trống kép” về nguồn lực và khả năng tiếp cận giải pháp phù hợp.

“An toàn số cần được nhìn nhận không chỉ dưới góc độ kỹ thuật

mà còn là vấn đề quản trị chiến lược, bắt đầu từ việc nâng cao nhận thức của lãnh đạo, xây dựng văn hóa doanh nghiệp và chủ động đầu tư bảo mật trong toàn bộ chuỗi giá trị”, ông Phòng khuyến nghị.

Hướng tới hành động thực chất, xây dựng hệ sinh thái an toàn số

Thời gian qua, nhiều chủ trương, chính sách quan trọng đã được ban hành nhằm tạo hành lang pháp lý cho bảo đảm an toàn số, như Nghị quyết 57 về phát triển khoa học công nghệ, Luật An ninh mạng, Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân... Đồng thời, các chương trình truyền thông như “Cảnh giác 24/7” cũng góp phần nâng cao nhận thức cộng đồng.

Đặc biệt, Quyết định số 433/QĐ-TTg ngày 16/3/2026 phê duyệt Đề án chuyển đổi số cho SME giai đoạn 2026 - 2030 đã đặt mục tiêu hỗ trợ ít nhất 500.000 doanh nghiệp, trong đó 300.000 doanh nghiệp ứng dụng công nghệ số, nền tảng số và trí tuệ nhân tạo.

Đây được xem là bước tiến chiến lược, khẳng định chuyển đổi số gắn với an ninh mạng là yếu tố sống còn của doanh nghiệp và nền kinh tế, đặc biệt là SME khi nhóm này chiếm khoảng 98% tổng số doanh nghiệp, đóng góp 20% GDP và tạo ra 80% việc làm trong khu vực kinh tế tư nhân.

Trong bối cảnh đó, ông Vũ Duy Hiền nhấn mạnh, an toàn số trong SME không phải là trách nhiệm riêng lẻ của bất kỳ ai. Đó là sự hợp lực giữa Nhà nước, Hiệp hội và các định chế xã hội. Hiệp hội An ninh mạng quốc gia cam kết sẽ là cầu nối vững chắc nhất, là môi trường để các doanh nghiệp không chỉ nhận được sự hỗ trợ mà còn trở thành một phần của cộng đồng cùng nâng đỡ, cùng cảnh báo rủi ro và cùng phát triển bền vững.

“Để kiến tạo một tương lai số thực sự an toàn, không chỉ dừng lại ở những cam kết trên văn bản, chúng ta cần những hành động cụ thể, những kết nối thực chất, những tri thức thực chiến và đặc biệt là một hệ sinh thái đồng hành đủ mạnh để bảo vệ doanh nghiệp trước mọi biến động”, ông Hiền nêu.

Ông Hiền tin tưởng, với sự định hướng sát sao của các cơ quan quản lý, sự tận tụy của các tổ chức xã hội nghề nghiệp, cùng sự chung tay đầy trách nhiệm của các doanh nghiệp công nghệ, đội ngũ chuyên gia và các cơ quan thông tấn báo chí, cộng đồng SME Việt Nam sẽ không còn đơn độc. Các doanh nghiệp sẽ cùng nhau tạo ra một bộ phóng vững chắc để SME phát triển nhanh hơn, an toàn hơn, bền vững hơn trong dòng chảy của kỷ nguyên số.



An toàn số trong doanh nghiệp nhỏ và vừa không phải là trách nhiệm riêng lẻ của bất kỳ AI

HOÀN THIỆN THỂ CHẾ, KHƠI THÔNG NGUỒN LỰC CHO TĂNG TRƯỞNG XANH

THU AN

Việc thiếu đồng bộ chính sách, thủ tục phức tạp và hạn chế về dữ liệu, tài chính... đang cản trở dòng vốn và nguồn lực cho tăng trưởng xanh. Việc hoàn thiện thể chế để biến chuyển đổi xanh thành động lực phát triển thực chất được coi là một trong những giải pháp cần thiết.





Tăng trưởng xanh - Động lực mới nhưng không dễ tiếp cận

Phát biểu khai mạc diễn đàn “Tận dụng nguồn lực thúc đẩy tăng trưởng xanh” chiều 23/4 tại Hà Nội, nhà báo Phạm Thị Thanh Huyền - Tổng Biên tập Báo Đại biểu Nhân dân nhấn mạnh, trong bối cảnh nền kinh tế bước vào giai đoạn phát triển với yêu cầu cao hơn về chất lượng tăng trưởng và năng lực cạnh tranh, việc nhận diện đúng các rào cản không chỉ cấp thiết mà còn có ý nghĩa quyết định.

Nghị quyết Đại hội XIII và Nghị quyết 66 của Bộ Chính trị đều nhấn mạnh yêu cầu hoàn thiện thể chế, bảo đảm tính đồng bộ, khả thi và dự báo được của chính sách - yếu tố then chốt để khơi thông nguồn lực cho phát triển.

Theo PGS, TS Bùi Quang Tuấn - Phó chủ tịch Hội khoa học kinh tế Việt Nam, tăng trưởng xanh không còn là câu chuyện môi trường đơn thuần mà đã trở thành yếu tố cốt lõi của năng lực cạnh tranh quốc gia. Nếu tổ chức tốt, tăng trưởng xanh là nguồn tăng trưởng mới, không phải là chi phí”.

Áp lực chuyển đổi đang ngày càng rõ nét khi các thị trường xuất khẩu lớn gia tăng yêu cầu về tiêu chuẩn môi trường. Liên minh châu Âu hiện chiếm khoảng 12-15% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam, trong khi nhiều tập đoàn đa quốc gia đã đặt ra tiêu chuẩn khắt khe về phát thải.

“Doanh nghiệp không ‘xanh hóa’ sẽ mất lợi thế cạnh tranh, thậm chí mất thị trường”, ông Tuấn cảnh báo.

Tuy nhiên, con đường chuyển đổi vẫn đối mặt nhiều rào cản. Các



PGS, TS Bùi Quang Tuấn - Phó chủ tịch Hội khoa học kinh tế Việt Nam.



TS Nguyễn Trung Thắng - Phó Viện trưởng Viện Chiến lược chính sách Nông nghiệp và Môi trường.

chính sách còn phân mảnh, thiếu phối hợp; doanh nghiệp nhỏ và vừa khó tiếp cận vốn xanh; công nghệ còn phụ thuộc nhập khẩu; nhận thức về chuyển đổi xanh chưa đồng đều.

“Thách thức lớn nhất không phải là công nghệ, mà là tổ chức thực thi”, chuyên gia nhấn mạnh, đồng thời cho rằng tiêu chuẩn xanh đang dần trở thành “rào cản thương mại mới”.

Nhấn mạnh quan điểm “không có hệ sinh thái thì không có chuyển đổi”, chuyên gia đề xuất

xây dựng 4 trụ cột để tháo gỡ rào cản gồm: hoàn thiện thể chế, phát triển cơ chế thị trường, lấy doanh nghiệp làm trung tâm đổi mới và nâng cao nhận thức xã hội.

Cần hoàn thiện chính sách, tháo “nút thắt” nguồn lực

Ở góc độ chính sách, TS Nguyễn Trung Thắng - Phó Viện trưởng Viện Chiến lược chính sách Nông nghiệp và Môi trường cho biết hệ thống cơ chế ưu đãi, hỗ trợ hiện được chia thành ba nhóm: hỗ trợ hoạt động bảo vệ môi trường; hỗ trợ doanh nghiệp

chuyển đổi xanh thông qua tín dụng, trái phiếu xanh; và phát triển thị trường sản phẩm xanh.

Tuy nhiên, nhiều hạn chế vẫn tồn tại. Hệ thống văn bản hướng dẫn còn thiếu, đặc biệt là các quy định về mua sắm công xanh hay bộ tiêu chí xác định dự án “xanh”, “tuần hoàn”, ESG. Các quy định pháp luật trong các lĩnh vực cũng chưa đồng bộ.

Bên cạnh đó, thủ tục hành chính và điều kiện tiếp cận tài chính xanh còn phức tạp. Dù nhiều ngân hàng đã triển khai tín dụng xanh, doanh nghiệp vẫn gặp khó do yêu cầu tài sản bảo đảm và năng lực hạn chế. Việc thiếu cơ sở dữ liệu, thiếu cơ chế giám sát cũng làm gia tăng rủi ro “tẩy xanh”.

Trên cơ sở đó, chuyên gia Nguyễn Trung Thắng đề xuất cần sớm hoàn thiện khung chính

sách, đơn giản hóa thủ tục, tăng cường dữ liệu và huy động nguồn lực quốc tế để hỗ trợ quá trình chuyển đổi.

Một thách thức quan trọng khác là nguồn nhân lực. TS Vũ Văn Doanh - Phó trưởng khoa Môi trường, Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội cho rằng hệ thống đào tạo hiện chưa đáp ứng yêu cầu của nền kinh tế xanh, khi sinh viên “đur về số lượng nhưng thiếu kỹ năng xanh”. Ông đề xuất đẩy mạnh liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp, triển khai cơ chế “đặt hàng” đào tạo và nâng cao chất lượng nhân lực theo hướng thực tiễn.

Ở khía cạnh tài chính, TS Nguyễn Trí Hiếu nhận định hệ sinh thái tài chính xanh gồm tín dụng xanh, trái phiếu xanh, đầu tư ESG và các quỹ bền vững, trong đó tín dụng xanh vẫn là kênh chủ

lực. Tuy nhiên, tỷ trọng còn thấp và cần có định hướng mạnh hơn từ cơ quan quản lý.

“Có thể xem xét giao chỉ tiêu để nâng tỷ trọng tín dụng xanh lên tối thiểu 5% trong tổng dư nợ của mỗi ngân hàng”, ông Hiếu đề xuất.

Đối với trái phiếu xanh, chuyên gia cho rằng kênh này hiện phù hợp hơn với các doanh nghiệp lớn, song vẫn còn nhiều dư địa nếu được hỗ trợ về chính sách và nâng cao nhận thức thị trường.

Các diễn giả có chung nhận định, giai đoạn 2026-2035 sẽ mang tính quyết định đối với tiến trình chuyển đổi xanh của Việt Nam. Nếu tận dụng tốt cơ hội, nền kinh tế có thể nâng cấp vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu; ngược lại, nguy cơ tụt hậu và mất thị trường xuất khẩu là hiện hữu.





THANH NGÀ

Trong bối cảnh nhu cầu tiêu dùng thay đổi nhanh chóng, AI được xem là chìa khóa giúp doanh nghiệp thực phẩm rút ngắn chu kỳ sản phẩm và gia tăng sức cạnh tranh.

Trao đổi tại hội thảo “Ứng dụng AI và dữ liệu thực tiễn trong nghiên cứu và phát triển sản phẩm thực phẩm”, do Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP Hồ Chí Minh (ITPC) phối hợp Trung tâm Hỗ trợ và Tư vấn chuyển đổi số TP Hồ Chí Minh (DXCenter) tổ chức ngày 22/4 tại TP Hồ Chí Minh, ông Lê Anh Hoàng - Phó Giám đốc ITPC nhận định: Trí tuệ nhân tạo đang hiện diện ở hầu hết các khâu trong quy trình hoạt động của doanh nghiệp, từ phân tích thị hiếu khách hàng, tối ưu công thức nghiên cứu - phát triển sản phẩm đến dự báo xu hướng tiêu dùng trên các sàn thương mại điện tử.

Theo lãnh đạo ITPC, AI không còn là công nghệ của tương lai mà đã trở thành công cụ thiết yếu

trong quản trị doanh nghiệp hiện đại, đặc biệt với ngành Lương thực - Thực phẩm, một trong bốn ngành công nghiệp trọng yếu của TP Hồ Chí Minh. Việc ứng dụng AI và dữ liệu thực tiễn được xem là yếu tố then chốt giúp doanh nghiệp nâng cao sức cạnh tranh trong bối cảnh thị trường biến động nhanh và yêu cầu chất lượng ngày càng cao.

Các nền tảng thông minh cho phép doanh nghiệp phát hiện sớm rủi ro trong sản xuất, quản lý chuỗi cung ứng hiệu quả, kiểm soát chất lượng và phân tích xu hướng tiêu dùng để xây dựng chiến lược phù hợp.

Theo TS Nguyễn Bá Thanh - Viện trưởng Viện Công nghệ Sinh học và Thực phẩm (Trường Đại học Công nghiệp TP Hồ Chí

Minh), quy mô thị trường AI trong ngành Thực phẩm dự kiến đạt 18,3 tỷ USD vào năm 2026 và có thể tăng lên 84 - 88 tỷ USD vào năm 2030, với tốc độ tăng trưởng kép khoảng 39%.

Tuy nhiên, ngành thực phẩm vẫn đối mặt nhiều thách thức khi chu kỳ phát triển sản phẩm mới kéo dài 18 - 36 tháng, chi phí nghiên cứu lớn, trong khi thị hiếu người tiêu dùng thay đổi nhanh. Khoảng 80% sản phẩm mới bị loại khỏi thị trường ngay trong năm đầu tiên.

Việc ứng dụng dữ liệu và AI có thể giúp rút ngắn tới 50% thời gian phát triển sản phẩm, đưa hàng ra thị trường trong 3 - 9 tháng, đồng thời giảm khoảng 40% chi phí ở khâu đánh giá cảm quan. Theo ông Thanh, dữ liệu là nền tảng quan trọng nhưng yếu tố quyết định vẫn là sự kết hợp giữa công nghệ và năng lực của đội ngũ chuyên gia.

Chuyên gia thảo luận ứng dụng AI và dữ liệu thực tiễn trong nghiên cứu và phát triển sản phẩm thực phẩm.

Ở góc độ vận hành, ông Phí Anh Tuấn - Trưởng ban tư vấn chuyên đổi số khu vực doanh nghiệp và nhà nước tại DXCenter cho biết, công nghệ thị giác máy tính đang mở ra hướng đi mới cho các nhà máy thực phẩm. Khi tích hợp vào dây chuyền sản xuất, hệ thống có thể phát hiện lỗi ngoại quan với độ chính xác trên 95%, giúp nâng cao hiệu quả kiểm soát chất lượng.

Nhờ tự động hóa, doanh nghiệp có thể giảm 30 - 70% tỷ lệ sản phẩm lỗi và tiết giảm 40 - 60% chi phí nhân sự kiểm tra chất



Ông Lê Anh Hoàng - Phó Giám đốc ITPC



Chuyên gia thảo luận về ứng dụng AI và dữ liệu thực tiễn trong nghiên cứu, phát triển sản phẩm thực phẩm.

lượng. Đồng thời, các mô hình ra quyết định tự động còn giúp tối ưu tồn kho, giảm 20 - 40% lượng hàng tồn, giảm tới 60% tỷ lệ hủy hàng và nâng mức độ đáp ứng dịch vụ thêm 10 - 20%.

Theo các chuyên gia, sự kết hợp giữa thị giác máy tính và hệ thống ra quyết định tự động sẽ hình thành mô hình quản trị thông minh, có khả năng cảnh báo rủi ro, đề xuất điều chỉnh và ngăn ngừa sự cố ngay từ đầu chuỗi cung ứng. Đây là bước

chuyên quan trọng giúp ngành Thực phẩm tiến tới mô hình nhà máy thông minh, tối ưu chi phí nhưng vẫn bảo đảm chất lượng và an toàn thực phẩm.

Thông qua hội thảo, ITPC kỳ vọng doanh nghiệp có thêm công cụ để tối ưu nguồn lực, xây dựng chiến lược dài hạn và nâng cao năng lực đổi mới sáng tạo, qua đó gia tăng giá trị và từng bước khẳng định vị thế của ngành thực phẩm Việt Nam trên thị trường quốc tế.



HOÀN THIỆN LUẬT HẢI QUAN: CẦN GIẢM CHI PHÍ TUÂN THỦ, ĐỒNG BỘ KIỂM TRA CHUYÊN NGÀNH



MINH THU

THỊ TRƯỜNG & ĐẦU TƯ

Góp ý vào Dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Hải quan, Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đánh giá cao nhiều cải cách theo hướng hiện đại hóa, song cho rằng vẫn còn những rào cản về chi phí tuân thủ và tổ chức thực thi cần tiếp tục hoàn thiện.

Trả lời công văn của Bộ Tài chính về việc lấy ý kiến đối với Dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Hải quan (bản ngày 22/4/2026), trên cơ sở tổng hợp ý kiến từ cộng đồng doanh nghiệp và các hiệp hội ngành nghề, Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đã đưa ra một số nhận định và kiến nghị.

Theo VCCI, so với Luật Hải quan năm 2014, dự thảo đã có nhiều bước tiến quan trọng, phù hợp với

xu hướng hiện đại hóa và các cam kết quốc tế của Việt Nam.

Cụ thể, việc luật hóa chế định quản lý tuân thủ tại Điều 17a và kiểm định hải quan tại Điều 16b được xem là bước chuyển nền tảng, luật hóa các trụ cột cốt lõi của hải quan hiện đại, tạo cơ sở pháp lý ổn định cho cả cơ quan quản lý và doanh nghiệp.

Dự thảo cũng lần đầu thiết lập khung pháp lý cho hàng hóa xuất nhập khẩu qua thương mại điện

tử tại Điều 16a, đáp ứng yêu cầu thực tiễn trong bối cảnh thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam tăng trưởng mạnh.

Ngoài ra, việc đơn giản hóa loại hình gia công, sản xuất xuất khẩu tại khoản 29 Điều 4 và các Điều 59, 60 được kỳ vọng sẽ giảm đáng kể gánh nặng thủ tục cho hàng chục nghìn doanh nghiệp tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu.

Một điểm cải cách đáng chú ý khác là việc tăng thời hạn lưu



giữ hàng hóa tại kho ngoại quan lên 24 tháng và bỏ thủ tục gia hạn tại Điều 61, qua đó cắt giảm trực tiếp thủ tục hành chính cho doanh nghiệp logistics và thương mại quốc tế.

Cơ chế khai bổ sung tự nguyện được mở rộng tại Điều 29 cũng thể hiện tinh thần khuyến khích tuân thủ tự nguyện, phù hợp với thông lệ quốc tế.

Tuy nhiên, từ góc độ thực thi, VCCI cho rằng dự thảo vẫn còn một số nội dung cần hoàn thiện để giảm chi phí tuân thủ và nâng cao hiệu quả vận hành.

Đối với quy định về kiểm tra chuyên ngành và mang hàng về bảo quản tại Điều 35, VCCI cho biết, dự thảo chưa quy định nguyên tắc kiểm tra đồng thời giữa các cơ quan, cũng như chưa bắt buộc liên thông kết quả qua Cổng thông tin một cửa quốc gia. Trong khi đó, theo báo cáo của Ngân hàng Thế giới năm 2024, thời gian kiểm tra chuyên ngành hiện chiếm tới 60 - 70% tổng thời gian thông quan tại Việt Nam.

VCCI kiến nghị bổ sung quy định yêu cầu các cơ quan kiểm tra chuyên ngành phải thực hiện kiểm tra đồng thời, và bắt buộc gửi kết quả dưới dạng dữ liệu điện tử qua Cổng thông tin một cửa quốc gia. Cơ quan Hải quan không yêu cầu nộp lại bản giấy đối với các kết quả đã được số hóa.

Bên cạnh đó, cần làm rõ trách nhiệm giữa cơ quan hải quan và cơ quan kiểm tra chuyên ngành, theo hướng cơ quan hải quan quyết định thông quan trên cơ sở kết quả do cơ quan chuyên ngành cung cấp và không chịu trách



Đối với quản lý hàng hóa thương mại điện tử tại Điều 16a, VCCI kiến nghị bổ sung nguyên tắc áp dụng ngưỡng giá trị thấp để thực hiện thủ tục thông quan rút gọn.

nhiệm về tính chính xác của kết luận kiểm tra.

VCCI cũng đề xuất bổ sung cơ chế giải phóng hàng có điều kiện trong trường hợp chậm trả kết quả kiểm tra chuyên ngành, nhằm tránh ách tắc hàng hóa.

Đối với quản lý hàng hóa thương mại điện tử tại Điều 16a, VCCI kiến nghị bổ sung nguyên tắc áp dụng ngưỡng giá trị thấp để thực hiện thủ tục thông quan rút gọn. Theo đó, các lô hàng dưới ngưỡng sẽ được khai báo điện tử theo lô và nộp thuế gộp định kỳ.

Ngoài ra, quy định về xác thực định danh điện tử cần được làm rõ, đặc biệt là phạm vi áp dụng và mức độ yêu cầu đối với người tiêu dùng cá nhân, bảo đảm phù hợp với nguyên tắc quản lý rủi ro.

Về quản lý rủi ro và quản lý tuân thủ, VCCI đánh giá, quy định tại Điều 17 và 17a chưa thể hiện rõ mối liên kết giữa hai cơ chế này. Theo đó, kết quả đánh giá tuân thủ cần được sử dụng trực tiếp làm đầu vào cho hệ thống quản lý

rủi ro, bảo đảm doanh nghiệp tuân thủ tốt được phân luồng ưu tiên.

Đối với chương trình doanh nghiệp ưu tiên (AEO), VCCI nhận định số lượng doanh nghiệp tham gia hiện còn rất hạn chế so với quy mô cộng đồng doanh nghiệp xuất nhập khẩu. Do đó, cần thiết kế chương trình theo hướng phân tầng, mở rộng khả năng tiếp cận cho doanh nghiệp vừa và nhỏ, đồng thời quy định rõ các quyền lợi cụ thể ngay trong luật.

Cụ thể, VCCI đề xuất phân chia AEO thành ít nhất hai cấp độ, quy định tỷ lệ kiểm tra thực tế tối đa, thời gian thông quan và cơ chế ưu tiên hoàn thuế. Đồng thời, cần bổ sung khung pháp lý cho việc ký kết các thỏa thuận công nhận lẫn nhau với hải quan các nước.

Nhìn chung, VCCI cho rằng dự thảo luật đã có nhiều cải cách tích cực, song để các chính sách đi vào thực tiễn hiệu quả, cần tiếp tục hoàn thiện theo hướng giảm chi phí tuân thủ, tăng tính minh bạch và đồng bộ trong tổ chức thực thi.

Loạt rào cản khiến nông nghiệp số, nông nghiệp xanh ‘khát’ vốn

NGUYỆT MINH



THỊ TRƯỜNG & ĐẦU TƯ

Chuyển đổi sang nông nghiệp số, nông nghiệp xanh hiện không chỉ là xu thế mà còn là yêu cầu tất yếu. Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy một nghịch lý: nhu cầu vốn cho chuyển đổi là rất lớn nhưng dòng tín dụng vẫn chưa thực sự “chảy đúng, chảy trúng, chảy đủ” vào các mô hình nông nghiệp số, nông nghiệp xanh.



Nhu cầu vốn rất lớn nhưng dòng tín dụng vẫn chưa thực sự “chảy đúng, chảy trúng, chảy đủ” vào các mô hình nông nghiệp số, nông nghiệp xanh

Thiếu đồng bộ thể chế, tiêu chuẩn tín dụng xanh

Tại hội thảo “Hoàn thiện chính sách tín dụng cho nông nghiệp số, nông nghiệp xanh” diễn ra ngày 24/4 tại Hà Nội, bà Phạm Thị Thanh Huyền - Tổng biên tập Báo Đại biểu Nhân dân nhấn

mạnh: Tăng trưởng xanh, nông nghiệp xanh, nông nghiệp số là những nội dung đang được đặc biệt quan tâm. Nghị quyết Đại hội XIV của Đảng đã xác định rõ: hoàn thiện thể chế để phát triển, khơi thông và sử dụng hiệu quả các nguồn lực là một trong những đột phá chiến lược, tạo

động lực cho tăng trưởng nhanh và bền vững trong giai đoạn tới.

Trong tổng thể đó, nông nghiệp, nông dân, nông thôn tiếp tục được xác định là trụ đỡ của nền kinh tế. Đồng thời, chuyển đổi sang nông nghiệp số, nông nghiệp xanh không chỉ là xu thế mà còn là yêu cầu tất yếu nhằm nâng cao giá trị gia tăng, bảo đảm phát triển bền vững và thích ứng với biến đổi khí hậu.

“Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy một nghịch lý: nhu cầu vốn cho chuyển đổi là rất lớn nhưng dòng tín dụng vẫn chưa thực sự “chảy đúng, chảy trúng, chảy đủ” vào các mô hình nông nghiệp số, nông nghiệp xanh. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết phải hoàn thiện chính sách tín dụng, không chỉ dừng ở vai trò hỗ trợ mà phải trở thành công cụ dẫn dắt quá trình chuyển đổi”, Tổng biên tập Báo Đại biểu Nhân dân nhấn mạnh.

Đề cập đến thực trạng tín dụng xanh, ông Nguyễn Quang Huy - Giám đốc điều hành Khoa Tài chính - Ngân hàng, Trường Đại học Nguyễn Trãi cho biết, đến cuối năm 2025, dư nợ tín dụng xanh đạt khoảng 850 nghìn tỷ đồng, trong đó hơn 30% thuộc lĩnh vực nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản.

Việc ban hành Quyết định 21/2025/QĐ-TTg đã tạo nền tảng cho danh mục xanh quốc gia. Tuy nhiên, quá trình triển khai vẫn thiếu sự đồng bộ giữa Ngân hàng Nhà nước và các ngân hàng thương mại. Mỗi ngân hàng áp dụng một bộ tiêu chuẩn khác nhau, khiến doanh nghiệp gặp khó khăn khi tiếp cận vốn.

Trong khi đó, chuyên đổi số đang được triển khai mạnh mẽ trên phạm vi cả nước nhưng trong lĩnh vực nông nghiệp vẫn còn chậm. Theo các chuyên gia, muốn chuyên đổi xanh bắt buộc phải số hóa và xây dựng hệ thống dữ liệu, đặc biệt là dữ liệu ESG, làm cơ sở cho các tổ chức tín dụng thẩm định và cấp vốn.

Từ thực trạng này, ông Huy kiến nghị cần hoàn thiện thể chế, ban hành tiêu chuẩn tín dụng xanh thống nhất, đồng thời có các chính sách hỗ trợ như tái cấp vốn, ưu đãi lãi suất, mở rộng hạn mức tín dụng. Các ngân hàng thương mại cũng cần xây dựng bộ tiêu chí xanh phù hợp và thiết lập các chỉ số đánh giá cụ thể.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp đầu ngành cần đóng vai trò dẫn dắt chuỗi liên kết, chia sẻ rủi ro với ngân hàng; hợp tác xã và nông dân cần nâng cao nhận thức, tuân thủ tiêu chuẩn, tránh làm đứt gãy chuỗi giá trị vì lợi ích ngắn hạn. Việc phát triển các công cụ như quỹ bảo lãnh và bảo hiểm tín dụng xanh cũng được xem là giải pháp quan trọng để giảm thiểu rủi ro.

Tín dụng theo chuỗi: lợi ích lớn nhưng không ít rủi ro

Từ góc nhìn doanh nghiệp, ông Nguyễn Văn Long - Chủ tịch HĐQT kiêm Giám đốc Công ty



Ông Nguyễn Văn Long - Chủ tịch HĐQT kiêm Giám đốc Công ty Cổ phần Nhật Long.



Ông Nguyễn Quang Ngọc - Phó Trưởng Ban Chính sách Tín dụng Agribank.

Công ty Cổ phần Nhật Long cho rằng, tín dụng theo chuỗi giá trị nông nghiệp mang lại lợi ích lớn nhất là khả năng tiếp cận nguồn vốn ổn định và linh hoạt hơn.

Khi doanh nghiệp có hợp đồng liên kết rõ ràng với nông dân và thị trường đầu ra, quy trình sản xuất được kiểm soát, ngân hàng sẽ đánh giá cao tính khả thi và giảm rủi ro tín dụng. Nhờ đó, doanh nghiệp có thể vay vốn với điều kiện thuận lợi hơn để đầu tư giống, vật tư, công nghệ, chế biến và logistics.

Tuy vậy, ông Long cũng chỉ ra nhiều thách thức. Trước hết là yêu cầu cao về năng lực quản trị. Doanh nghiệp phải tổ chức sản xuất, quản lý hợp đồng, kiểm soát rủi ro và đảm bảo dòng tiền trong toàn chuỗi.

“Nếu một khâu trong chuỗi gặp sự cố như dịch bệnh, biến động giá cả hoặc vi phạm hợp đồng, toàn bộ chuỗi có thể bị ảnh hưởng, kéo theo rủi ro tín dụng”, ông Long nêu rõ.

Ngoài ra, tính minh bạch và kỷ luật trong liên kết chuỗi vẫn là



vấn đề đáng lo ngại. Thực tế có tình trạng nông dân “bê kèo” khi giá thị trường cao hơn hợp đồng, hoặc doanh nghiệp chậm thanh toán. Điều này làm suy giảm niềm tin giữa các bên và khiến tổ chức tín dụng e ngại khi cho vay theo chuỗi.

Một thách thức khác là sự phụ thuộc vào thị trường đầu ra. Khi thị trường biến động bất lợi, doanh nghiệp có thể gặp khó khăn trong tiêu thụ, ảnh hưởng đến khả năng trả nợ. Do đó, yêu cầu đặt ra là phải đa dạng hóa thị trường, nâng cao năng lực dự báo và quản trị rủi ro.

Để mô hình tín dụng theo chuỗi phát huy hiệu quả, các chuyên gia cho rằng cần sự phối hợp đồng bộ giữa Nhà nước, ngân hàng và doanh nghiệp. Doanh nghiệp phải nâng cao năng lực quản trị, minh bạch tài chính và đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số; Nhà nước hoàn thiện khung pháp lý; còn các tổ chức tín dụng cần đổi mới phương thức thẩm

định, thiết kế sản phẩm phù hợp với đặc thù nông nghiệp.

Nhấn mạnh vấn đề tài chính toàn diện (cung cấp các dịch vụ tài chính cơ bản gồm thanh toán, tiết kiệm, tín dụng, bảo hiểm), ông Nguyễn Quang Ngọc - Phó Trưởng Ban Chính sách Tín dụng Agribank cho biết, trong hành trình phát triển của đất nước, tài chính toàn diện không chỉ là một chính sách kinh tế, mà là một cam kết về sự phát triển công bằng và bao trùm. Tài chính toàn diện trong kỷ nguyên số không chỉ là đưa ngân hàng đến gần người dân hơn, mà giúp người dân trở thành một chủ thể tài chính thực sự trong nền kinh tế.

Với vai trò là ngân hàng thương mại nhà nước chủ lực trong lĩnh vực “tam nông”, Agribank không chỉ cung cấp vốn mà hướng tới kiến tạo một hệ sinh thái tài chính, giúp người nông dân không còn đứng ngoài thị trường, trở thành một mắt xích chủ động trong nền kinh tế hiện đại.

Trong khi đó, ông Lê Đình Huy - Phó Tổng Giám đốc CTCP Bảo hiểm Agribank cho biết, chuyển đổi sang nông nghiệp số và nông nghiệp xanh là xu thế tất yếu, song thực tiễn cho thấy, một trong những rào cản lớn nhất hiện nay chính là rủi ro trong sản xuất nông nghiệp - yếu tố khiến cả người nông dân và tổ chức tín dụng đều thận trọng trong quyết định đầu tư và cấp vốn.

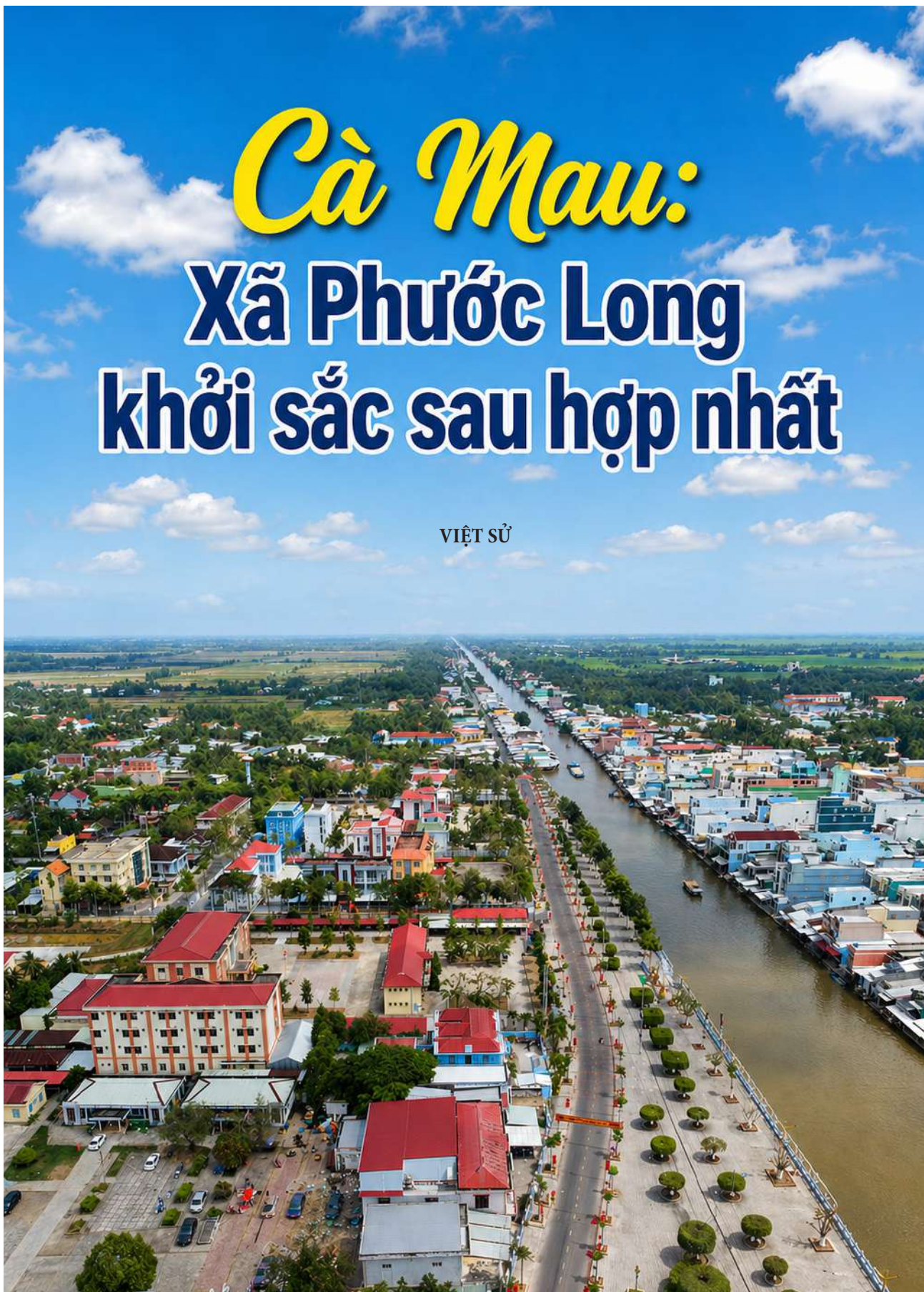
Chính vì vậy, bảo vệ người nông dân trước rủi ro chính là nền tảng để chính sách tín dụng cho nông nghiệp số, nông nghiệp xanh đi vào thực tiễn và phát huy hiệu quả.

Trong bối cảnh biến đổi khí hậu, thiên tai và thị trường biến động khó lường, nếu thiếu các công cụ quản trị rủi ro hiệu quả, dòng vốn tín dụng sẽ khó phát huy vai trò dẫn dắt. Do đó, bảo vệ người nông dân trước rủi ro được xem là nền tảng để chính sách tín dụng cho nông nghiệp số, nông nghiệp xanh đi vào thực tiễn.



Cà Mau: Xã Phước Long khởi sắc sau hợp nhất

VIỆT SỬ



KẾT NỐI

Trung tâm hành chính xã Phước Long (Cà Mau).



Nằm trong vùng ngọt hóa bán đảo Cà Mau, xã Phước Long hợp nhất từ xã Vĩnh Phú Đông và thị trấn Phước Long, có diện tích tự nhiên 98,11km², với diện tích rộng, dân số đông và có nhiều tiềm năng lợi thế về hệ thống giao thông hoàn chỉnh. Đây là điều kiện để phát triển kinh tế - xã hội, nhất là thương mại - dịch vụ, công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp ở địa phương.



Mô hình lúa - tôm rất hiệu quả tại xã Phước Long.

Sau khi hợp nhất đi vào hoạt động Đảng ủy - HĐND - UBND xã Phước Long đã huy động tối đa các nguồn lực và sử dụng có hiệu quả nguồn lực để đầu tư phát triển kinh tế bền vững, phân đầu giá trị sản xuất đến năm 2030 đạt 13.231 tỷ đồng. Đồng thời đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng tăng nhanh khu vực thương mại - dịch vụ; công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp.

Báo cáo cho thấy, tốc độ tăng trưởng tổng giá trị sản phẩm trên địa bàn bình quân hàng năm từ 10 - 25%. Hiện, xã Phước Long tập trung kêu gọi thu hút đầu tư vào các lĩnh vực nông nghiệp công nghệ cao, chế biến thủy sản, phát triển thương mại, dịch vụ vận tải, du lịch sinh thái, chợ dân sinh.

Khuyến khích hộ sản xuất nhỏ, cơ sở kinh doanh cá thể phát triển lên mô hình doanh nghiệp, hợp tác xã kiểu mới, góp phần tạo

việc làm, nâng cao thu nhập cho người dân. Đây mạnh xây dựng nông thôn mới nâng cao, nông thôn mới kiểu mẫu, phân đầu cơ bản hoàn thành các tiêu chí xây dựng xã trở thành phường vào năm 2030.

Phát huy thế mạnh của địa phương về nông nghiệp sinh thái, xã Phước Long tiếp tục mở rộng và nâng cao hiệu quả mô hình tôm - lúa, nuôi trồng thủy sản công nghệ cao, sản xuất hữu cơ, gắn với xây dựng thương hiệu, truy xuất nguồn gốc sản phẩm. Tăng cường chuyển giao khoa học - kỹ thuật, đổi mới phương thức sản xuất, đẩy mạnh liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị. Tổ chức lại sản xuất theo hướng tập trung, quy mô, bền vững nâng cao giá trị gia tăng trên đơn vị diện tích canh tác. Sản lượng lương thực đạt 110.000 tấn, sản lượng thủy sản 9.700 tấn.

Ông Nguyễn Tấn Thức - Chủ tịch UBND xã Phước Long cho biết,



Thu hoạch tôm càng xanh tại xã Phước Long.

địa phương đã và đang tập trung chỉ đạo, đôn đốc tiến độ các công trình, dự án đầu tư công trên địa bàn, đảm bảo tiến độ, chất lượng, phát huy hiệu quả sử dụng vốn. Ưu tiên bố trí nguồn lực cho các công trình trọng điểm, tuy vốn đầu tư công tình phân bổ vài chục tỷ so với điều kiện thực tế ở địa phương nhu cầu về vốn còn rất lớn nhưng đã góp phần tích cực phục vụ đời sống nhân dân trong thời gian qua.

Phước Long cũng tăng cường công tác quản lý thu chi ngân sách, chống thất thu, nợ đọng thuế. Thực hiện chi tiêu tiết kiệm, hiệu quả, dành tỷ lệ hợp lý cho đầu tư phát triển. Đồng thời thực hiện công khai minh bạch tài chính, ngân sách, tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý tài chính, hàng năm tỷ lệ thu ngân sách tăng từ 5 - 8%.

Về phát triển kinh tế tư nhân Đảng bộ xã Phước Long tạo môi trường thuận nhất để kinh tế tư

nhân phát triển trở thành động lực quan trọng của nền kinh tế địa phương, việc này xã chủ trương: Việc gì khó là nhà nước địa phương đảm trách, việc gì dễ dành cho doanh nghiệp.

“Với quan điểm mục tiêu trên chúng tôi hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất kinh doanh tiếp cận nguồn vốn ưu đãi, ứng dụng khoa học - kỹ thuật, chuyển đổi số trong hoạt động sản xuất - kinh doanh, phấn đấu đến năm 2030 phát triển mới 177 doanh nghiệp, ít nhất 40 hộ sản xuất cá thể chuyển lên doanh nghiệp, tỷ lệ người dân giao dịch không dùng tiền mặt đạt trên 80%”, ông Nguyễn Tấn Thức nhấn mạnh.

Về giáo dục đào tạo không ngừng nâng cao chất lượng giáo dục toàn diện ở các cấp học. Tăng cường đầu tư cơ sở vật chất, thiết bị dạy học, đảm bảo 100% trường học có hệ thống nước sạch và nhà vệ sinh đạt chuẩn. Tập trung nâng

cao chất lượng đội ngũ giáo viên, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong quản lý, giảng dạy. Đảm bảo điều kiện dạy và học đáp ứng nhu cầu đổi mới chương trình giáo dục phổ thông.

Về chăm sóc sức khỏe nhân dân củng cố nâng cao chất lượng hoạt động của trạm y tế xã, đảm bảo cung ứng đầy đủ dịch vụ khám chữa bệnh ban đầu cho nhân dân. Phấn đấu 100% hộ dân được tiếp cận dịch vụ y tế đạt chuẩn, tỷ lệ người tham gia bảo hiểm y tế so với dân số đến năm 2030 khoảng 98%.

Đối với lao động việc làm và an sinh xã hội, Phước Long thực hiện đầy đủ, kịp thời các chính sách an sinh xã hội, ưu đãi người có công, trợ giúp xã hội, tiếp tục giảm nghèo bền vững, phấn đấu hàng năm giảm tỷ lệ hộ nghèo từ 1 - 1,5%.

Để thực hiện tốt các vấn đề trên xã Phước Long đẩy mạnh thực hiện cải cách hành chính, nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước. thực hiện có hiệu quả các nội dung cải cách hành chính giai đoạn mới, trọng tâm là cải cách thủ tục hành chính, xây dựng chính quyền điện tử và chuyển đổi số cấp xã. Nâng cao chất lượng phục vụ người dân và doanh nghiệp. Xây dựng chính quyền cơ sở hoạt động hiệu lực, hiệu quả, gần dân, sát dân, phục vụ nhân dân.

Với truyền thống cách mạng vẻ vang, Đảng bộ và nhân dân dân xã Phước Long chung sức, đồng lòng xây dựng Phước Long trở thành đô thị vệ tinh vùng bắc Quốc lộ 1A của tỉnh Cà Mau từ nay đến năm 2030.



Cà Mau: Phường Giá Rai từng bước vươn mình

VIỆT SỬ





Công nhân chế biến tôm đông lạnh tại nhà máy trên địa bàn Giá Rai.

Phường Giá Rai được thành lập trên cơ sở hợp nhất của 4 đơn vị hành chính gồm: Phường 1, phường Hộ Phòng, xã Phong Thạnh và xã Phong Thạnh A, tổng diện tích 104,60km², dân số 70.748 người, có 3 dân tộc Kinh, Hoa, Khmer sinh sống đang xen. Phía Đông giáp phường Láng Tròn; phía Tây giáp xã Phong Thạnh; phía Nam giáp xã Long Điền, xã An Trạch; phía Bắc giáp 2 xã Vĩnh Phước và Phong Hiệp.

Phường Giá Rai có tổng số có 131 doanh nghiệp đang hoạt động các ngành nghề như chế biến thủy sản, sản xuất bao bì, chế biến rau củ quả xuất khẩu... trong đó có 8 doanh nghiệp đủ điều kiện xuất khẩu và 1.237 hộ sản xuất, kinh doanh.

Với vai trò là trung tâm trung chuyển, đầu mối thương mại - dịch vụ của khu vực, cung cấp hàng hóa cho các vùng lân cận. Nhiều cơ sở lớn được đầu tư như trung tâm thương mại Hộ Phòng, chợ Giá Rai, chợ Phong Thạnh, hệ thống siêu thị, chuỗi cửa hàng tiện lợi Bách Hóa Xanh... kinh doanh đa ngành, đa lĩnh vực, góp phần phát triển kinh tế đô thị. Tổng mức bán lẻ hàng hóa đạt 2.107 tỷ đồng, có 5 sản phẩm OCOP đạt 3 sao.

Ngoài ra, phường Giá Rai có tiềm năng du lịch gắn với văn hóa - lịch sử, với các di tích như: Di tích Quốc gia Đồng Nọc Nặng, Di tích cấp tỉnh Đình Thần Phong Thạnh... hằng năm thu hút lượng lớn khách trong và ngoài địa phương đến tham quan, góp phần thúc đẩy phát triển du lịch, quảng bá hình ảnh địa phương.

Về nông nghiệp, thủy sản và kinh tế nông thôn tiếp tục được duy trì ổn định, phát triển theo hướng sinh thái, đa canh, thích ứng với biến đổi khí hậu và phân vùng sinh thái hợp lý: vùng ngọt ổn định tập trung sản xuất lúa kết hợp chăn nuôi, cải tạo vườn tạp, trồng hoa màu; vùng sinh thái mặn phát triển nuôi tôm quảng canh kết hợp với cua, cá; vùng sinh thái mặn - lợ được đầu tư ô đê bao khép kín sản xuất lúa - tôm với quy mô 3.000ha (đã đưa vào sản xuất 2.400ha).

Trong nhiệm kỳ, phường đã thành lập mới 4 hợp tác xã nông nghiệp, góp phần tổ chức lại sản xuất theo hướng liên kết, hiệu quả, bền vững. Tập trung thực hiện các giải pháp đột phá trong phát triển đô thị, lấy trọng tâm là xây dựng kết cấu hạ tầng đồng bộ gắn với chỉnh trang đô thị, kiến trúc cảnh quan, tạo diện mạo đô thị ngày càng khang trang.

Thực hiện bộ máy chính quyền địa phương 2 cấp, tinh gọn, hoạt động hiệu năng, hiệu lực, hiệu quả. Ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý, điều hành hoạt động của bộ máy chính quyền, thực hiện chuyển đổi số đáp ứng yêu cầu



Trung tâm hành chính công phường Giá Rai.

phục vụ nhân dân. với quan điểm lấy người dân làm trung tâm.

Phấn đấu đến năm 2030, xây dựng phường Giá Rai trở thành phường năng động, phát triển xứng tầm đô thị vệ tinh của tỉnh Cà Mau đó là: tốc độ tổng giá trị sản phẩm trên địa bàn bình quân hằng năm tăng 10,56%; tăng tổng thu ngân sách nhà nước trên địa bàn bình quân hằng năm đạt 10%; thành lập mới 270 doanh nghiệp; thu nhập bình quân đầu người 160 triệu đồng/người (tăng 133,4%, so với năm 2025); tỷ lệ hộ nghèo giảm 1,0 - 1,5%/năm.

Để hoàn thành mục tiêu, phường tập trung đầu tư hạ tầng đô thị, phát triển thương mại - dịch vụ và kinh tế đô thị. Quyết liệt lập lại trật tự đô thị, giải quyết dứt điểm các dự án tồn đọng, huy động tối đa nguồn lực xây dựng các công trình trọng điểm. Khai thác hiệu quả lợi thế tuyến kè Quốc lộ 1A, âu thuyền bến đá, các chợ trung tâm, hệ thống tín dụng để phát triển thương mại - dịch vụ, chợ đêm, khu du lịch sinh thái, cộng đồng, tâm linh, từng bước đưa phường

phát triển theo hướng đô thị hiện đại, giàu bản sắc.

Đẩy mạnh chuyển đổi số và phát triển kinh tế nông nghiệp hiệu quả, bền vững. Triển khai đồng bộ chuyển đổi số trên tất cả các lĩnh vực, xây dựng chính quyền số, kinh tế số, xã hội số, công dân số; thúc đẩy ứng dụng khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo. Phát triển các mô hình sản xuất nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, bền vững; xây dựng và phát triển các sản phẩm OCOP đặc trưng mang thương hiệu địa phương.

Thực hiện hiệu quả Nghị quyết số 68 của Bộ Chính trị “Về phát triển kinh tế tư nhân”. Hoàn thiện hạ tầng nông nghiệp phục vụ sản xuất; đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ, chuyển đổi số trong nông nghiệp để nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả và chuỗi giá trị sản phẩm. Nhân rộng mô hình sản xuất sạch theo tiêu chuẩn VietGAP, GlobalGAP, hữu cơ, nông nghiệp thông minh và đô thị; hướng tới nền nông nghiệp xanh, tuần hoàn, thích ứng biến đổi khí hậu.

Tập trung phát triển mô hình lúa - tôm trên toàn bộ diện tích vùng đê bao khép kín, đảm bảo sản xuất hiệu quả, thích ứng với điều kiện thủy văn và bảo vệ môi trường. Tận dụng, khai thác hiệu quả quỹ đất cây lâu năm, đất vườn tạp để chuyển đổi cơ cấu cây trồng theo hướng trồng rau, củ, quả sạch có giá trị kinh tế cao, phù hợp thị trường. Phát triển mạnh các mô hình chăn nuôi an toàn sinh học, nuôi trồng thủy sản có giá trị kinh tế cao phù hợp với điều kiện tự nhiên, có giá trị kinh tế cao. Tăng cường liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị từ sản xuất - chế biến - tiêu thụ.

Đẩy mạnh hợp tác với doanh nghiệp trong bao tiêu sản phẩm, truy xuất nguồn gốc, xây dựng thương hiệu nông sản Giá Rai. Phát triển kinh tế tập thể, khuyến khích thành lập tổ hợp tác, hợp tác xã nông nghiệp hoạt động hiệu quả, thích ứng thị trường và chuyển đổi số.

Triển khai hiệu quả Nghị quyết số 57 của Bộ Chính trị và các kế hoạch của tỉnh về phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. Đẩy mạnh tuyên truyền, nâng cao nhận thức cho cán bộ, đảng viên, người dân và doanh nghiệp về vai trò, tầm quan trọng của chuyển đổi số trong phát triển kinh tế - xã hội. Thúc đẩy phổ cập kỹ năng số trong cộng đồng thông qua “bình dân học vụ số”, khuyến khích giao dịch không dùng tiền mặt, tăng tỷ lệ dân số có tài khoản thanh toán điện tử.

Với bước đi phù hợp với xu thế thời đại, tin chắc rằng phường Giá Rai trong tương lai không sẽ trở thành phường vệ tinh của tỉnh Cà Mau xứng đáng với những kỳ vọng mà người dân đang mong đợi.



GỬI NGỌT THƯƠNG ĐI MUÔN PHƯƠNG

Lấy cảm hứng từ những địa danh trải dài trên khắp mọi miền Đất Nước, hộp quà Ngọt & Thương được Sugar Town thiết kế với mong muốn được trao đi mang theo vị ngọt và yêu thương lan tỏa khắp muôn phương để từng khoảnh khắc thêm ý nghĩa và trọn vẹn.



HOTLINE
0707 133 999





Kỷ niệm 51 năm

GIẢI PHÓNG MIỀN NAM,
THỐNG NHẤT ĐẤT NƯỚC

30/4/1975
-30/4/2026

XVINA - Giải pháp chuyển đổi xanh, số

37 Chu Văn An, phường Tân An, thành phố Cần Thơ

Tel: 092 6512345 - Website: xvina.vn



KẾT NỐI



VỀ AIESEC

AIESEC là tổ chức thanh niên quốc tế, độc lập, hoạt động không vì lợi nhuận và được vận hành bởi thanh niên. Chúng tôi hướng tới tập trung phát triển tiềm năng lãnh đạo ở người trẻ và tạo nên những tác động tích cực đến xã hội thông qua các cơ hội trao đổi quốc tế và các sự kiện khác.

Tầm nhìn của chúng tôi
"Hòa bình và phát triển tiềm năng con người"



AIESEC tại Việt Nam



Fanpage AIESEC tại Việt Nam



Các chương trình trao đổi:

Global Volunteer Global Talent
Global Teacher

Dự án xã hội dành cho thanh niên

YOUTH SPEAK Leadership Conference

Chương trình thành viên:

AIESEC Member Heading for the Future

- 20** Năm phát triển
- 150+** Đối tác/Tổ chức đồng hành
- 4** Thành phố lớn (Hà Nội, Đà Nẵng, TP.HCM, Cần Thơ)
- 540+** Thành viên
- 9** Chi nhánh
- 350,000+** Người theo dõi trên các kênh kỹ thuật số
- 30+** Đại diện từ các trường đại học hàng đầu
- 1,200+** Các sự kiện, dự án được tổ chức nhằm nâng cao năng lực lãnh đạo cho giới trẻ
- 10,000+** AIESEC Alumni
- 12,000+** Những người tham gia trao đổi các chương trình của chúng tôi trong suốt 19 năm



Chào mừng

51 NĂM

**NGÀY GIẢI PHÓNG
MIỀN NAM**

★ 30/4/1975 - 30/4/2026 ★

**CÔNG TY CỔ PHẦN XÂY DỰNG
CTGT THÁI SƠN**

📍 Số 51 Lê Xuân Oai, P. Long Trường, Thành phố Hồ Chí Minh



51
30-4
1975 - 2026

XÂY DỰNG - PHÁT TRIỂN - THẮP SÁNG NIỀM TIN

CHÀO MỪNG 51 NĂM ĐẤT NƯỚC THỐNG NHẤT



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