

Thủ tướng Singapore Lawrence Wong đón Tổng Bí thư Tô Lâm
Ảnh: TTXVN

VIỆT NAM - SINGAPORE

Mở ra chương mới trong hợp tác kinh tế, thương mại

Ngày 12/3, tại Singapore, Tổng Bí thư Tô Lâm và Thủ tướng Singapore Lawrence Wong đã nhất trí nâng cấp quan hệ hai nước lên Đối tác chiến lược toàn diện. Đây là dấu mốc lịch sử trong quan hệ hai nước, mở ra chương mới với tầm nhìn dài hạn và toàn diện hơn.

Trang 2

Công khai, minh bạch trong bảo vệ quyền của người tiêu dùng

- Hưởng ứng Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam năm 2025, Bộ Công Thương kêu gọi, động viên, khuyến khích sự tham gia chủ động và có trách nhiệm của các đơn vị, tổ chức xã hội, doanh nghiệp và người tiêu dùng... Nhằm làm rõ hơn vấn đề này, phóng viên Báo Công Thương có cuộc trao đổi với bà Nguyễn Quỳnh Anh - Phó Chủ tịch Ủy ban Cạnh tranh quốc gia.

HOÀNG LAN

Trang 6



Từng bước đưa Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam thành động lực và điểm nhấn quan trọng trong đời sống kinh tế - xã hội

Ảnh: Cấn Dũng

HƯỚNG ỨNG GIỜ TRÁI ĐẤT NĂM 2025

Lan tỏa thông điệp "Chuyển dịch xanh - Tương lai xanh"

Trang 4

Hoàn thiện thể chế quản lý chất lượng sản phẩm

Trang 10

Khoác "áo mới" cho gạo Việt

Trang 5



Linh hoạt thích ứng để đạt được mục tiêu tăng trưởng

QUANG LỘC

Thời gian qua, tình hình thế giới, khu vực tiếp tục có nhiều diễn biến phức tạp, khó lường; cạnh tranh chiến lược tiếp diễn gay gắt hơn; nhiều yếu tố mới nảy sinh, rủi ro... Trong khi đó, Việt Nam là nền kinh tế có độ mở lớn, nên những tác động từ những yếu tố bất định đó với mục tiêu tăng trưởng 8% là không nhỏ. Bởi vậy đi cùng với việc quyết liệt và phấn đấu cao nhất cho mục tiêu này, cần hết sức coi trọng thời gian, phát huy trí tuệ, quyết đoán, kịp thời, tăng cường về nhận thức, kiên trì về mục tiêu, quyết liệt trong hành động, sáng tạo trong triển khai, hiệu quả trong điều hành. Thích ứng linh hoạt, kịp

thời, phù hợp, hiệu quả với tình hình thế giới, khu vực thời gian tới, tranh thủ tối đa các nguồn lực từ bên ngoài cho tăng trưởng và phát triển đất nước, góp phần thực hiện thắng lợi các mục tiêu tăng trưởng năm 2025. Đây cũng là tinh thần chỉ đạo được Thủ tướng Chính phủ nhấn mạnh tại Chỉ thị số 06/CT-TTg mới đây về các nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm để chủ động thích ứng linh hoạt, kịp thời, phù hợp, hiệu quả với tình hình thế giới. Những nét mới trong chỉ đạo điều hành từ cấp Chính phủ đã được khẩn trương quán triệt tới các bộ, ngành, địa phương cả nước. Xem tiếp trang 9

Ngày 12/3, tại Singapore, Tổng Bí thư Tô Lâm và Thủ tướng Singapore Lawrence Wong đã nhất trí nâng cấp quan hệ hai nước lên Đối tác chiến lược toàn diện. Đây là dấu mốc lịch sử trong quan hệ hai nước, mở ra chương mới với tầm nhìn dài hạn và toàn diện hơn.

> KHÁNH AN

Tầm nhìn hợp tác dài hạn, toàn diện hơn

Trong khuôn khổ chuyến thăm chính thức Singapore, ngay sau lễ đón trọng thể tại tòa nhà Quốc hội, Singapore, Tổng Bí thư Tô Lâm đã hội đàm với Thủ tướng Singapore Lawrence Wong.

Tổng Bí thư Tô Lâm khẳng định, Việt Nam luôn coi trọng và mong muốn thúc đẩy quan hệ hữu nghị và hợp tác nhiều mặt với Singapore. Tổng Bí thư chia sẻ những thành tựu của Việt Nam trong công cuộc đổi mới, nhấn mạnh nỗ lực đẩy mạnh tái cơ cấu kinh tế gắn với đổi mới mô hình tăng trưởng, chuyển đổi số và phát triển bền vững; cải cách bộ máy hành chính, tinh gọn, giảm các đầu mối và cải cách thủ tục hành chính hướng tới một hệ thống nhà nước hoạt động hiệu năng, hiệu lực và hiệu quả.

Hai nhà lãnh đạo điểm lại những thành tựu nổi bật trong hợp tác giữa hai nước, đặc biệt về kinh tế-thương mại-đầu tư, với kim ngạch thương mại song phương đạt trên 9 tỷ USD năm 2024.

Thủ tướng Lawrence Wong chia sẻ đây là quan hệ Đối tác chiến lược toàn diện đầu tiên mà Singapore thiết lập với một nước ASEAN.

Hai bên thống nhất đề ra phương hướng lớn và giao các cơ quan, bộ, ngành liên quan xây dựng chương trình hành động triển khai quan hệ Đối tác chiến lược toàn diện và đưa quan hệ phát triển thực chất, hiệu quả, tập trung vào tăng cường tin cậy chính trị thông qua trao đổi đoàn các cấp, nhất là cấp cao. Đồng thời, mở rộng và làm sâu sắc hơn hợp tác kinh tế, thương mại, đầu tư; thúc đẩy hợp tác về chuyển đổi số, đổi mới sáng tạo, kinh tế xanh, năng lượng sạch; tăng cường hợp tác trong các lĩnh vực quốc phòng - an ninh, văn hóa, giáo dục, du lịch và giao lưu nhân dân.

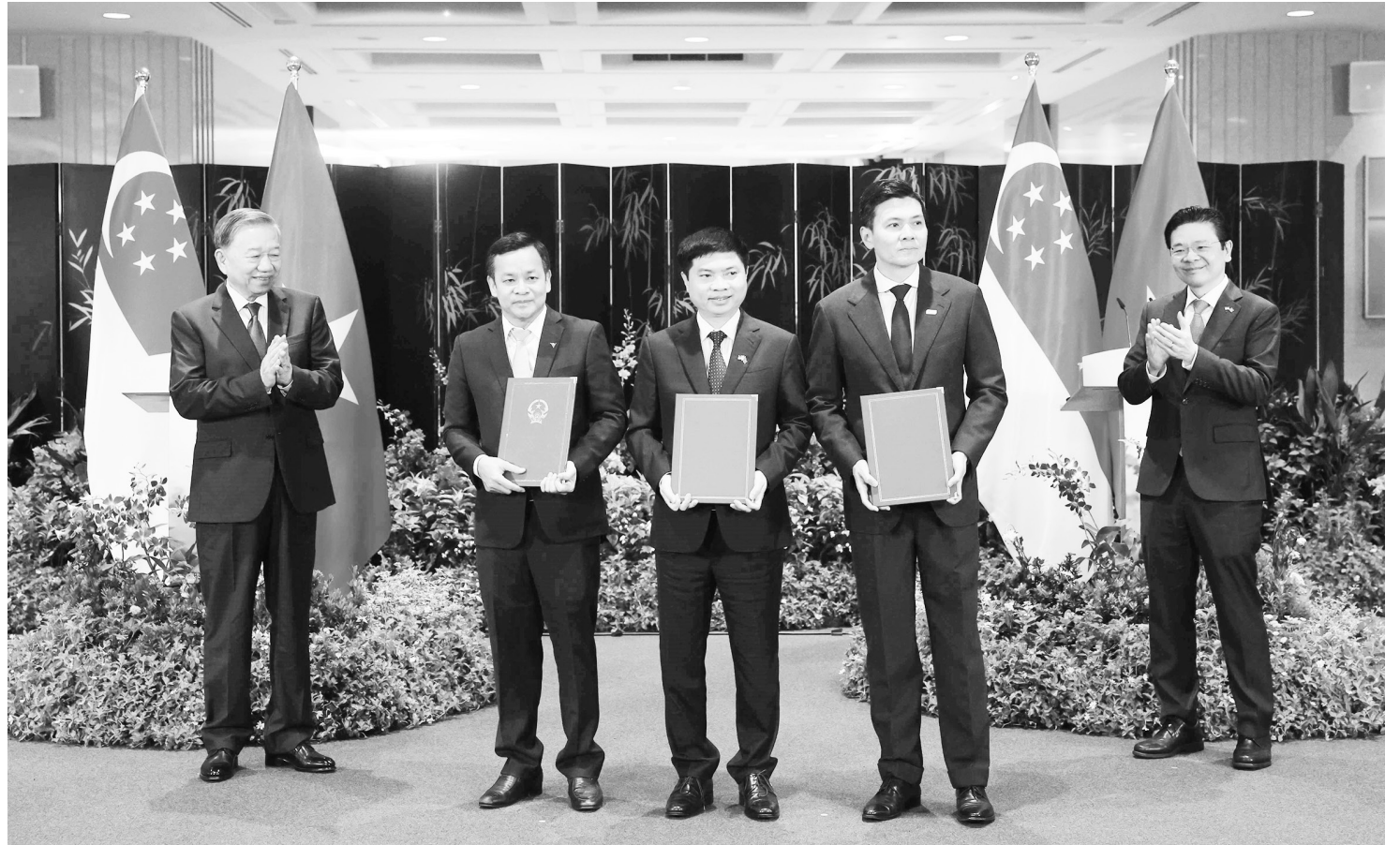
Tổng Bí thư đề nghị Singapore mở rộng mạng lưới Khu công nghiệp Singapore - Việt Nam (VSIP) 2.0 theo hướng đổi mới sáng tạo, phát thải carbon thấp, tăng cường hợp tác trong lĩnh vực chuyển đổi số và công nghệ mới nổi.

Tận dụng FTA thúc đẩy thương mại, công nghiệp

Ông Cao Xuân Thắng - Tham tán Thương mại, Thương vụ Việt Nam tại Singapore - cho biết, Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện giữa Việt Nam và Singapore được ký kết tháng 12/2020 đã mở ra nhiều cơ hội trong lĩnh vực thương mại giữa hai nước Việt Nam - Singapore.

Trong tháng 1/2025, Việt Nam vươn lên vị trí là đối tác thương mại lớn thứ 9 của Singapore, với kim ngạch thương mại hai chiều hơn 3,39 tỷ SGD, tăng 16,83%. Kết quả này cũng giúp Việt Nam vươn lên thành đối tác xuất khẩu lớn thứ 15 vào Singapore và là đối tác nhập khẩu lớn thứ 8 của Singapore.

Cùng với sự tăng trưởng trong hợp tác thương mại, hợp tác đầu tư giữa hai nước Việt Nam - Singapore cũng có những tiến triển tích cực.



Tổng Bí thư Tô Lâm và Thủ tướng Singapore Lawrence Wong cùng kiến trao Biên bản ghi nhớ về việc hợp tác nghiên cứu và đề xuất các dự án đầu tư tại huyện Lý Nhân, tỉnh Hà Nam

VIỆT NAM - SINGAPORE

Mở ra chương mới trong hợp tác kinh tế, thương mại



Khu công nghiệp Việt Nam - Singapore (VSIP) là hình mẫu trong hợp tác đầu tư giữa hai nước

Singapore hiện là nhà đầu tư ASEAN lớn nhất tại Việt Nam, đứng thứ 2/147 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam với 3.915 dự án còn hiệu lực và với tổng vốn đăng ký hơn 83 tỷ USD (chủ yếu là công nghiệp chế biến, chế tạo, kinh doanh bất động sản và sản xuất, phân phối điện, khí). Các nhà đầu tư Singapore hiện đầu tư vào 18/21 ngành, lĩnh vực 2 và có mặt tại 54/63 tỉnh, thành phố của Việt Nam.

Một trong những biểu tượng thành công là các Khu công nghiệp Singapore - Việt Nam (VSIP). Từ khu VSIP đầu tiên tại Bình Dương được khởi động tháng 1/1996, đến nay đã có 18 VSIP hiện diện tại 13 tỉnh, thành của Việt Nam. Các khu công nghiệp VSIP đã đi vào hoạt động với tỷ lệ lấp đầy cao (khoảng 83,2%), thu hút được 18,7 tỷ USD tổng vốn đầu tư cho

Trao đổi về những triển vọng trong hợp tác kinh tế, thương mại, công nghiệp giữa hai nước, ông Cao Xuân Thắng cho biết, tiềm năng hợp tác giữa Việt Nam và Singapore là vô cùng to lớn. Ngoài những lĩnh vực hợp tác truyền thống như thương mại - đầu tư, trong thời gian tới, hai bên sẽ mở rộng sang các lĩnh vực còn nhiều dư địa, từ đó thúc đẩy thương mại song phương hai nước.

Cũng theo ông Cao Xuân Thắng, Việt Nam và Singapore đều là thành viên của nhiều hiệp định thương mại tự do (FTA), trong đó có các FTA thế hệ mới. Trong quan hệ với Việt Nam, Singapore là một trong 4 quốc gia thuộc ASEAN (cùng với Việt Nam, Malaysia, Brunei) tham gia vào hiệp định CPTPP.

Nhờ vậy, hai nước có thể tận dụng từ các FTA đã ký kết để tăng cường hợp tác, đặc biệt cùng tận dụng các thị trường thứ ba trên cơ sở tận dụng nguyên tắc xuất xứ để phối hợp sản xuất OEM (nhà sản xuất thiết bị gốc), khai thác thương hiệu và mạng lưới đối tác nhập khẩu, phát triển các cơ chế hợp tác logistics và thương mại điện tử...

Để hiện thực hóa mục tiêu, đại diện Thương vụ Việt Nam tại Singapore cho biết, thương vụ sẽ tiếp tục cập nhật tình hình, cơ chế, chính sách của địa bàn; hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam kết nối giao thương, trưng bày hàng hóa, quảng bá thương hiệu doanh nghiệp và thương hiệu sản phẩm, tăng sự hiện diện của hàng hóa Việt Nam tại địa bàn. Hỗ trợ xuất khẩu hàng hóa vào thị trường Singapore; hỗ trợ các đoàn doanh nghiệp Singapore vào Việt Nam tìm kiếm nguồn hàng, xúc tiến đầu tư công nghiệp, thương mại và dịch vụ vào Việt Nam.

Về phía doanh nghiệp, thương vụ khuyến cáo, doanh nghiệp hai nước cần chủ động, tích cực hơn nữa, phát huy tối đa khả năng; dám đột phá với những hướng đi, cách làm mới; nghĩ lớn để tiến xa. ■

Nhân dịp này, Việt Nam - Singapore ký kết nhiều văn kiện về tăng cường hợp tác, phòng ngừa và đấu tranh chống tội phạm xuyên quốc gia, tăng cường hợp tác về chuyển đổi số, kinh tế số, công nghệ tài chính, kinh tế xanh, năng lượng tái tạo.

khoảng 866 dự án, tạo việc làm cho hơn 300.000 lao động.

Theo Bộ Công Thương, cùng với hợp tác về thương mại, công nghiệp, năng lượng, kinh tế số, kinh tế xanh, sạch và bền vững... cũng là những lĩnh vực tiềm năng mà doanh nghiệp hai nước cần đẩy mạnh hợp tác, đầu tư sang nhau.

Tỉnh táo trước "đề xuất hồ đồ" trung cầu ý dân về sáp nhập tỉnh

Gần đây, trên mạng xã hội và truyền thông nước ngoài bằng tiếng Việt bỗng xuất hiện "đề xuất" rằng "nên tiến hành trung cầu ý dân" về sáp nhập tỉnh. Tuy nhiên, thực tế đã chứng minh đây là những "đề xuất hồ đồ", hoàn toàn vô căn cứ.

> QUANG LỘC

Pháp luật Việt Nam quy định rõ về trung cầu ý dân

Tại Việt Nam, theo Điều 70 của Hiến pháp năm 2013, Quốc hội là cơ quan có quyền quyết định trung cầu ý dân. Điều 74 Hiến pháp năm 2013 quy định, Ủy ban Thường vụ Quốc hội là cơ quan tổ chức trung cầu ý dân theo quyết định của Quốc hội.

Cụ thể hóa các quy định của Hiến pháp năm 2013, Quốc hội khóa XIII đã ban hành Luật Trung cầu ý dân (Luật số: 96/2015/QH13). Theo đó Điều 3 của Luật nêu rõ, trung cầu ý dân là việc Nhà nước tổ chức để cử tri cả nước trực tiếp biểu quyết bằng hình thức bỏ phiếu quyết định những vấn đề quan trọng của đất nước theo quy định của Luật này.

Các vấn đề trung cầu ý dân được quy định tại điều 6 của Luật. Theo đó, Quốc hội xem xét, quyết định trung cầu ý dân về các vấn đề: Toàn văn Hiến pháp hoặc một số nội dung quan trọng của Hiến pháp; vấn đề đặc biệt quan trọng về chủ quyền, lãnh thổ quốc gia, về quốc phòng, an ninh, đối ngoại có ảnh hưởng trực tiếp đến lợi ích của quốc gia; vấn đề đặc biệt quan trọng về kinh tế - xã hội có ảnh hưởng lớn đến sự phát triển của đất nước; vấn đề đặc biệt quan trọng khác của đất nước.

Như vậy, có thể thấy rõ, pháp luật Việt Nam đã quy định hết sức rõ ràng thẩm quyền, quy trình, nội dung về trung cầu ý dân. Việc tung luận điệu Việt Nam "không quan tâm đến việc trung cầu ý dân" là hết sức hồ đồ, thậm chí là xằng bậy nhằm đánh tráo khái niệm, tạo dư địa để tiến hành các bước chống phá tiếp theo.

Về nội dung sáp nhập tỉnh nói riêng và đơn vị hành chính nói chung đã được quy định rõ tại Luật Tổ chức chính quyền địa phương qua các lần sửa đổi, bổ sung. Trong đó tại Điều 10 của Luật Tổ chức chính quyền địa phương 2025 (Luật số 65/2025/QH15, có hiệu lực từ ngày 1/3/2025) đã quy định trình tự, thủ tục thành lập, giải thể, nhập, chia đơn vị hành chính, điều chỉnh địa giới và đổi tên đơn vị hành chính.

Theo đó, Chính phủ tổ chức xây dựng đề án thành lập, giải thể, nhập, chia đơn vị hành chính, điều chỉnh địa giới và đổi tên đơn vị hành chính cấp tỉnh trình Quốc

hội; Ủy ban nhân dân cấp tỉnh tổ chức xây dựng đề án thành lập, giải thể, nhập, chia đơn vị hành chính, điều chỉnh địa giới và đổi tên đơn vị hành chính cấp huyện, cấp xã trình Chính phủ để trình Ủy ban Thường vụ Quốc hội.

Cũng theo Điều 10, Đề án thành lập, giải thể, nhập, chia đơn vị hành chính, điều chỉnh địa giới và đổi tên đơn vị hành chính phải được lấy ý kiến nhân dân ở những đơn vị hành chính cấp xã chịu ảnh hưởng trực tiếp. Ủy ban nhân dân cấp tỉnh chịu trách nhiệm tổ chức lấy ý kiến nhân dân về chủ trương thành lập, giải thể, nhập, chia đơn vị hành chính, điều chỉnh địa giới và đổi tên đơn vị hành chính theo quy định của Chính phủ.

Sau khi có kết quả lấy ý kiến nhân dân, cơ quan xây dựng đề án có trách nhiệm hoàn thiện đề án và gửi hội đồng nhân dân cấp tỉnh, cấp huyện, cấp xã ở các đơn vị hành chính có liên quan để xem xét, cho ý kiến về việc thành lập, giải thể, nhập, chia đơn vị hành chính, điều chỉnh địa giới và đổi tên đơn vị hành chính.

Như vậy, có thể hoàn toàn đã rõ ràng, việc sáp nhập tỉnh cũng như điều chỉnh các vấn đề liên quan đến địa giới hành chính ở Việt Nam đã được pháp luật minh định một cách rõ ràng, rõ cả về quy trình tiến hành của các cơ quan chính quyền cùng sự tham gia lấy ý kiến của nhân dân, đặc biệt là tại các địa phương chịu



Cán bộ Công an tỉnh Lạng Sơn theo dõi, phân loại thông tin sai trái về sáp nhập các tỉnh, thành đăng tải trên mạng xã hội
Anh: baolangson.vn

ảnh hưởng trực tiếp. Đó là điều không thể phủ nhận.

Càng không phải đợi đến, cần đến có những "đề xuất, gợi ý" về trung cầu ý dân. Kịch bản của các luận điệu này, vẫn như thường thấy, là một khi thực tế không "đúng", không hợp "khẩu vị" của các "đề xuất, gợi ý" đó, các thế lực thù địch, phản động lập tức quay ra xuyên tạc bất chấp thực tế Việt Nam cũng như tung các luận điệu nhằm gây chia rẽ Đảng, Nhà nước, nhân dân Việt Nam.

Bác bỏ luận điệu sai trái

Còn về những luận điệu không "trung cầu ý dân" là thiếu dân chủ, cần khẳng định, việc phát huy quyền làm chủ của nhân dân, thực hiện dân chủ nhân dân là một thành tựu nổi bật của Việt Nam trong những năm qua.

Nhà nước Việt Nam là Nhà nước của nhân dân, do nhân dân, vì nhân dân do Đảng Cộng sản

Việc sáp nhập tỉnh cũng như điều chỉnh các vấn đề liên quan đến địa giới hành chính ở Việt Nam đã được pháp luật minh định một cách rõ ràng, rõ cả về quy trình tiến hành của các cơ quan chính quyền cùng sự tham gia lấy ý kiến của nhân dân, đặc biệt là tại các địa phương chịu ảnh hưởng trực tiếp.

Việt Nam lãnh đạo. Nhà nước đó có chức năng thể chế hóa quan điểm, chủ trương, đường lối của Đảng thành các văn bản quy phạm pháp luật đầy đủ và thống nhất, nhân dân làm chủ thông qua các cơ quan đại diện và làm chủ trực tiếp qua cơ chế "dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra, giám sát, dân thụ hưởng".

Cần khẳng định, các quy định pháp luật cho phép thực hiện ngày càng tốt hơn dân chủ ở cơ sở cũng như chất lượng hoạt động dân chủ trực tiếp. Cùng đó, việc tổ chức hoạt động lấy ý kiến nhân dân cũng như hoạt động phản

biện xã hội có hệ thống, chặt chẽ đã mang lại kết quả tích cực, phát huy và mở rộng dân chủ, đạt đồng thuận xã hội với các chủ trương của Đảng và Nhà nước.

Thực tế đó hoàn toàn bác bỏ luận điệu "không trung cầu ý dân về sáp nhập tỉnh là không có dân chủ".

Việc tung những luận điệu như vậy trên thực tế còn là sự can thiệp có chủ ý vào công việc nội bộ của Việt Nam, tiếp tục những mưu đồ đen tối của những thế lực không muốn thấy một nước Việt Nam ổn định và phát triển thịnh vượng. ■



Ảnh minh họa

HÀ GIANG

**Hưởng ứng
Giờ Trái đất 2025**

Để tổ chức các hoạt động hưởng ứng phong trào “Toàn dân tiết kiệm năng lượng hưởng ứng Giờ Trái đất 2025”, góp phần vào nỗ lực chung của thế giới, thực hiện tốt công tác sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả trên địa bàn tỉnh, Sở Công Thương đã tham mưu cho UBND tỉnh Hà Giang xây dựng kế hoạch và đề nghị các cơ quan, đơn vị, địa phương thực hiện tổ chức các hoạt động hưởng ứng phong trào với thông điệp “Chuyển dịch xanh - Tương lai xanh”.

Theo kế hoạch, Giờ Trái đất 2025 sẽ diễn ra từ 20h30 đến 21h30 thứ Bảy, ngày 22/3, tỉnh Hà Giang đã yêu cầu các địa phương, công ty điện lực đẩy mạnh công tác tuyên truyền, vận động các tổ chức, cơ quan, đơn vị và các hộ gia đình trên địa bàn tích cực tham gia tắt đèn và các thiết bị điện không cần thiết vào thời điểm diễn ra sự kiện Giờ Trái đất 2025.

**EVN phát động
giải chạy online**

Giải chạy với hình thức online được tổ chức thông qua nền tảng 84RACE, từ ngày 8/3/2025 - 31/3/2025 trên phạm vi toàn quốc.

Sự kiện nhằm lan tỏa thông điệp đến với cộng đồng về sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên, bảo vệ môi trường, chủ động ngăn chặn tình trạng biến đổi khí hậu.

Bên cạnh đó, các đoàn viên thanh niên EVN sẽ phối hợp tuyên truyền, kêu gọi toàn dân đồng hành cùng Chính phủ thực hành tiết kiệm năng lượng và hưởng ứng Giờ Trái đất năm 2025 tại các địa điểm giao dịch khách hàng, trụ sở của các đơn vị điện lực trong tháng 3/2025. Lễ phát động toàn dân thực hiện tiết kiệm điện và giải chạy hưởng ứng chiến dịch Giờ Trái đất 2025 (hình thức offline) đã diễn ra vào 7h00 ngày 8/3/2025 tại Công viên Thống Nhất - không gian đi bộ phố Trần Nhân Tông, Hà Nội.

HÒA PHÁT

**Tiết kiệm 5.400
tỷ đồng nhờ tự
sản xuất điện**

Năm 2024, sản lượng điện tự phát của Hòa Phát Dung Quất đạt 2,39 tỷ kWh, tự chủ hơn 90% nhu cầu sản xuất gang thép toàn khu liên hợp. Sản lượng phát điện tự dùng cung cấp cho Khu liên hợp Thép Hòa Phát Hải Dương đạt 788 triệu kWh.

Tổng lượng điện phát tự chủ của Hòa Phát tại hai Khu liên hợp Hải Dương và Dung Quất tương đương một nhà máy nhiệt điện tầm trung, quy đổi theo giá điện hiện hành, sản lượng phát điện năm 2024 có giá trị khoảng 5.400 tỷ đồng. Việc thu hồi và sử dụng nhiệt dư, khí dư để phát điện là giải pháp tiết kiệm năng lượng hiệu quả, tăng tính cạnh tranh cho giá thành sản phẩm, giảm thiểu ô nhiễm môi trường, đồng thời giảm tải áp lực điều độ hệ thống điện lưới quốc gia. **M.K**



Thứ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hoàng Long cùng các đại biểu thực hiện nghi thức phát động “Toàn dân tiết kiệm năng lượng hưởng ứng Giờ Trái đất năm 2025”

Với thông điệp “Chuyển dịch xanh - Tương lai xanh”, nhiều hoạt động hưởng ứng Giờ Trái đất 2025 được Bộ Công Thương đồng loạt tổ chức trong tháng 3/2025.

➤ THU HƯƠNG

**Hướng tới một tương lai
bền vững hơn**

Thực hiện Quyết định số 280/QĐ-TTg ngày 13/3/2019 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Chương trình quốc gia về sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả giai đoạn 2019 - 2030; Chỉ thị số 20/CT-TTg ngày 8/6/2023 về tăng cường tiết kiệm điện giai đoạn 2023 - 2025 và các năm tiếp theo, thời gian qua, Bộ Công Thương đã triển khai nhiều hoạt động tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức của cộng đồng về biến đổi khí hậu và tiết kiệm năng lượng vì sự phát triển bền vững.

Trong đó, nổi bật nhất là các hoạt động hưởng ứng Giờ Trái đất được tổ chức đã trở thành sự kiện thường niên trong 15 năm qua, với sự tham gia của các cấp chính quyền và cộng đồng trên cả nước. Để tiếp tục nâng cao nhận thức cho người dân và xã hội, ngày 8/3 vừa qua, Bộ Công Thương đã tổ chức Lễ phát động “Toàn dân tiết kiệm năng lượng hưởng ứng Giờ Trái đất năm 2025” và Giải chạy hưởng ứng “Toàn dân tiết kiệm năng lượng hưởng ứng Giờ Trái đất năm 2025”.

Chuỗi sự kiện được triển khai với thông điệp “Chuyển dịch xanh - Tương lai xanh” nhằm kêu gọi toàn dân hưởng ứng tiết kiệm năng lượng thông qua các hoạt động cụ thể. Không chỉ là tắt điện và các thiết bị điện không cần thiết vào giờ trái đất mà còn nhiều hoạt động khác, xuyên suốt, liên tục trong các hoạt động kinh tế, đời sống và hơn thế nữa là thành chuỗi các hoạt động “chuyển dịch xanh”

HƯỚNG ỨNG GIỜ TRÁI ĐẤT NĂM 2025**Lan tỏa thông điệp
“Chuyển dịch xanh -
Tương lai xanh”**

để hướng tới một “tương lai xanh” hơn, bền vững hơn.

Nói về các hoạt động nhằm thúc đẩy chuyển dịch xanh ngành Công Thương, Thứ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hoàng Long cho biết, sau Hội nghị COP26 về biến đổi khí hậu, Việt Nam đã khẩn trương cụ thể hóa, bắt tay thực hiện ngay những cam kết của mình trước cộng đồng quốc tế để hướng tới mục tiêu phát thải ròng khí nhà kính bằng “0” vào năm 2050.

“Chúng ta đã ban hành các chính sách để thực hiện cam kết, một trong những nội dung quan trọng để thực hiện cam kết đó là chuyển dịch xanh mà cụ thể là chuyển dịch năng lượng”, Thứ trưởng Nguyễn Hoàng Long thông tin.

Trong chuyển dịch năng lượng có hai vấn đề đó là phát điện và tiết kiệm điện. Đối với phát điện, chúng ta đã chuyển dịch mạnh mẽ, tăng cường đầu tư xây dựng các nguồn năng lượng xanh, năng lượng tái tạo - đây là nguồn năng lượng ngày càng chiếm phần quan trọng trong cơ cấu nguồn năng lượng của Việt Nam.

Về phần tiết kiệm điện, chúng ta có một loạt chính sách khuyến khích người dân sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả, công nghệ để nâng cao hiệu quả sản xuất, tiến tới bảo vệ môi trường.

**Thúc đẩy
tăng trưởng xanh**

Theo Thứ trưởng Nguyễn Hoàng Long, thời gian qua Bộ Công Thương cũng đã ban hành nhiều chính sách quyết định, quy định đối với các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Đất nước đang đứng trước vận mệnh mới, kỳ nguyên vươn mình của dân tộc theo hướng chuyển dịch xanh, chuyển đổi số, đổi mới sáng tạo. Tuy nhiên, hành trình chuyển dịch xanh cũng đặt ra rất nhiều thách thức, yêu cầu sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị, các ban, bộ, ngành, cơ quan từ cấp trung ương tới địa phương và doanh nghiệp, và đặc biệt là cộng đồng, người dân.

cũng như các hoạt động của các cơ quan đơn vị trong ngành hướng tới mục tiêu phát triển xanh, phát triển bền vững nhằm đóng góp cùng đất nước trung hòa carbon vào năm 2025.

Bên cạnh đó, Bộ Công Thương đang triển khai nhiều chương trình, dự án hướng đến thúc đẩy các mô hình sản xuất kinh doanh theo hướng tăng trưởng xanh; áp dụng giải pháp khai thác và sử dụng tiết kiệm, hiệu quả tài nguyên thiên nhiên và năng lượng, sản xuất và tiêu dùng bền vững, phát huy lợi thế cạnh tranh và giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường.

Chia sẻ về ý nghĩa của sự kiện Phát động toàn dân tiết kiệm năng lượng hưởng ứng Giờ Trái đất 2025, Thứ trưởng Nguyễn Hoàng Long khẳng định: Sự kiện giờ trái đất nhằm quảng bá, khuyến khích, nâng cao nhận thức của người dân và doanh nghiệp đối với sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả.

Nhằm thúc đẩy chuyển đổi xanh, cùng với việc chuyển đổi mạnh mẽ cơ bản nguồn năng lượng hợp lý theo hướng giảm thiểu nguồn năng lượng có nguồn gốc hóa thạch, tăng mạnh nguồn năng lượng tái tạo, thì thúc

đẩy sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả được xem là giải pháp hữu hiệu. “Đây là giải pháp quan trọng giúp đảm bảo an ninh năng lượng, phục vụ phát triển kinh tế - xã hội, đồng thời đóng góp thực hiện cam kết Net Zero của Việt Nam, thể hiện quyết tâm, hành động mạnh mẽ của ngành Công Thương trong việc chuyển đổi công nghệ, chuyển đổi xanh, hướng tới phát triển bền vững”. Thứ trưởng nhấn mạnh.

Có thể khẳng định, các sáng kiến và chính sách của cơ quan quản lý nhà nước là bước đi quan trọng, nhưng để chuyển dịch xanh thực sự thành công, sự tham gia của doanh nghiệp là yếu tố không thể thiếu. Chuyển dịch xanh không chỉ là xu hướng mà còn là yêu cầu cấp thiết trong bối cảnh biến đổi khí hậu ngày càng gia tăng. Việc chuyển sang một nền kinh tế xanh, bền vững giúp giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường, bảo vệ tài nguyên thiên nhiên cho thế hệ tương lai. Bằng cách thay đổi tư duy và hành động ngay từ hôm nay, chúng ta có thể góp phần xây dựng một thế giới tốt đẹp hơn, và chuyển dịch xanh chính là chìa khóa cho một tương lai bền vững và thịnh vượng. ■

Cùng với chất lượng đã được khẳng định bởi nhiều lần được chứng minh ngon nhất thế giới, thương hiệu chính là “tấm áo” nâng tầm giá trị hạt gạo Việt.

➤ LAN PHUONG

Câu chuyện đáng suy ngẫm

3 năm liên tiếp gần đây, xuất khẩu gạo là câu chuyện chưa bao giờ hết nóng... Không chỉ bởi đây là mặt hàng xuất khẩu trọng điểm, gắn với đời sống của hàng triệu người nông dân Việt Nam, mà còn bởi biên độ biến động mạnh của giá xuất khẩu.

Đáng chú ý, từ khi Ấn Độ dẫn nói lỏng lệnh cấm xuất khẩu gạo từ cuối năm 2024 đến nay, giá gạo xuất khẩu của Việt Nam liên tục giảm. Gần đây, có thời điểm giá gạo xuống dưới mốc 400 USD/tấn, giảm gần một nửa so với thời điểm đạt đỉnh năm 2024.

Vấn biết rằng, giá cả lên xuống là câu chuyện hết sức bình thường của thị trường, song, sự trỗi sụt của mặt hàng này đã được báo trước, đồng thời tiếp tục gióng lên những câu chuyện đáng suy ngẫm.

Còn nhớ, vào thời điểm năm 2023, khi Ấn Độ và một số quốc gia tăng cường cấm xuất khẩu gạo, tại Hội nghị triển khai công tác điều hành xuất khẩu gạo diễn ra tháng 8/2023, Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên đã rất trăn trở với việc chuỗi liên kết giữa người nông dân và doanh nghiệp xuất khẩu gạo quá lỏng lẻo dẫn đến thiếu nguồn, tranh mua, tranh bán, gây bất ổn thị trường gạo.

Khoác "áo mới" cho gạo Việt



Gạo Việt Nam còn thiếu thương hiệu

Ảnh: Tập đoàn Lộc Trời

Đến cuộc họp về việc thành lập Hội đồng xuất khẩu gạo Việt Nam vào tháng 8/2024, khi giá gạo xuất khẩu của Việt Nam lên rất cao, người đứng đầu ngành Công Thương tiếp tục trăn trở với một vấn đề khác, đó là câu chuyện thương hiệu của gạo xuất khẩu.

Định vị giá trị bằng thương hiệu

Câu chuyện thương hiệu là câu chuyện không mới. Tuy nhiên, để xây dựng thành công thương hiệu gạo, điều kiện cần chính là chất lượng.

Theo báo cáo mới nhất của Bộ Nông nghiệp và Môi trường, hiện nay, cơ cấu xuất

khẩu gạo Việt Nam có đến 80% là gạo chất lượng cao. Bên cạnh đó, gạo Việt Nam nhiều lần được công nhận gạo ngon nhất thế giới với ST25. Gạo Việt Nam đã vào được châu Âu với thương hiệu Com Vietnam Rice cùng giá bán lên đến 4.000 Euro/tấn. Gạo với thương hiệu ST25 AAN, Japonica-AAN của Tập đoàn Tân Long đã vào được hệ thống siêu thị của Nhật Bản với giá bán cũng không hề rẻ. Như vậy, điều kiện cần, gạo Việt Nam hoàn toàn đáp ứng được.

Vậy còn điều kiện đủ, Việt Nam có gì? Đó chính là những giải pháp quảng bá, xúc tiến thương mại từ các cơ quan chức năng.

Có thể thấy, gạo chính là một trong những mặt hàng trọng điểm được Bộ Công Thương triển khai các giải pháp xúc tiến thương mại. Tại Hội chợ hàng Việt Nam được các thương vụ Việt Nam tại nước ngoài tổ chức hàng năm, gạo luôn là mặt hàng trọng tâm. Hình ảnh của gạo Việt không chỉ được giới thiệu bằng những bao gạo nhỏ bé, trắng ngần mà còn qua những món ăn đậm chất Việt như xôi, bánh chưng, bún, phở... Cứ thế, hình ảnh hạt gạo Việt Nam đi vào tâm trí người tiêu dùng nước sở tại một cách vô cùng tự nhiên.

Chất lượng đã có, các hoạt động xúc tiến thương mại cấp quốc gia đã được triển khai, song điều hạt gạo Việt còn thiếu là động lực từ doanh nghiệp trong việc xây dựng thương hiệu. Tại Hội nghị về sản xuất, thị trường lúa gạo và phòng chống hạn mặn vùng Đồng bằng sông Cửu Long tổ chức ngày 7/3, Phó Thủ tướng Trần Hồng Hà một lần nữa giao Bộ Nông nghiệp và Môi trường phối hợp với Bộ Khoa học và Công nghệ khẩn trương xây dựng chiến lược phát triển thương hiệu lúa gạo quốc gia mạnh mẽ. Có thể thấy, câu chuyện về thương hiệu đối với hạt gạo đang cấp thiết hơn bao giờ hết. Đây chính là “áo mới” của hạt gạo, để hạt gạo Việt quay về với đúng giá trị của mình trên bản đồ lúa gạo thế giới.

Theo Bộ Nông nghiệp và Môi trường, xuất khẩu gạo trong 2 tháng đầu năm 2025 ước đạt 1,1 triệu tấn (tăng 5,9%), giá trị đạt 613 triệu USD (giảm 13%) so với cùng kỳ. ■

Người nuôi lái từ 5.000 - 6.000 đồng/kg

Hiện nay, giá cá tra đang tăng mạnh, đâu là nguyên nhân, thưa ông?

Do thời gian trước, giá bán cá tra quá thấp, thậm chí thấp hơn giá thành, do đó, nhiều doanh nghiệp thua lỗ và giảm lượng nuôi. Nguồn hàng khan hiếm là yếu tố đẩy giá cá tra tăng mạnh.

Một nguyên nhân khác cũng cần được nhắc đến đó là do biến đổi khí hậu dẫn đến dịch bệnh đối với vùng nuôi giống. Giá cá giống cũng tăng cao, khoảng 50.000 đồng/kg (loại 30 - 40 con), tăng gấp đôi so với trước đây.

Mức giá này không một doanh nghiệp, hộ nuôi nào có thể chịu được. Vì vậy, họ cũng không tái sản xuất lại. Do đó, chỉ còn một số doanh nghiệp mạnh về vốn và làm theo chuỗi mới còn tồn tại.

Một vấn đề nữa đó là chất lượng con cá giống ngày càng giảm. Chương trình giống cá tra 3 cấp hiện gần như đang “đánh trống bỏ dùi”, tỷ lệ hao hụt cá giống lên đến 40-50%. Nếu con giống được đầu tư tốt, việc này sẽ giảm bớt được chi phí, giảm giá thành và nâng cao sức cạnh tranh cho ngành cá tra.

Nguồn cung thiếu, cầu tăng đã đẩy giá cá tra (cá thịt) lên mức 33.000 đồng/kg. Có thể nói, trong mấy năm vừa qua, chưa khi nào chúng ta có được mức giá tốt như hiện nay.

Với những người nuôi có kinh nghiệm, có đầu tư hệ thống các điều kiện tốt để xử lý các vấn đề về dịch bệnh thì giá thành nuôi hiện nay vào khoảng 27.000 - 28.000 đồng/kg. Với giá bán như hiện nay, người nuôi cá tra thu lãi từ 5.000 - 6.000 đồng/kg, đây là mức lãi rất lý tưởng.

Tuy nhiên, hiện nay, các hộ nông dân nuôi cá tra không còn nhiều, chủ yếu là các doanh nghiệp tự nuôi và một số nuôi gia công với các hộ lớn. Bởi hiện nay, chi phí

Chuyên gia lý giải nguyên nhân giá cá tra ở mức cao

Giá cá tra thương phẩm lên 31.500 - 33.500 đồng/kg, cao nhất trong 3 năm qua và được dự báo sẽ duy trì mức này từ nay đến cuối năm. Phóng viên Báo Công Thương đã có cuộc trao đổi với TS Dương Nghĩa Quốc - Chủ tịch Hiệp hội Cá tra Việt Nam - xung quanh vấn đề này.

➤ NGUYỄN HẠNH (thực hiện)



để nuôi 1 ao cá 400 tấn, con số đầu tư sơ sơ cũng lên đến 10 tỷ đồng. Nếu đầu tư thường từ 5-7 ao nuôi, chi phí lên cả trăm tỷ đồng, hộ nông dân rất khó có tiền để đầu tư.

Dự báo xuất khẩu cá tra đạt 2,4 tỷ USD

Thưa ông, vấn đề giá cá tra tăng cao, người nuôi lại không có hàng và ngược lại. Có phải vấn đề về thông tin thị trường của chúng ta vẫn đang yếu và thiếu?

Tôi cho rằng, hiện nay, chuỗi ngành hàng cá tra của chúng ta đang yếu nhiều thứ. Hiện, trong chuỗi ngành hàng này có nhiều khâu, chỉ cần một khâu bị ùn tắc thì dẫn đến khâu đầu ra bị ứ đọng. Hộ nào càng nuôi lại càng lỗ, dẫn đến tình trạng tranh bán, hạ giá.

Nói về thông tin thị trường, việc này vô cùng quan trọng, nhưng hiện nay, các nhà

xuất khẩu của Việt Nam vẫn chưa xuất khẩu trực tiếp mà mới thông qua trung gian. Chính vì vậy, dù không sản xuất nhưng họ hưởng lợi nhuận nhiều hơn người chế biến và người nuôi.

Đôi khi, thông tin thị trường xuất khẩu cũng bị chính các nhà nhập khẩu “ém đi” để tìm cách ép giá nếu như nhà xuất khẩu không nắm bắt kịp thời.

Nếu chúng ta có thông tin chính thống và chính xác sẽ giúp cho vấn đề sản xuất được tốt hơn. Do đó, việc cung cấp thông tin thị trường, vai trò của các tham tán thương mại là rất quan trọng.

Về phía các doanh nghiệp xuất khẩu cũng cần đẩy mạnh việc liên kết, hợp tác để có thể thống nhất về giá cả xuất khẩu, tránh tình trạng tranh mua, tranh bán. Có như vậy mới tạo điều kiện cho sản xuất phát triển ổn định.

Quay trở lại câu chuyện giá cá tra, chúng ta có thể duy trì được mức cao như hiện nay hay không? Đồng thời, ông nhận định gì về kim ngạch xuất khẩu cá tra cho năm 2025?

Trước đây, chúng ta nuôi tầm 6 tháng thì sẽ cho thu hoạch cá tra thương phẩm 700 - 800gram. Nhưng hiện nay, do biến đổi thời tiết, khí hậu, bệnh tật, muốn thả giống cá tra lúc này, chúng ta phải nuôi 8 tháng mới có cá tra thương phẩm 800-900gram.

Nếu triển vọng thị trường thế giới không có biến động lớn bởi các nguồn cá của các nước, ngành cá tra Việt Nam sẽ được mùa, được giá.

Đã có những năm, xuất khẩu cá tra đạt con số 2,4 tỷ USD. Với giá bán hiện nay, nếu chúng ta sản xuất ổn định, việc đạt con số này là không khó khăn. Nếu chúng ta cộng cả kim ngạch xuất khẩu sản phẩm, giá trị gia tăng từ cá tra như dầu ăn, collagen,... kim ngạch xuất khẩu cá tra có thể đạt 3-4 tỷ USD.

Xin cảm ơn ông!

Theo số liệu của Hải quan Việt Nam, tính đến giữa tháng 2/2025, tổng kim ngạch xuất khẩu cá tra đạt 208 triệu USD, tăng 5% so với cùng kỳ năm ngoái.

Công khai, minh bạch trong bảo vệ quyền của người tiêu dùng

Đảm bảo sự đồng bộ, đầy đủ văn bản quy phạm pháp luật

Ngày 1/7/2024, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (BVQLNTD) đã chính thức có hiệu lực. Bà có thể chia sẻ về những kết quả bước đầu sau gần 1 năm thực thi?

Để kịp thời đưa Luật vào đời sống, thời gian qua, Ủy ban Cảnh tranh Quốc gia đã triển khai đồng bộ, đa dạng nhiều nhiệm vụ, giải pháp. Cụ thể, ủy ban đã tham mưu cho Bộ Công Thương chủ trì xây dựng và trình cấp có thẩm quyền ban hành kịp thời và đúng hạn các văn bản quy phạm pháp luật như: Nghị định số 55/2024/NĐ-CP ngày 16/5/2024 (Nghị định 55) của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật; Quyết định số 07/2024/QĐ-TTg ngày 20/6/2024 Thủ tướng Chính phủ ban hành Danh mục sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung; Quyết định số 1012/QĐ-TTg ngày 31/8/2023 ban hành Kế hoạch triển khai thi hành Luật...

Đến nay, các văn bản pháp luật hướng dẫn thực thi Luật đã được ủy ban chủ động, kịp thời tham mưu xây dựng và trình cấp có thẩm quyền ban hành, đảm bảo sự đồng bộ, đầy đủ và khi Luật có hiệu lực thì có đủ cơ sở, công cụ pháp lý cho việc thực thi hiệu quả.

Cùng với đó, công tác tuyên truyền, giáo dục, nâng cao kiến thức, nhận thức về BVQLNTD được ủy ban đẩy mạnh. Chúng tôi đã tổ chức chuỗi hội nghị, hội thảo tập huấn, tuyên truyền, phổ biến quy định mới của Luật cho đa dạng các chủ thể từ nhóm cơ quan nhà nước, tổ chức xã hội, hiệp hội ngành nghề đến cộng đồng kinh doanh và người tiêu dùng có liên quan.

Bảo vệ người tiêu dùng trên không gian mạng

Luật BVQLNTD và các công cụ pháp lý khác hiện đã rất rõ ràng. Tuy nhiên, quyền lợi NTD vẫn đang bị xâm phạm, đặc biệt trong bối cảnh bùng nổ kinh doanh qua thương mại điện tử (TMĐT). Các cơ quan chức năng, trong đó có Bộ Công Thương đã triển khai các giải pháp gì để hạn chế tình trạng này, thưa bà?

Trước thực trạng các tác động tiêu cực tới NTD trên không gian mạng, thời gian qua, các đơn vị của Bộ Công Thương đã xây dựng cơ chế phối hợp và chủ động triển khai đồng bộ các nhóm giải pháp để nâng cao hiệu quả BVQLNTD trong TMĐT. Cụ thể, về xây dựng chính sách, Luật BVQLNTD

Hưởng ứng Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam năm 2025, Bộ Công Thương kêu gọi, động viên, khuyến khích sự tham gia chủ động và có trách nhiệm của các đơn vị, tổ chức xã hội, doanh nghiệp và người tiêu dùng... Nhằm làm rõ hơn vấn đề này, phóng viên Báo Công Thương có cuộc trao đổi với bà Nguyễn Quỳnh Anh - Phó Chủ tịch Ủy ban Cảnh tranh quốc gia.

➤ HOÀNG LAN (thực hiện)



2023 và Nghị định 55/2024/NĐ-CP đã bổ sung nhiều quy định BVQLNTD trong TMĐT. Ngoài ra, Nghị định số 24/2025/NĐ-CP vừa được Chính phủ ban hành, cũng đã tăng mức phạt đối với các hành vi vi phạm trong giao dịch với NTD trên không gian mạng và trong TMĐT.

Bên cạnh đó, Bộ tăng cường và kết hợp tuyên truyền, nâng cao nhận thức về BVQLNTD trong TMĐT trong quá trình thực hiện các hoạt động có liên quan, nổi bật là các cuộc thi "NTD trẻ trong TMĐT", "Tìm hiểu pháp luật BVQLNTD" hướng tới nhóm đối tượng là học sinh, sinh viên và người lao động tại các khu công nghiệp, doanh nghiệp, thu hút hàng chục nghìn người quan tâm, tham gia.

Đối với cộng đồng doanh

nh nghiệp, Bộ Công Thương đã tổ chức ký cam kết với một số sàn TMĐT nhằm nâng cao ý thức của doanh nghiệp trong BVQLNTD trên TMĐT, như các cam kết về "Nói không với hàng giả trong TMĐT" từ năm 2019 tới nay. Trong năm 2023, ủy ban đã phối hợp với Chương trình Phát triển Liên hợp quốc tại Việt Nam xây dựng và công bố Bộ Quy tắc Hướng dẫn thực hành kinh doanh có trách nhiệm vì NTD trong TMĐT.

Ngoài ra, các đơn vị chức năng của Bộ Công Thương đã xây dựng cơ chế phối hợp trong tổ chức các hoạt động thanh tra, kiểm tra để nâng cao hiệu quả giám sát hoạt động của các sàn TMĐT. Qua đó, đã phát hiện, xử lý nhiều vụ việc có quy mô lớn về hàng gian, hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc

chào bán trên không gian mạng; kịp thời yêu cầu các sàn TMĐT điều chỉnh, xóa bỏ các thông tin có nội dung sai lệch, có khả năng tác động tiêu cực tới NTD.

Tiếp cận thông tin minh bạch, an toàn

Năm 2025, công tác BVQLNTD tiếp tục gắn với chủ đề "Thông tin minh bạch - Tiêu dùng trách nhiệm". Điều đó cho thấy, vai trò then chốt nằm ở nhận thức của các đơn vị sản xuất, kinh doanh và chính NTD. Bà có thể chia sẻ cụ thể hơn về chủ đề này và những hoạt động hưởng ứng của Bộ Công Thương trong năm nay?

Năm 2025, Bộ Công Thương lựa chọn chủ đề cho các hoạt động hưởng ứng Ngày Quyền của NTD Việt Nam là "Thông tin minh bạch - Tiêu dùng trách nhiệm". Chủ đề

này nhằm nâng cao ý thức, trách nhiệm trong BVQLNTD của cả đơn vị sản xuất, kinh doanh và chính NTD. Đặc biệt, trong bối cảnh các hành vi gian lận thương mại, lừa đảo, lừa dối, gây nhầm lẫn, che giấu, cung cấp thông tin không đầy đủ, không chính xác cho NTD vẫn còn phổ biến, chưa có chiều hướng giảm xuống.

Trách nhiệm cung cấp thông tin và tiêu dùng có trách nhiệm, bền vững là những nội dung quan trọng, đã được bổ sung, hoàn thiện trong Luật BVQLNTD 2023. Hơn nữa, chủ đề "Thông tin minh bạch - Tiêu dùng trách nhiệm" là phù hợp và thể hiện xu hướng, quan tâm chung của thế giới trong quá trình chuyển đổi số, chuyển đổi xanh, cũng như sự phát triển mạnh mẽ của loại hình kinh doanh, tiêu dùng trên không gian mạng và TMĐT.

Với chủ đề "Thông tin minh bạch - Tiêu dùng trách nhiệm", Bộ Công Thương kêu gọi, động viên, khuyến khích sự tham gia chủ động và có trách nhiệm của các cơ quan, tổ chức xã hội, doanh nghiệp và NTD với các hoạt động liên quan để từng bước đưa Ngày Quyền của NTD Việt Nam thành động lực và điểm nhấn quan trọng trong đời sống kinh tế xã hội, hỗ trợ hoạt động sản xuất, kinh doanh chân chính, đồng thời bảo đảm các quyền cơ bản của NTD, đặc biệt là quyền được tiếp cận thông tin một cách minh bạch, an toàn.

Xin cảm ơn bà!



Nhiều hoạt động hưởng ứng Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam

Ảnh: Tuấn Anh

QUYỀN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

Hiểu để hành động đúng

Theo PGS. TS Ngô Trí Long, chỉ có hiểu đúng, hiểu đủ về quyền và nghĩa vụ của mình, thì quyền lợi của người tiêu dùng mới được đảm bảo. Hơn hết, Ngày Quyền của người tiêu dùng là mốc quan trọng để nâng cao nhận thức về quyền lợi của người tiêu dùng.

> LÊ NA

Cần nắm chắc thông tin

Trong những năm qua, công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã được Đảng và Nhà nước rất quan tâm. Công cụ pháp lý liên quan đến lĩnh vực này đang ngày càng được hoàn thiện. Tuy nhiên, hiện vẫn có nhiều vấn đề còn tồn tại trong lĩnh vực này. Những vụ việc xâm phạm quyền và lợi ích của người tiêu dùng vẫn còn "nóng" trên các phương tiện truyền thông.

Đáng chú ý, vẫn còn nhiều người tiêu dùng mơ hồ hoặc hiểu chưa rõ về Ngày Quyền của người tiêu dùng, thậm chí không hiểu về quyền và nghĩa vụ của bản thân khi tham gia mua sắm. Chỉ đến khi, quyền lợi của họ bị xâm

phạm, bị ảnh hưởng thì họ mới bắt đầu tìm hiểu.

Chị Nguyễn Thị Hồng (Cầu Giấy, Hà Nội) bày tỏ, bản thân trước đây không biết nhiều về quyền lợi của người tiêu dùng. Chị chỉ biết là khi mua hàng phải kiểm tra hàng hóa thật kỹ và nếu có vấn đề thì phải khiếu nại chứ cũng không biết có những quyền lợi cụ thể nào.

"Tôi thấy có nhiều người nói về việc bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng nhưng không hiểu rõ lắm. Tôi nghĩ là chỉ cần mua hàng ở những nơi uy tín, có thương hiệu thì sẽ không có vấn đề gì. Thế nhưng gần đây gia đình tôi mua phải một sản phẩm điện tử và bị lỗi, dù được bảo hành nhiều lần nhưng vẫn không sử dụng được, nên tôi mới bắt đầu tìm hiểu về quyền lợi của mình và nhận ra phải có kiến thức về vấn đề này để bảo vệ bản thân và gia đình" - chị Hồng chia sẻ.

Đẩy mạnh công tác tuyên truyền

PGS. TS Ngô Trí Long - chuyên gia kinh tế - nhận định, tình trạng nhiều người dân vẫn



Người tiêu dùng cần hiểu quyền và nghĩa vụ của bản thân khi tham gia mua sắm
Ảnh: Cán Dũng

Luật Bảo vệ người tiêu dùng năm 2023 quy định, người tiêu dùng có 11 quyền cơ bản, trong đó có: Quyền được thỏa mãn những nhu cầu cơ bản; quyền được an toàn; quyền được thông tin; quyền được lựa chọn; quyền được lắng nghe; quyền được khiếu nại và bồi thường...

chưa biết về quyền và nghĩa vụ của mình và Ngày Quyền của người tiêu dùng là một vấn đề đáng lo ngại. "Chỉ có hiểu đúng,

hiểu đủ về quyền và nghĩa vụ của mình, thì quyền lợi của người tiêu dùng mới được đảm bảo. Nếu tham gia mua sắm

mà không hiểu mình có những quyền lợi gì, thì khi mua phải hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, làm sao mà biết bảo vệ quyền lợi của mình" - vị chuyên gia nói.

Có nhiều nguyên nhân dẫn đến tình trạng này, bao gồm thiếu thông tin và tuyên truyền về Ngày Quyền của người tiêu dùng. Người tiêu dùng không quan tâm đến quyền lợi của mình; không có sự tham gia tích cực của các tổ chức và doanh nghiệp trong việc tuyên truyền và bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng;...

Chính vì vậy, việc tăng cường tuyên truyền và giáo dục, về quyền lợi của người tiêu dùng là yếu tố then chốt nhất. Hơn hết, Ngày Quyền của người tiêu dùng là một ngày quan trọng để nâng cao nhận thức cho người tiêu dùng.

"Không chỉ tăng cường tuyên truyền và giáo dục, chúng ta cũng cần tạo điều kiện thuận lợi cho người tiêu dùng thực hiện quyền lợi của mình. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cũng cần phải thực hiện trách nhiệm của mình trong việc bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, bao gồm cung cấp thông tin đầy đủ và chính xác về sản phẩm, dịch vụ, và thực hiện các biện pháp bảo hành, bảo trì và giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng" - PGS. TS Ngô Trí Long nhấn mạnh. ■

Trước yêu cầu ngày càng cao của khách hàng khi sử dụng dịch vụ, mua sắm hàng hóa, nhiều năm trở lại đây, các doanh nghiệp trong lĩnh vực bán lẻ ngày càng ý thức hơn về trách nhiệm trong bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

> NGÂN THƯƠNG

Bà Trần Kim Nga - Giám đốc đối ngoại Công ty TNHH MM Mega Market Việt Nam - chia sẻ: MM Mega Market Việt Nam có 21 trung tâm phân phối trên toàn quốc. Công ty có 5 trạm cung ứng hàng tươi sống và các kho hàng hóa để cung ứng trên khắp cả nước, tạo thành một chuỗi khép kín từ trang trại đến bàn ăn.

Đặc biệt, để vào được hệ thống MM Mega Market, hàng hóa luôn phải qua khâu kiểm duyệt rất chặt chẽ thông qua bộ phận kiểm tra chất lượng sản phẩm. Các mặt hàng tươi sống được sản xuất theo quy chuẩn VietGAP hoặc GlobalGAP. Cùng với đó, thông tin sản phẩm cũng được đảm bảo minh bạch. Các sản phẩm thương hiệu We are fresh của MM Mega Market có mã QR trên mỗi bao bì, khách hàng có thể dùng điện thoại thông minh scan mã để thấy được thông tin sản phẩm.

"Với mỗi một bó rau được bày bán trong siêu thị, khách hàng

DOANH NGHIỆP BÁN LẺ

Đồng loạt vào cuộc mạnh mẽ



Doanh nghiệp bán lẻ ngày càng ý thức hơn về trách nhiệm trong bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Ảnh: Mai Linh

có thể nhìn được sản phẩm do trang trại nào trồng, thu hoạch ngày nào, đóng gói ngày nào..." - bà Nga nói đồng thời khẳng định: Việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là một trong những mục tiêu hàng đầu của MM Mega Market.

Giám đốc đối ngoại MM Mega Market Việt Nam cho biết thêm, doanh nghiệp đặt ra 3 tôn chỉ trong việc sản xuất, kinh doanh. Thứ nhất, về hàng hóa, phải đảm bảo chất lượng để khách hàng hoàn toàn yên tâm khi sử dụng sản phẩm. Thứ hai, về giá cả, cần

có những chương trình tiết giảm chi phí trong doanh nghiệp để khách hàng được hưởng giá thành tốt nhất. Thứ ba, về dịch vụ, cung cấp dịch vụ cho khách hàng để làm sao khách hàng không chỉ tập trung vào mua sắm mà còn có thể tận hưởng cảm giác vui vẻ, thoải mái khi vào siêu thị.

Trong khi đó, bà Nguyễn Thị Mai Phương - Giám đốc Thương mại ngành hàng, Tập đoàn Central Retail - cho hay, bên cạnh hoạt động trọng yếu là bán lẻ, phát triển kinh doanh, Central Retail rất chú trọng phát triển tiêu

dùng xanh, tiêu dùng bền vững. Siêu thị với hơn 30.000 sản phẩm đã có sự chuyển biến rõ rệt, có nhiều hơn sản phẩm xanh, bao bì xanh ở nhiều ngành hàng... Đây là bước ngoặt lớn thể hiện nỗ lực của doanh nghiệp trong làm việc với các nhà cung cấp.

Theo bà Phương, hiện nay, người tiêu dùng đã sẵn sàng chi tiêu cho tiêu dùng xanh, chung tay cùng doanh nghiệp tham gia các chương trình không sử dụng túi nilon, sẵn sàng dùng thùng carton với đơn hàng lớn. "Tại các điểm gần vị trí gửi xe, chúng tôi

cùng các đối tác đặt các máy thu gom tái chế từ chai nhựa hay lon nhôm, hướng dẫn khách hàng phân loại rác tại nguồn... Ngoài hài lòng với dịch vụ, sản phẩm, nhưng khách hàng còn hài lòng vì họ đã đóng góp và chung tay một phần cho phát triển tiêu dùng xanh và bền vững. Chúng tôi không chỉ là doanh nghiệp bán lẻ mà còn là doanh nghiệp phát triển bền vững" - bà Nguyễn Thị Mai Phương khẳng định.

Là nhà bán lẻ tiên phong xây dựng hệ thống phát triển bền vững, Saigon Co.op cũng hướng đến người tiêu dùng bằng những sản phẩm xanh. Đại diện doanh nghiệp cho biết, đã ngừng sử dụng túi ni lông khó phân hủy, thay vào đó sử dụng 100% túi tự hủy sinh học để đựng hàng hóa cho khách hàng, khuyến khích khách hàng sử dụng túi tái sử dụng nhiều lần, túi môi trường khi mua sắm tại các điểm bán của Saigon Co.op.

Bên cạnh đó, siêu thị đã thay thế các sản phẩm như ống hút nhựa, muỗng nhựa... bằng sản phẩm có nguồn gốc thân thiện với môi trường như bã mía, giấy, gạo hay các dạng nguyên liệu thân thiện môi trường. Đồng thời, Saigon Co.op khuyến khích cán bộ, nhân viên hưởng ứng sống xanh tại công sở và nơi ở; vận động nhà cung cấp, đối tác chuyển đổi sản xuất xanh. ■

THÁNG 2/2025

Giá xuất khẩu hạt điều tăng nhẹ

Theo ước tính của Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương), tính riêng tháng 2, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam ước tính đạt khoảng 25 nghìn tấn, trị giá 171 triệu USD, giảm 33% về lượng và giảm 32,9% về trị giá so với tháng 1; còn so với tháng 2/2024 giảm 5,5% về lượng, nhưng tăng 20,8% về trị giá. Ước tính, giá bình quân xuất khẩu hạt điều của Việt Nam trong tháng 2 đạt khoảng 6.821 USD/tấn, tăng 0,2% so với tháng 1 và tăng 28% so với tháng 2/2024. Lũy kế 2 tháng đầu năm 2025, giá bình quân xuất khẩu hạt điều của Việt Nam ước tính đạt 6.812 USD/tấn, tăng 26,7% so với cùng kỳ năm ngoái.

Giá gạo 5% tấm vẫn chào bán ở mức thấp

Theo Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA), ngay từ đầu tháng 3, giá gạo 5% tấm của Việt Nam tiếp tục được chào bán ở mức 389 USD/tấn - mức thấp nhất kể từ tháng 9/2021. Trong khi đó, giá gạo 5% tấm của Thái Lan đứng ở mức cao hơn là 411 USD/tấn, Ấn Độ đạt 405 USD/tấn và Pakistan thấp nhất với 378 USD/tấn. Các chuyên gia của Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA) nhận định, thị trường Việt Nam trước đây vẫn nhập mặt hàng gạo tấm để phục vụ cho nhu cầu chế biến các sản phẩm ăn liền như bún, phở, bánh tráng... Việc Ấn Độ cho phép xuất khẩu gạo tấm nếu với mức giá cạnh tranh tốt thì sản phẩm sẽ được nhập về để phục vụ cho mục đích này và làm gia tăng sức ép cho lúa gạo nội địa.

Xuất khẩu tôm hùm sang Trung Quốc tăng nhanh



Theo Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản (VASEP), xuất khẩu tôm Việt Nam đầu năm 2025 tăng 28% đạt kim ngạch 311 triệu USD. Xuất khẩu tăng chủ yếu do nhu cầu tăng từ thị trường Trung Quốc phục vụ cho Tết Nguyên đán. Trong đó những mặt hàng tươi sống như tôm hùm được các doanh nghiệp Trung Quốc quan tâm cho phân khúc tiêu thụ cao cấp. Riêng tôm hùm xuất khẩu sang Trung Quốc đã đạt tới 70 triệu USD, chiếm gần một nửa tổng giá trị xuất khẩu thủy sản sang thị trường này và gấp 9 lần so với cùng kỳ năm 2024. Tổng xuất khẩu tôm sang thị trường Trung Quốc và Hong Kong (Trung Quốc) trong tháng 1 năm nay đạt 118 triệu USD, tăng 179% so với cùng kỳ.

T.M

Thị trường thương mại điện tử Việt Nam đang dần bước vào giai đoạn mới, phát triển bền vững hơn và đóng góp nhiều hơn cho nền kinh tế.

▶ THÁI MẠNH



Ảnh minh họa

THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Không còn là "miền đất hứa"

Theo Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương), TMĐT Việt Nam tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng ấn tượng ở mức 18-25% mỗi năm. Năm 2024, quy mô thị trường đạt trên 25 tỷ USD, tăng 20% so với năm 2023, chiếm khoảng 9% tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước. Điều này cho thấy người tiêu dùng ngày càng ưa chuộng các phương thức mua sắm trực tuyến.

Tuy nhiên, TMĐT không còn là "miền đất hứa" dễ dàng để gia nhập và thành công như trước đây. TMĐT đang dần bước sang sự chuyển mình mới theo các xu hướng mua sắm mới của người tiêu dùng. Sự bùng nổ của công nghệ, gia tăng của các nền tảng bán hàng đa kênh và sự xuất hiện của những "ông lớn" trong ngành đã khiến môi trường cạnh tranh trở nên khốc liệt hơn bao giờ hết. Ngoài ra, sự phát triển của công nghệ và trí tuệ nhân tạo (AI) đang đặt ra những yêu cầu mới cho các nhà bán hàng. Việc phân tích dữ liệu khách hàng, dự

đoán xu hướng tiêu dùng và cá nhân hóa trải nghiệm mua sắm đang trở thành những yếu tố không thể thiếu.

Đặc biệt, với sự xuất hiện của các công nghệ mới, nền tảng mới, các mô hình TMĐT ngày càng trở nên phức tạp và đa dạng, nhưng hiện nay chưa có quy định pháp luật điều chỉnh riêng biệt. Do đó, Bộ Công Thương cũng đang đề nghị xây dựng Luật Thương mại điện tử nhằm nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về TMĐT; tạo điều kiện cho TMĐT phát triển bền vững, có trật tự, làm động lực cho sự phát triển của nền kinh tế số, định hình tương lai của TMĐT Việt Nam.

Để tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp buộc phải

không ngừng đổi mới, sáng tạo, tìm cách thu hút và giữ chân khách hàng trong bối cảnh thị trường ngày càng khác nghiệt. Đây không chỉ là thách thức mà còn là cơ hội để các doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng lực cạnh tranh, hướng tới sự phát triển bền vững trong tương lai.

Ông Đoàn Quốc Tâm - đại diện Hiệp hội TMĐT Việt Nam - cho rằng, năm 2025 là năm bản lề để từ năm 2026 TMĐT bước sang giai đoạn mới - giai đoạn cất cánh. Do đó, điều kiện đầu tiên là doanh nghiệp cần chủ động đầu tư nhân lực chất lượng cao, có năng lực sáng tạo sản phẩm độc đáo và xây dựng thương hiệu để đáp ứng nhu cầu của khách

hàng. Tiếp đó, các cơ quan quản lý nhà nước nắm bắt xu hướng phát triển, coi xuất khẩu trực tuyến là một phần quan trọng của TMĐT và đề xuất các chính sách, giải pháp cụ thể, hỗ trợ hiệu quả doanh nghiệp...

Các chuyên gia cũng dự báo, năm 2025 người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến tiêu dùng xanh, bền vững và lựa chọn thực phẩm tốt cho sức khỏe. Để thích ứng, các nhà bán lẻ cần đổi mới sản phẩm, ứng dụng công nghệ, cá nhân hóa trải nghiệm và tập trung vào chất lượng, nguồn gốc rõ ràng để xây dựng lòng tin. Đồng thời, việc chuyển dịch sang mô hình bán đa kênh và đầu tư vào sản phẩm xanh sẽ là chìa khóa thành công. ■

Đồng loạt giám sát hoạt động kinh doanh xăng dầu tại Lạng Sơn

Nhằm tiếp tục thực hiện tốt công tác quản lý địa bàn, giám sát, kiểm tra đối với các cửa hàng bán lẻ xăng dầu trên địa bàn toàn tỉnh, Chi cục QLTT Lạng Sơn đã chỉ đạo các Đội QLTT giám sát hoạt động kinh doanh bán lẻ xăng dầu theo chu kỳ điều chỉnh giá đối với các cửa hàng bán lẻ xăng dầu. Từ đó, kịp thời phát hiện và xử lý nghiêm hành vi đầu cơ, găm hàng, tung tin thất thiệt, vi phạm về giá. Đảm bảo cho các cửa hàng bán lẻ xăng dầu không bị gián đoạn, hoạt

động kinh doanh liên tục không bị ngắt quãng. Đồng thời bảo vệ quyền của các doanh nghiệp hoạt động sản xuất, kinh doanh và của người tiêu dùng trên địa bàn toàn tỉnh.

Các Đội Quản lý thị trường trên địa bàn đồng loạt triển khai giám sát, kiểm tra hoạt động kinh doanh xăng dầu khi có sự điều chỉnh về giá xăng dầu. Tổ giám sát thực hiện cập nhật giá mới tại toàn bộ hệ thống cửa hàng bán lẻ xăng dầu trên địa bàn tỉnh. Qua công tác giám sát không phát hiện vi

phạm, các cửa hàng bán lẻ xăng dầu thực hiện việc điều chỉnh giá bán lẻ theo đúng thời gian và bán đúng theo giá được điều chỉnh niêm yết tại cửa hàng quy định.

Trong thời gian tới, Chi cục tiếp tục thực hiện tốt việc giám sát và nắm tình hình chấp hành pháp luật trong hoạt động kinh doanh bán lẻ xăng dầu trên địa bàn, phát hiện vi phạm sẽ xử lý nghiêm theo quy định của pháp luật.

P.V

Doanh nghiệp vẫn cần "tiếp sức"

➤ DUY ANH

Báo cáo của Cục Thống kê (Bộ Tài chính) cho thấy, trong 2 tháng đầu năm nay, số doanh nghiệp (DN) rút lui khỏi thị trường là 67.000 DN, cao hơn số DN gia nhập và tái gia nhập thị trường (49.800). Trong đó, số DN hoàn tất thủ tục giải thể tăng 10,3% so với cùng kỳ và là mức cao nhất của cùng kỳ các năm giai đoạn 2021-2025.



2 tháng đầu năm 2025, cả nước có gần 21.000 doanh nghiệp đăng ký thành lập mới

Ảnh: Cán Dũng

Nhìn lại năm 2024, số DN rời khỏi thị trường đã tăng 14,7% so với năm 2023, đạt mức kỷ lục 197.900 DN. Nếu nhìn vào tình hình hiện tại, khi đã trải qua những biến động thương mại trong 2 tháng đầu của năm 2025, sẽ thấy còn nhiều vấn đề thách thức đến với DN Việt khi kinh tế toàn cầu tiếp tục diễn biến phức tạp, tiềm ẩn nhiều rủi ro.

Đặc biệt, tốc độ tiêu dùng trong nước đang tăng chậm hơn so với tăng trưởng xuất khẩu và du lịch khiến các DN sản xuất hướng vào thị trường trong nước cũng phải đối mặt với khó khăn khi người dân vẫn thắt chặt chi tiêu khiến sức mua chưa phục hồi như kỳ vọng.

Nêu rõ thực trạng này, ông Đậu Anh Tuấn - Phó Tổng thư ký Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) - cho hay, những vấn đề liên quan đến chi phí nguyên vật liệu tăng cao hay nhiều DN bị chậm hoàn thuế làm thiếu hụt về nguồn tiền, ảnh hưởng nghiêm trọng đến hoạt động kinh doanh của DN.

Theo các chuyên gia kinh tế, cộng đồng DN nói chung, các DN nhỏ và vừa nói riêng còn gặp nhiều thách thức để tồn tại và phát triển. Về phía cung, khu vực nông nghiệp, dịch vụ, du lịch đối mặt với chi phí sản xuất tăng cao. Sản xuất công nghiệp phụ thuộc vào sự phục hồi kinh tế thế giới, các ngành, lĩnh vực mới như kinh tế số, kinh tế xanh, chip, bán dẫn, trí tuệ

nhân tạo... mặc dù có cải thiện nhưng chưa có chuyển biến rõ nét, nguy cơ không bắt kịp được với thế giới và khu vực nếu không có cơ chế, chính sách đột phá.

Nhìn chung, việc 67.000 DN rút lui khỏi thị trường trong 2 tháng đầu năm 2025 cũng là một dấu hiệu rõ ràng về những khó khăn hiện tại của môi trường kinh doanh Việt Nam. Để giảm thiểu những thiệt hại này và hỗ trợ DN tồn tại, Chính phủ cần tiếp tục cải thiện các chính sách hỗ trợ tài chính, thúc đẩy tăng trưởng thị trường nội địa và đẩy mạnh quá trình cải cách thể chế, tạo điều kiện thuận lợi hơn cho DN.

Đặc biệt, việc khuyến khích DN chuyển đổi số và cải thiện hiệu quả quản lý sẽ giúp các DN nhỏ vượt qua khó khăn và cạnh tranh tốt hơn trong bối cảnh đầy biến động này. Đây là thời điểm quyết tâm và sáng tạo của DN cần được thúc đẩy mạnh mẽ, với sự hỗ trợ đồng bộ từ phía nhà nước và xã hội.

Theo ông Tô Hoài Nam - Phó Chủ tịch Thường trực Hiệp hội DN nhỏ và vừa Việt Nam, một bộ phận DN "ngấm" chính sách hỗ trợ của nhà nước đã có sự hồi phục, đặc biệt là nhóm DN sản xuất, xuất khẩu. Tuy nhiên, để trợ lực cho DN phục hồi hiệu quả hơn, đại diện cộng đồng DN nhỏ và vừa bày tỏ mong muốn các giải pháp hỗ trợ tiếp tục được thực hiện, đặc biệt là chính sách thuế, tiếp cận tín dụng, mặt bằng sản xuất, kinh doanh, thủ tục hành chính...

Trao đổi với phóng viên Báo Công Thương, TS Lê Đăng Doanh - chuyên gia kinh tế cho rằng - Chính phủ, bộ, ngành và các địa phương cần có chính sách kịp thời hỗ trợ, tháo gỡ khó khăn cho DN. Cần có chính sách để họ trở lại và gia nhập môi trường kinh doanh mới như kinh tế điện tử, DN số hóa, chính phủ điện tử. Đây là thời điểm mà sự quyết tâm và sáng tạo của DN cần được thúc đẩy mạnh mẽ, với sự hỗ trợ đồng bộ từ phía nhà nước và xã hội. ■

📖 Học trong **MỘT PHÚT**

Khoảng trống thị trường

➤ MINH HẠNH

Có một nguyên lý dường như tồn tại vĩnh cửu: Một bàn tay, thậm chí nhiều bàn tay, không thể che lấp được ánh mặt trời. Trên thị trường rộng lớn, một ông lớn hoặc nhiều ông lớn cũng không thể chiếm lĩnh tất cả sân chơi lớn nhỏ, mà luôn tồn tại những khoảng trống - thị trường ngách - cho những người bé nhỏ, yếu thế đi sau khai thác.

Câu chuyện startup M-Village đáng để suy ngẫm.

Tại thị trường khách sạn Việt Nam, trong phân khúc cao cấp, đã có những tên tuổi lớn cả nội lẫn ngoại trấn giữ, nhưng nhu cầu luôn cao và vẫn tồn tại những khoảng trống. Đặc biệt, có một lượng không nhỏ khách hàng thích trải nghiệm khách sạn đẳng cấp 4 - 5 sao, nhưng không trả được mức giá cao...

Khởi đầu từ mô hình co-living dành cho khách lưu trú dài hạn, M-Village chuyển hướng sang sân chơi mới - city hotel (khách sạn trong thành phố), lưu trú ngắn ngày, "chơi" theo phương thức chia sẻ doanh thu với các chủ bất động sản tư nhân, biến bất động sản thành khách sạn đẳng cấp cao nhưng quy mô nhỏ, tối ưu hóa chi phí để có mức giá vừa túi tiền giới những người yêu thích trải nghiệm khác biệt.

Cú chuyển mình đầu tiên là khai sinh khách sạn trên đường Lê Thánh Tôn, Quận 1, TP.HCM vào tháng 6/2023. Sau đó, M-Village biến căn biệt thự song lập tại Tú Xương, Quận 3, thành khách sạn President Mansion - "nơi an yên giữa lòng thành phố" cho giới trẻ.

Đến cuối năm 2024, M-Village đã quản lý hơn 40 khách sạn với gần 2.000 phòng tại TP HCM, Hà Nội, Đà Nẵng. Mỗi tháng, M-Village cho ra đời 3 bất động sản - khách sạn mới. Tỷ lệ lấp đầy phòng trên 90%, rất cao.

Thực tế, tìm ra khoảng trống không khó, song muốn khai thác tối đa khoảng trống đó cần phải biết mình biết ta, có những thế mạnh riêng, linh hoạt hành động, tối ưu mọi giá trị và tin tưởng cuối con đường nhỏ sẽ có thành công lớn. Không dễ.



Linh hoạt thích ứng để đạt được mục tiêu...

(Tiếp theo trang 1)

Về mục tiêu, chỉ thị nêu rõ: Ưu tiên thúc đẩy mạnh mẽ tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững, thực hiện mục tiêu tăng trưởng GDP năm 2025 đạt ít nhất 8% và phấn đấu 2 con số trong những năm tiếp theo, gắn với giữ vững ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát lạm phát, bảo đảm các cân đối lớn của nền kinh tế, phát triển nhanh, bền vững, bảo đảm tiến bộ, công bằng và an sinh xã hội; giữ gìn môi trường sáng, xanh, sạch, đẹp.

Định hướng một số nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm để hoàn thành các mục tiêu, đối với Bộ Công Thương, Thủ tướng giao Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với các Bộ, cơ quan liên quan khẩn trương hoàn thiện Kế hoạch

hành động về cân bằng thương mại hài hòa, bền vững với các đối tác lớn, trong đó lưu ý tính chất bổ sung trong cơ cấu thương mại giữa Việt Nam với các nước thay vì cạnh tranh trực tiếp; báo cáo Thủ tướng Chính phủ trước ngày 12/3/2025 để tổ chức triển khai ngay trong tháng 3/2025.

Việc bảo đảm xuất khẩu bền vững trong bối cảnh xung đột thương mại ngày càng gay gắt hiện nay giữa các đối tác chủ chốt của Việt Nam được Thủ tướng chỉ ra trong hai giải pháp. Một là khẩn trương triển khai đồng bộ các giải pháp đa dạng hóa thị trường, mặt hàng xuất khẩu, thúc đẩy xúc tiến thương mại; khai thác hiệu quả các hiệp định thương mại tự do (FTA) đã

ký kết, thúc đẩy ký các FTA mới với các thị trường tiềm năng (Trung Đông, Châu Phi, Mỹ La-tinh, Trung Á, Ấn Độ, Brazil...).

Hai là, nâng cao năng lực, kiểm soát nguồn gốc xuất xứ hàng hóa nhằm giảm thiểu tác động từ các dòng đầu tư bên ngoài có dấu hiệu không lành mạnh, lần tránh thuế quan có thể gây ảnh hưởng đến uy tín của nước ta. Để từ đó chủ động nghiên cứu, đề xuất các giải pháp hỗ trợ các ngành hàng, doanh nghiệp ứng phó với các vụ kiện phòng vệ thương mại, thích ứng với các rào cản kỹ thuật mới của các đối tác xuất khẩu nhằm thúc đẩy xuất khẩu bền vững.

Q.L

Chuyển đổi công nghệ, năng lượng xanh



Chủ nhiệm Ủy ban Kinh tế và Tài chính Phan Văn Mai vừa tiếp Chủ nhiệm Ủy ban Kinh tế và Thương mại Quốc hội Đan Mạch Louise Schack Elholm.

Trong bối cảnh Việt Nam tập trung thúc đẩy khoa học - công nghệ, khuyến khích phát triển kinh tế tư nhân và định hướng mô hình kinh tế xanh, Chủ nhiệm Ủy ban Kinh tế và Tài chính đánh giá cao kinh nghiệm của Đan Mạch trong những lĩnh vực này, đồng thời đề xuất tăng cường hợp tác thông qua các chương trình, dự án cụ thể nhằm hỗ trợ Việt Nam trong quá trình chuyển đổi sang mô hình phát triển bền vững.

Việt Nam đã xây dựng Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn 2050 với các lộ trình cụ thể, hướng tới mục tiêu trung hòa carbon vào năm 2050. Để đạt được mục tiêu này, cần cập nhật và hoàn thiện các quy định pháp luật nhằm đảm bảo sự đồng bộ trong thực thi chính sách.

Trước xu hướng toàn cầu hóa và phát triển bền vững, Chủ nhiệm Ủy ban Kinh tế và Tài chính tiếp tục khẳng định tầm quan trọng của việc chuyển đổi công nghệ, đẩy mạnh chuyển đổi năng lượng xanh, coi đây là những ưu tiên chiến lược của Việt Nam.

Phát triển hệ tri thức Việt số hóa

Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính vừa ký Quyết định số 464/QĐ-TTg giải thể Ban Chỉ đạo Đề án "Phát triển Hệ tri thức Việt số hóa", đồng thời giao Bộ Khoa học và Công nghệ chủ trì triển khai đề án nhằm đảm bảo các mục tiêu, nhiệm vụ đề ra.

Được phê duyệt từ năm 2017 theo Quyết định số 677/QĐ-TTg, Đề án "Phát triển hệ tri thức Việt số hóa" hướng tới xây dựng một nền tảng tri thức số chung cho người Việt, tổng hợp, số hóa và phổ biến tri thức trong nhiều lĩnh vực quan trọng như giáo dục, y tế, pháp luật, khoa học - kỹ thuật... Đồng thời, đây cũng là động lực khơi dậy niềm đam mê khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo, góp phần thúc đẩy sự phát triển của công nghiệp nội dung số Việt Nam.

Việc Bộ Khoa học và Công nghệ được Thủ tướng Chính phủ giao tiếp tục chủ trì triển khai đề án khẳng định sự phát triển và mở rộng hệ tri thức số, phục vụ thiết thực cho cộng đồng, doanh nghiệp và xã hội trong kỷ nguyên số.

Nga Nguyễn

Chuyên gia cho rằng, dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa, cần tạo ra thể chế đột phá, đưa hàng hóa Việt Nam vươn ra thế giới, phát huy sức mạnh nội sinh của doanh nghiệp.

➤ QUỲNH NGA

Đáp ứng yêu cầu mới

Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa được Quốc hội thông qua năm 2007, có hiệu lực thi hành từ ngày 1/7/2008 là văn bản pháp luật quan trọng, điều chỉnh các quan hệ liên quan đến chất lượng sản phẩm, hàng hóa.

Các văn bản quy phạm pháp luật ban hành là hành lang pháp lý quan trọng, tạo sự thống nhất và đồng bộ cho việc triển khai hoạt động quản lý chất lượng sản phẩm, hàng hóa (trong sản xuất, xuất khẩu, nhập khẩu, lưu thông trên thị trường và trong quá trình sử dụng), cũng như hoạt động tôn vinh, khen thưởng về chất lượng cho các tổ chức, cá nhân, trong đó có giải thưởng chất lượng quốc gia từ cấp địa phương cho đến Trung ương.

Tuy nhiên, trong bối cảnh Việt Nam mở cửa thị trường, hội nhập quốc tế sâu rộng, dẫn đến hoạt động kinh tế đi vào chiều sâu, thực chất hơn, doanh nghiệp xuất khẩu ngày càng đối mặt với nhiều quy định, yêu cầu nghiêm ngặt về tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật tại các thị trường nước ngoài.

Bên cạnh đó, với chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước khuyến khích doanh nghiệp tham gia sâu vào chuỗi cung ứng



Ảnh minh họa: Quỳnh Nga

Hoàn thiện thể chế quản lý chất lượng sản phẩm

toàn cầu đối với sản phẩm, hàng hóa và dịch vụ; nhu cầu đổi mới sáng tạo và tiếp cận cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0; yêu cầu đổi mới mô hình quản lý khoa học - công nghệ, phát triển hạ tầng, chất lượng quốc gia; vai trò, tầm ảnh hưởng của chất lượng sản phẩm, hàng hóa phù hợp tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật đến phát triển kinh tế - xã hội ngày càng lớn.

Để thực hiện chủ trương, đường lối của Đảng và Nhà nước về hoàn thiện thể chế trong lĩnh vực quản lý chất lượng sản phẩm, hàng hóa, việc xây dựng Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa trên cơ sở phát huy ưu điểm và khắc phục các hạn chế của Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa là rất cần thiết.

Tạo lập môi trường đầu tư, kinh doanh lành mạnh

Ông Nguyễn Hoài Nam - Phó Tổng Thư ký Hiệp hội Chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam - cho biết, Ban soạn thảo dự thảo Luật cần nhấn mạnh đến đảm bảo sự thống nhất trong việc áp dụng pháp luật về chất lượng sản phẩm, hàng hóa, góp phần tạo lập môi trường đầu tư, kinh doanh lành mạnh, phù hợp với thông lệ quốc tế. Bên cạnh đó, trong dự thảo Luật cần có hướng tiếp cận mở rộng, tạo ra thể chế đột phá, đưa hàng hóa Việt Nam vươn ra thế giới, phát huy sức mạnh nội sinh của doanh nghiệp.

Để hàng hóa Việt Nam đáp ứng được các yêu cầu khi xuất khẩu sang các nước khác, theo ông Nguyễn Hoài Nam, Ban soạn thảo dự thảo

Luật cần đảm bảo mục tiêu quản lý hàng hóa của các cơ quan quản lý Nhà nước; đưa ra các quy định từ tiền kiểm đến hậu kiểm đối với doanh nghiệp trong sản xuất, xuất khẩu hàng hóa.

Bên cạnh đó, đẩy mạnh ứng dụng khoa học, công nghệ trong quản lý chất lượng sản phẩm hàng hóa theo tinh thần của Nghị quyết 57-NQ/TW, ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia.

Chủ nhiệm Ủy ban Khoa học, Công nghệ và Môi trường Lê Quang Huy - khẳng định, việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa là cần thiết nhằm thực hiện chủ trương, đường lối của Đảng, Nhà nước về hoàn thiện thể chế trong lĩnh vực quản lý chất lượng sản phẩm, hàng hóa. Đáp ứng yêu cầu mới của thực tiễn, đặc biệt là trong bối cảnh nước ta ngày càng hội nhập sâu rộng vào kinh tế quốc tế; đồng thời nhằm khắc phục những tồn tại, bất cập của Luật hiện hành. ■

Dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa dự kiến được trình Quốc hội cho ý kiến vào kỳ họp thứ 9 (tháng 5/2025) có những sửa đổi, bổ sung có thể ảnh hưởng lớn tới hoạt động của các doanh nghiệp.

Tạo hành lang pháp lý bảo vệ dữ liệu cá nhân

Thường trực Ủy ban Quốc phòng, An ninh và Đối ngoại vừa tổ chức Phiên họp mở rộng, thẩm tra sơ bộ dự án Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân.

Việc xây dựng Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân nhằm hoàn thiện hệ thống pháp luật về bảo vệ dữ liệu cá nhân của nước ta, tạo hành lang pháp lý cho công tác bảo vệ dữ liệu cá nhân, nâng cao năng lực bảo vệ dữ liệu cá nhân cho các tổ chức, cá nhân trong nước tiếp cận trình độ quốc tế, khu vực; đẩy mạnh sử dụng dữ liệu cá nhân đúng pháp luật phục vụ phát triển kinh tế - xã hội.

Dự án Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân

được xây dựng trên quan điểm nhằm cụ thể hóa tinh thần của Hiến pháp năm 2013, thể chế chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước về công nhận, tôn trọng, bảo vệ dữ liệu cá nhân, bảo đảm quyền con người, quyền cơ bản của công dân. Xác định dữ liệu cá nhân là nguồn tài nguyên quan trọng cần được bảo vệ, sử dụng phục vụ phát triển kinh tế - xã hội và bảo đảm quyền con người, quyền công dân, bảo vệ tổ quốc.

Đồng thời, đáp ứng tốt yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng - an ninh; thúc đẩy ứng dụng, phát huy tối đa các thành tựu khoa học

và công nghệ; hạn chế tiêu cực, bất lợi. Phù hợp với các quy định của pháp luật, rà soát, tạo nền tảng để xây dựng một hệ thống pháp luật hoàn chỉnh, đồng bộ về bảo vệ dữ liệu cá nhân.

Bên cạnh đó, phù hợp với thực tiễn phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm an ninh trật tự và công tác bảo vệ dữ liệu cá nhân. Xác định lộ trình phù hợp thực hiện công tác bảo vệ dữ liệu cá nhân của nước ta hiện nay. Hòa hòa với quy định, pháp luật, kinh nghiệm của thế giới. Bảo đảm sự phù hợp với các quy định, cam kết quốc tế mà Việt Nam tham gia ký kết hoặc là thành viên. ■

Q.N

THIẾT KẾ SINH THÁI

Giảm thiểu tác động tiêu cực từ bao bì

Trong bối cảnh ô nhiễm môi trường ngày càng nghiêm trọng, thiết kế sinh thái đang nổi lên như một giải pháp quan trọng để giảm thiểu tác động tiêu cực từ bao bì và sản phẩm công nghiệp.

THU HƯƠNG

Thách thức từ bao bì nhựa

Các nhà khoa học, chuyên gia và doanh nghiệp đang cùng nhau tìm kiếm những giải pháp bền vững nhằm tạo nên một hệ sinh thái sản xuất và tiêu dùng thân thiện hơn với môi trường.

TS Nguyễn Trung Thắng - Phó Viện trưởng Viện Chiến lược, Chính sách Tài nguyên và Môi trường - nhấn mạnh vai trò quan trọng của bao bì trong ngành công nghiệp thực phẩm và đồ uống.

Tuy nhiên, bao bì cũng đang gây ra những vấn đề ô nhiễm môi trường nghiêm trọng do lượng rác thải bao bì ngày càng tăng, trong khi khả năng tái chế và phân hủy thấp. Hiện nay, chỉ 9% bao bì nhựa được tái chế thành công, phần lớn kết thúc

ở các bãi rác, bị đốt hoặc xâm nhập vào môi trường tự nhiên.

Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030 và tầm nhìn 2050 đã khẳng định sự cần thiết của việc chuyển đổi sang mô hình kinh tế tuần hoàn.

Đây là bước đi quan trọng để hướng tới mô hình kinh tế tuần hoàn. Đồng thời, đòi hỏi các doanh nghiệp không chỉ sử dụng vật liệu tái chế và sinh học phân hủy mà còn phải cải tiến quy trình sản xuất, giảm lượng rác thải và tối ưu hóa tài nguyên.

Để thực hiện mục tiêu này, các doanh nghiệp trong ngành thực phẩm và đồ uống cần phải thay đổi chiến lược sản xuất, thiết kế và chọn lựa các loại bao bì xanh, có khả năng tái chế hoặc phân hủy sinh học, thay thế cho các bao bì nhựa truyền thống.

Trên thế giới, thiết kế sinh thái đã được nhiều quốc gia triển khai với những sáng kiến cụ thể. Nhật Bản ban hành Luật Thúc đẩy tuần hoàn tài nguyên với nhựa, trong khi Hàn Quốc triển khai chương trình thiết kế sinh thái, hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ phát triển sản phẩm bền vững. Các sáng kiến này không chỉ bao gồm



Thiết kế sinh thái trong lĩnh vực thực phẩm sẽ góp phần giảm bao bì nhựa

Ảnh minh họa: Thu Hương

tài trợ kỹ thuật, mà còn hỗ trợ việc lấy bằng sáng chế và quảng bá sản phẩm tại các sự kiện quốc tế.

Thiết kế sinh thái hướng đến giảm thiểu vật liệu sử dụng, tăng khả năng tái chế và nâng cao độ bền của sản phẩm. Những nguyên tắc này đang được các quốc gia áp dụng nhằm đạt mục tiêu giảm thiểu rác thải và thúc đẩy lối sống bền vững.

Hương đi cho Việt Nam

Tại Việt Nam, nhiều chính sách đã được ban hành để thúc đẩy sản xuất bền vững. Tuy nhiên, tiêu chuẩn cụ thể về thiết kế sinh thái vẫn còn hạn chế, khiến doanh nghiệp phải tự tìm hướng đi riêng trong quá trình thực hiện.

Theo các chuyên gia, để thiết kế sinh thái trở thành xu hướng chủ đạo, cần xây dựng bộ tiêu chí chi tiết với

các nhóm nội dung như: Tối ưu hóa vật liệu, thiết kế đa chức năng, giảm tác động môi trường và đảm bảo phù hợp với hành vi tiêu dùng. Lộ trình áp dụng giai đoạn 2025-2035 cũng cần tập trung vào truyền thông, nâng cao nhận thức, hoàn thiện chính sách, và đầu tư hạ tầng tái chế.

Đồng thời, cần tăng cường truyền thông nhằm nâng cao nhận thức cho các đối tượng trong xã hội về lợi ích kinh tế và môi trường từ thiết kế sinh thái.

Phía cơ quan quản lý nhà nước cần sớm xây dựng chính sách cụ thể cho từng nhóm sản phẩm, tập trung vào các ngành trọng điểm.

Đặc biệt, thúc đẩy kinh tế tuần hoàn thông qua xây dựng hệ thống tái chế và hỗ trợ tài chính cho các sáng kiến bền vững.

Thiết kế sinh thái không chỉ là xu hướng mà còn là nhu cầu cấp bách trong bối cảnh khủng hoảng môi trường hiện nay. Sự phối hợp giữa chính phủ, doanh nghiệp và người tiêu dùng sẽ tạo nên những thay đổi tích cực, hướng tới một tương lai bền vững và thân thiện với môi trường. ■

Sản phẩm tái chế từ rác xuất ngoại

Theo Bộ Nông nghiệp và Môi trường, ước tính tổng lượng thực phẩm thất thoát từ chuỗi cung ứng đạt 5,75 triệu tấn/năm, tương đương 60% lượng chất thải rắn.

Tuy nhiên, rác thực phẩm không chỉ là vấn đề mà còn là cơ hội. Nhiều doanh nghiệp đã nhận thấy giá trị kinh tế từ các phụ phẩm nông nghiệp và rác thải thực phẩm, biến chúng thành các sản phẩm giá trị gia tăng, thân thiện với môi trường.

Ông Nguyễn Tấn Lộc - Giám đốc Công ty TNHH Tái chế Cà phê Lộc Nhân - cho biết, từ bã cà phê, công ty đã phát triển các sản phẩm như viên nén làm chất đốt và dung dịch khử mùi. Dạng sản phẩm viên nén dễ xuất khẩu nhưng dung lượng thị trường không lớn. Trong khi đó, nhu cầu về dung dịch khử mùi cao song đây là sản phẩm mới, chưa được phân loại nên thủ tục xuất nhập khẩu gặp khó khăn. Do đó, công ty đang phát triển sản phẩm viên nén từ bã cà phê để làm chất đốt với thị trường lớn hơn.

"Năm 2025, công ty dự kiến xuất khẩu lô sản phẩm quà tặng từ viên nén bã cà phê sang Singapore, cùng chế phẩm khử mùi sang Đức và Mỹ. Đây không chỉ là bước tiến lớn trong việc

Biến rác thực phẩm thành tiền

Không chỉ được tái chế thành những sản phẩm hữu ích, những chất thải từ thực phẩm giờ đây đang được tái chế thành những sản phẩm thân thiện môi trường, mang lại hiệu quả kinh tế.

MINH KỶ

tận dụng rác thực phẩm mà còn góp phần đưa thương hiệu Việt ra thế giới" - ông Nguyễn Tấn Lộc chia sẻ.

Tương tự như vậy, 5 năm qua, Công ty TNHH Công nghệ sinh học Fuwa Biotech đã tái chế khoảng 1.000 tấn vỏ quả dưa để sản xuất thành dung dịch rửa chén, rửa tay, lau sàn, nước giặt, nước rửa rau, củ, quả...

Ông Đàm Văn Tính - Giám đốc bán hàng Công ty TNHH Công nghệ sinh học Fuwa Biotech - cho hay, các sản phẩm tẩy rửa tự nhiên mang nhãn hiệu Fuwa3e đã đạt



Sản phẩm được sản xuất từ trái dưa của Fuwa Biotech đã được xuất khẩu đi nhiều nước trên thế giới

Ảnh: Fuwa

chứng nhận OCOP (Chương trình Mỗi xã một sản phẩm) 4 sao và được xuất khẩu sang Mỹ, châu Âu, Trung Quốc thông qua sàn thương mại điện tử như Amazon, Taobao.

Đáng chú ý, doanh nghiệp này cũng xây dựng các địa điểm refill (mô hình cửa hàng làm đầy) để khách hàng mang chai, hũ, hộp... tới nạp thêm sản phẩm từ các bình chiết, thùng chứa lớn. Điều này vừa giúp khách hàng tiết kiệm chi phí so với việc mua chai đóng sẵn vừa bảo vệ môi trường.

Giá trị lớn từ nguồn phụ phẩm trong chế biến thủy sản

TS Lại Văn Mạnh - Trưởng Ban Kinh tế Tài Nguyên và Môi trường, Viện Chiến lược, Chính sách Tài nguyên và Môi trường cho biết: Trong chuyển đổi xanh, bên cạnh việc sử dụng năng lượng tái tạo, xử lý nước thải thì yếu tố sản xuất tuần hoàn rất quan trọng. Hiện nay, một số doanh nghiệp khi sản xuất cà phê đã tận dụng vỏ cà phê để làm phân bón hay những nguyên liệu phụ. Hay như trong lĩnh vực thủy sản, nhiều doanh

nh nghiệp đã tận dụng nguồn phụ phẩm từ cá, tôm để sản xuất ra các sản phẩm giá trị gia tăng cao.

Còn theo bà Lý Kim Chi - Chủ tịch Hội Lương thực thực phẩm TP. Hồ Chí Minh, chế biến phụ phẩm thủy sản ở nước ta mới đạt khoảng 275 triệu USD, nhưng nếu khai thác hết nguồn phụ phẩm gần 1 triệu tấn của ngành thủy sản bằng các công nghệ cao thì có thể thu về từ 4 - 5 tỷ USD - một giá trị khá lớn. Mặc dù vậy, việc khai thác giá trị từ rác thực phẩm tại Việt Nam vẫn đối mặt với nhiều thách thức. Một trong những trở ngại lớn nhất là chi phí đầu tư ban đầu cao, đặc biệt trong phát triển công nghệ tái chế. Ngoài ra, khung pháp lý cho các giải pháp tái chế và quản lý chất thải chưa thực sự đồng bộ.

Chia sẻ về vấn đề này, TS Lại Văn Mạnh cho hay, bên cạnh việc sớm ban hành tiêu chí kinh tế tuần hoàn từ cơ quan Chính phủ thì việc xây dựng các mô hình kinh tế tuần hoàn không chỉ giúp giảm thiểu lãng phí, bảo vệ môi trường mà còn tạo ra giá trị kinh tế bền vững.

Cùng với đó là việc hỗ trợ tài chính thông qua các quỹ chuyển đổi xanh, quỹ tăng trưởng xanh cũng cần được nghiên cứu và triển khai. Ngoài ra, cần đào tạo nguồn nhân lực cho lĩnh vực sản xuất tuần hoàn. ■