

KỶ NIỆM 135 NĂM NGÀY SINH CHỦ TỊCH HỒ CHÍ MINH (19/5/1890 - 19/5/2025)

Hiện thực hoá tư tưởng Hồ Chí Minh về công nghiệp hoá

Chủ tịch Hồ Chí Minh luôn xác định rõ vai trò then chốt của công nghiệp hóa trong tiến trình phát triển đất nước. Tư tưởng của Người không chỉ mang giá trị lý luận sâu sắc mà còn là định hướng cho chiến lược phát triển kinh tế - xã hội qua từng giai đoạn lịch sử, đặc biệt là với ngành Công Thương.



Chủ tịch Hồ Chí Minh thăm Nhà máy Dệt 8/3

Ảnh tư liệu

Việt Nam thúc đẩy thương mại bền vững tại MRT 31

Hội nghị Bộ trưởng Thương mại APEC lần thứ 31 (MRT 31) diễn ra trong 2 ngày 15 -16/5/2025 dưới sự chủ trì của Bộ trưởng Thương mại Hàn Quốc Cheong In Kyo. Đoàn Việt Nam do Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên làm Trưởng đoàn, cùng đại diện Văn phòng Chính phủ, Bộ Ngoại giao và một số đơn vị thuộc Bộ Công Thương.

➤ NGUYỄN MINH - HOÀNG HÒA từ Jeju, Hàn Quốc

Ministers Responsible for Trade Meeting



Hội nghị có sự tham gia của 21 nền kinh tế thành viên APEC và nhiều tổ chức quốc tế

LĂNG KÍNH CÔNG THƯƠNG

GIỮ VỮNG ỔN ĐỊNH VĨ MÔ Nền tảng nâng hạng tín nhiệm quốc gia

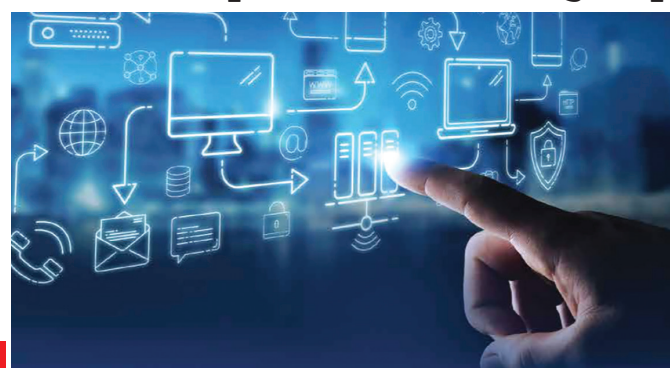
➤ QUANG LỘC

Xếp hạng tín nhiệm quốc gia lâu nay là tiêu chí tham chiếu để đánh giá mức độ rủi ro của một quốc gia; tạo điều kiện thuận lợi cho nhà phát hành tiếp cận với thị trường vốn quốc tế; mở rộng cơ sở các nhà đầu tư nhà đầu tư cả trực tiếp và gián tiếp do thông tin minh bạch hơn.

Đối với Việt Nam, việc duy trì và nâng cao xếp hạng tín nhiệm không chỉ giúp giảm chi phí vay vốn mà còn thúc đẩy thu hút đầu tư nước ngoài cũng như nâng cao hình ảnh, độ tin cậy của nền kinh tế và khả năng quản trị của Chính phủ.

CÔNG NGHỆ SỐ

Cơ hội bùng nổ của doanh nghiệp



9

Mùa quýt Jeju và giấc mơ chữa lành thương mại còn khắc khoải

5

ỨNG DỤNG KHOA HỌC - CÔNG NGHỆ

Đòn bẩy phát triển thương mại điện tử



11

Giàn khoan tự nâng PV Drilling III chính thức hoạt động tại Indonesia Dấu mốc quan trọng trong hành trình phát triển của PV Drilling

15

Trong hệ thống tư tưởng Hồ Chí Minh về phát triển kinh tế, thương nghiệp giữ vai trò đặc biệt quan trọng và mở mạch nguồn cho thương mại hiện đại.

➤ QUANG LỘC

Nhất quán tư tưởng phục vụ nhân dân và sản xuất

Vận dụng sáng tạo quan điểm của chủ nghĩa Mác - Lênin về phát triển kinh tế, Chủ tịch Hồ Chí Minh đặc biệt quan tâm chỉ đạo xây dựng ngành thương nghiệp nước ta thực sự trở thành một đòn bẩy kinh tế, làm tốt vai trò lưu thông hàng hóa, gắn kết giữa công nghiệp với nông nghiệp, sản xuất với tiêu dùng, giữa địa phương với Trung ương, trong nước với ngoài nước.

Chủ tịch Hồ Chí Minh khẳng định vai trò to lớn của thương nghiệp trong nền kinh tế quốc dân: *"Trong nền kinh tế quốc dân có ba mặt quan trọng: Nông nghiệp, công nghiệp, thương nghiệp. Ba mặt công tác quan hệ mật thiết với nhau. Thương nghiệp là cái khâu giữa nông nghiệp và công nghiệp. Thương nghiệp đưa hàng đến nông thôn phục vụ nông dân, thương nghiệp lại đưa nông sản, nguyên liệu cho thành thị tiêu dùng. Nếu khâu thương nghiệp bị đứt thì không liên kết được nông nghiệp với công nghiệp, không củng cố được công nông liên minh. Công tác thương nghiệp không chạy thì hoạt động nông nghiệp, công nghiệp sẽ bị rời rạc"*.

Một nhận thức mang tầm chiến lược được Bác trực tiếp chỉ ra: *"Thương nghiệp làm nhiệm vụ đưa hàng hóa công nghiệp về bán cho nông dân, rồi lại mua các thứ nông sản về cho nhà máy. Thương nghiệp phải cố gắng làm công việc đó cho tốt, phải bảo đảm chất lượng hàng hóa và có tinh thần phục vụ người mua"*.

Không chỉ dừng lại ở nhận thức chiến lược, Người còn đưa ra những chỉ dẫn rất cụ thể về tổ chức hệ thống lưu thông hàng hóa. Theo Người, thương nghiệp phải bảo đảm đưa hàng hóa đến tận tay người tiêu dùng nhanh chóng, đầy đủ, đúng giá và chất lượng. Người cũng đặc biệt quan tâm đến các khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa, nơi mà việc tiếp cận hàng hóa và dịch vụ thiết yếu còn nhiều khó khăn.

Từ rất sớm, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã chỉ ra lưu thông hàng hóa như mạch máu của nền kinh tế. Lưu thông thông suốt sẽ giúp sản xuất không bị ứ đọng, người dân được tiếp cận hàng hóa với giá hợp lý, đồng thời hạn chế tiêu cực như đầu cơ, tăng giá bất hợp lý.

Chính vì vậy, Người luôn nhấn mạnh yêu cầu tổ chức mạng lưới phân phối hợp lý, không để hàng hóa bị tắc nghẽn. Người yêu cầu cán bộ ngành thương nghiệp phải gần dân, hiểu dân, lắng nghe phản ánh của nhân dân để điều chỉnh hoạt động thương mại cho phù hợp thực tiễn và phục vụ tốt nhất nhu cầu của người tiêu dùng.

Cùng đó, một quan tâm đặc biệt được Bác nhấn mạnh là phát triển hệ thống phân phối hàng hóa hợp lý, nông sản từ nông thôn ra thành thị và hàng công nghiệp từ thành thị về nông thôn được thông suốt. Tư tưởng này thể hiện rõ qua việc Người khuyến khích hợp tác xã mua bán, củng cố hệ thống chợ búa và đẩy mạnh giao thông vận tải để hàng hóa lưu thông thuận lợi.



Bác Hồ gặp mặt công nhân, cán bộ ngành than năm 1968

Ảnh tư liệu

TU TƯỞNG VỀ PHÁT TRIỂN KINH TẾ CỦA CHỦ TỊCH HỒ CHÍ MINH

Kim chỉ nam phát triển thương mại trong kỷ nguyên mới



Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên (thứ hai từ trái sang) tham quan Khu triển lãm sản phẩm nông nghiệp đặc sản Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc

Ảnh: C.D

Ý nghĩa và giá trị to lớn

Trong bối cảnh kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, tư tưởng của Chủ tịch Hồ Chí Minh về thương nghiệp và lưu thông hàng hóa vẫn mang ý nghĩa thực tiễn sâu sắc.

Bốn bài học về phát triển thương mại hiện đại có thể được rút ra từ những lời chỉ dạy của Người.

Bài học đầu tiên là trong mọi hoàn cảnh phải bảo đảm lưu thông hàng hóa

thông suốt. Trong bối cảnh hội nhập, Việt Nam cần tiếp tục hoàn thiện hạ tầng giao thông, logistics, giảm chi phí vận chuyển để hàng hóa lưu thông nhanh chóng, đặc biệt là nông sản – mặt hàng dễ bị ứ đọng, mất giá khi ứ tắc phân phối.

Chỉ dạy của Bác về lưu thông hàng hóa ngày nay được cụ thể hóa bằng việc đầu tư mạnh mẽ vào hệ thống logistics, các trung tâm phân phối, chợ đầu mối hiện đại và chuyển đổi số trong thương

Những chỉ dẫn của Chủ tịch Hồ Chí Minh về thương nghiệp không chỉ có ý nghĩa lịch sử mà còn là kim chỉ nam cho phát triển thương mại hiện đại. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, việc vận dụng linh hoạt tư tưởng của Người từ bảo đảm lưu thông hàng hóa đến xây dựng nền thương mại công bằng, hiệu quả sẽ giúp Việt Nam phát triển bền vững.

mại. Chính phủ đã và đang triển khai nhiều chương trình hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ vào phân phối, điều mà tư tưởng Hồ Chí Minh về lưu thông hàng hóa đã đặt nền móng từ rất sớm.

Bài học thứ hai là phát triển nền thương mại với tiêu đích công bằng, vì người dân cũng như phải đặt con người ở trung tâm. Ngày nay, khi thị trường phức tạp, đa tầng hơn, Nhà nước cần tăng cường kiểm soát độc quyền, chống buôn lậu, hàng giả, bảo vệ người tiêu dùng và doanh nghiệp làm ăn chân chính.

Bài học thứ ba là biết kết hợp thương mại truyền thống và hiện đại. Bài học từ việc ứng phó và bảo đảm không đứt gãy thị trường trong thời gian dịch Covid-19 cho thấy bên cạnh việc phát triển thương mại điện tử, siêu thị, cần duy trì và nâng cấp chợ truyền thống để ổn định kênh phân phối đa dạng.

Bài học thứ tư là phát triển thương mại gắn với xây dựng đạo đức kinh doanh. Tư tưởng thương nghiệp phải có đạo đức của Bác Hồ nhắc nhở doanh nghiệp ngày nay phải kinh doanh minh bạch, trách nhiệm, không vì lợi nhuận mà bất chấp chất lượng, gian lận thương mại.

Đạo đức ở đây cũng còn đặc biệt cần ở cán bộ thương mại không buôn gian, bán lận, không lừa dối khách hàng, không trục lợi chính sách. Người đã từng nhiều lần yêu cầu cán bộ thương nghiệp phải "cần, kiệm, liêm, chính", chống tham ô, lãng phí và đầu cơ tích trữ. ■

Hiện thực hóa tư tưởng Hồ Chí Minh về công nghiệp hóa

➤ QUỲNH ANH

Chủ tịch Hồ Chí Minh luôn xác định rõ vai trò then chốt của công nghiệp hóa trong tiến trình phát triển đất nước. Tư tưởng của Người không chỉ mang giá trị lý luận sâu sắc mà còn là định hướng cho chiến lược phát triển kinh tế - xã hội qua từng giai đoạn lịch sử, đặc biệt là với ngành Công Thương.

Điều kiện tiên quyết

Trong di sản tư tưởng kinh tế của Chủ tịch Hồ Chí Minh, vai trò, nội hàm của công nghiệp hóa với sự phát triển nền kinh tế độc lập, tự chủ giữ vai trò nổi bật. Và chính Người cũng nhận thức rất sớm vai trò trung tâm của công nghiệp trong kiến thiết quốc gia.

Từ năm 1946, Người đã khẳng định: “Muốn cho chủ nghĩa cộng sản thực hiện, cần phải có kỹ nghệ, nông nghiệp và tất cả mọi người đều được phát triển hết khả năng của mình”. Trong các bài viết, bài nói trong các thập niên 50 và 60 của thế kỷ XX, Người thường xuyên đề cập tới nhiệm vụ công nghiệp hóa là điều kiện tiên quyết để thoát khỏi đói nghèo, lạc hậu, xây dựng một nền kinh tế tự chủ cũng như một trong những điều kiện quyết định sự thắng lợi của chủ nghĩa xã hội, chủ nghĩa cộng sản.

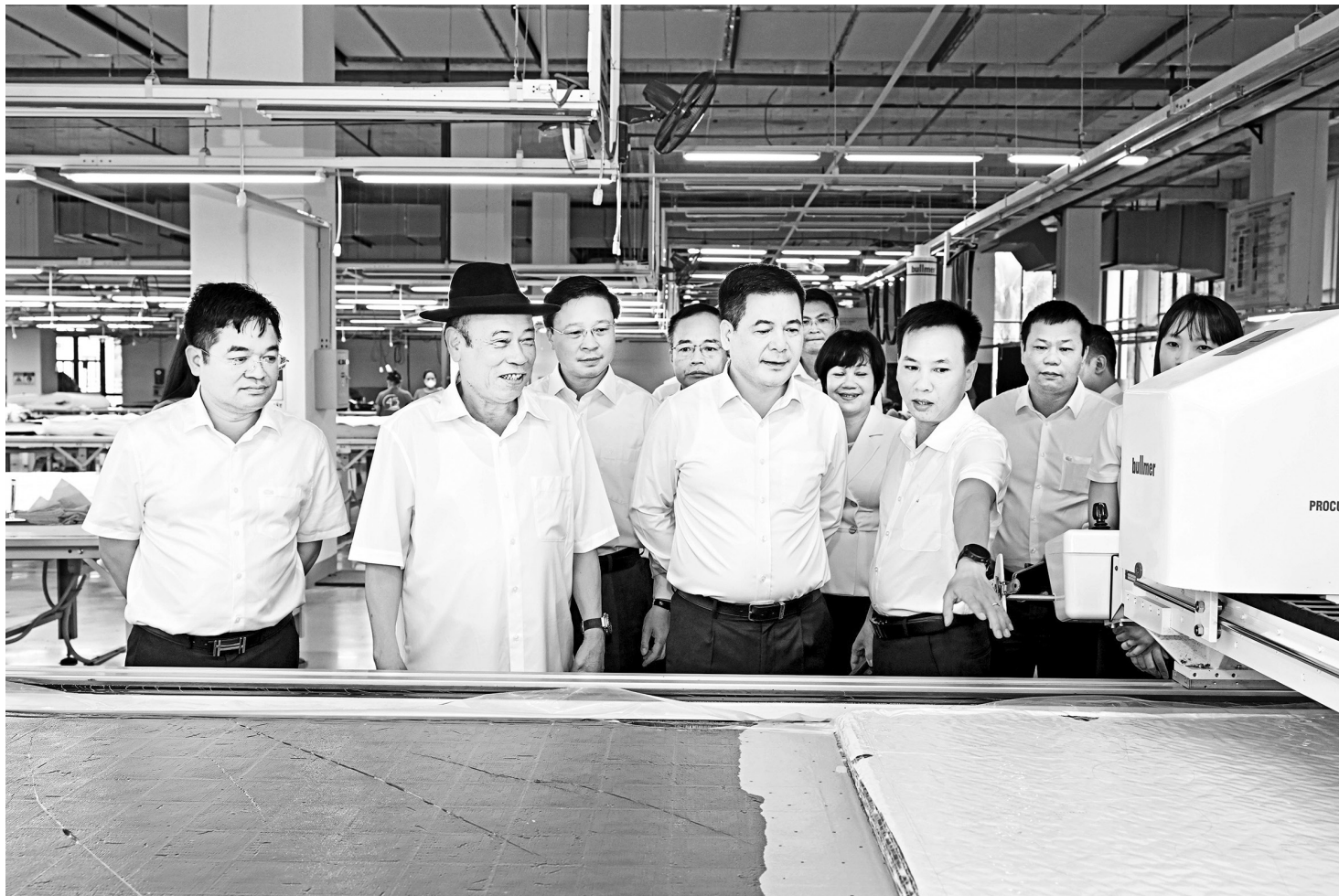
Người nhấn mạnh phát triển công nghiệp gắn với nông nghiệp. Phát triển công nghiệp không tách rời nền tảng nông nghiệp, trong đó công nghiệp hỗ trợ nông nghiệp nâng cao năng suất; nông nghiệp cung cấp nguyên liệu, nhân lực cho công nghiệp.

Hai nét đặc sắc về công nghiệp hóa một đất nước đi lên từ nông nghiệp được Chủ tịch Hồ Chí Minh chỉ ra là cần chú động, tự lực, tự cường và coi trọng khoa học - công nghệ, đào tạo nhân lực. Người chỉ rõ: “Muốn xây dựng phải có tiền. Tiền ở đâu ra? Tiền ở nhân dân tức là ở nông dân và công thương”.

Ở đây, Chủ tịch Hồ Chí Minh nhấn mạnh tầm quan trọng của việc tận dụng nội lực mà đặc biệt là tin dân, dựa vào dân coi công nghiệp hóa là sự nghiệp của toàn dân, đồng thời kết hợp hợp tác quốc tế có chọn lọc, không phụ thuộc. Người không quên nhấn mạnh vai trò của trí thức, kỹ sư, công nhân lành nghề, xem con người là trung tâm của sự nghiệp phát triển công nghiệp.

Người còn nêu rõ: “Hiện nay, chúng ta sản xuất nông nghiệp làm chính. Vì muốn mở mang công nghiệp thì phải có đủ lương thực, nguyên liệu. Nhưng công nghiệp hóa xã hội chủ nghĩa vẫn là mục tiêu phấn đấu chung, là con đường no ấm thực sự của nhân dân ta”.

Với Chủ tịch Hồ Chí Minh, công nghiệp hóa không chỉ là vấn đề kinh tế mà còn là vấn đề lớn hơn, đó là sự độc



Đoàn công tác Bộ Công Thương do Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên dẫn đầu làm việc với Công ty TNG (Thái Nguyên)

Ảnh Cấn Dũng

lập, tự chủ của đất nước, là vị thế của đất nước trong mọi bối cảnh. Thời gian càng trôi đi càng cho thấy sáng rõ tính thời sự trong những lời chỉ dạy của Người. Bởi như Người nói: “Công nghiệp nặng là đầu mối để mở mang các ngành công nghiệp khác cung cấp máy móc cho nông nghiệp. Cho nên, chưa có công nghiệp nặng thì chưa thể có một nền kinh tế tự chủ và giàu mạnh được”.

Hiện thực hóa tư tưởng Hồ Chí Minh

Từ sau năm 1945, ngành Công Thương Việt Nam đã phát triển qua nhiều giai

đoạn, từng bước hiện thực hóa tư tưởng Hồ Chí Minh. Giai đoạn từ năm 1945 đến 1975 là giai đoạn ngành công nghiệp và thương mại non trẻ của nước Việt Nam mới được hình thành trong khói lửa chiến tranh, với mục tiêu vừa sản xuất, vừa phục vụ kháng chiến. Các nhà máy quốc doanh đầu tiên như: Nhà máy Cơ khí Hà Nội, Nhà máy Dệt Nam Định được xây dựng trong tinh thần “tự lực cánh sinh”.

Đến giai đoạn đổi mới từ năm 1986 đến nay công nghiệp hóa, hiện đại hóa trở thành chiến lược trung tâm của Đảng,

Đại hội XIII của Đảng xác định, phải “Gắn kết chặt chẽ nông nghiệp với công nghiệp, dịch vụ; sản xuất với bảo quản, chế biến, tiêu thụ, xây dựng thương hiệu, nâng cao giá trị nông sản trong các chuỗi giá trị”.

gắn liền với cải cách kinh tế. Ngành Công Thương mở rộng theo hướng hội nhập, lấy xuất khẩu làm động lực, phát triển các khu công nghiệp, đặc khu kinh tế.

Công nghiệp Việt Nam dần tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu. Tuy nhiên, thách thức về ô nhiễm môi trường, lệ thuộc vào công nghệ nước ngoài và năng suất lao động thấp vẫn tồn tại. Đây cũng là thời điểm mà tinh thần “tự cường, đổi mới sáng tạo” trong tư tưởng Hồ Chí Minh càng cần được khơi dậy mạnh mẽ.

Ngành Công Thương đang thực hiện mạnh mẽ việc chuyển đổi số và phát triển kinh tế xanh. Đây không chỉ là hai xu thế lớn mà còn là hai trụ cột giúp tái định hình mô hình công nghiệp hóa.

Việc chuyển đổi số chính là hiện thực hóa tư tưởng “trọng khoa học, trọng con người”. Đây chính là tinh thần cốt lõi của chuyển đổi số khi ứng dụng công nghệ mới nhưng không rập khuôn, phải phù hợp với thực tiễn Việt Nam, có những sản phẩm, mô hình mang rõ tính chất make in Việt Nam. Ngành Công Thương đang thúc đẩy số hóa quy trình sản xuất, quản trị logistics thông minh, chuỗi cung ứng số, thúc đẩy phát triển thương mại điện tử, số hoá quy trình quản lý. ■



Ảnh minh họa



Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên - Trưởng Đoàn công tác Việt Nam làm việc với Trưởng Đại diện Thương mại Hoa Kỳ Jamieson Greer



Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên làm việc với Thứ trưởng Thương mại Trung Quốc Lý Thành Cương

Hội nghị Bộ trưởng Thương mại APEC lần thứ 31 (MRT 31) diễn ra trong 2 ngày 15 - 16/5/2025 dưới sự chủ trì của Bộ trưởng Thương mại Hàn Quốc Cheong In Kyo. Đoàn Việt Nam do Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên làm Trưởng đoàn, cùng đại diện Văn phòng Chính phủ, Bộ Ngoại giao và một số đơn vị thuộc Bộ Công Thương.

Việt Nam thúc đẩy thương mại bền vững tại MRT 31

> NGUYỄN MINH - HOÀNG HÒA từ Jeju, Hàn Quốc

3 chủ đề trọng tâm của MRT 31

Hội nghị được tổ chức theo 3 phiên họp gồm 3 chủ đề của Hội nghị cấp cao APEC 2025: Đổi mới AI tạo thuận lợi cho thương mại; Kết nối thông qua hệ thống thương mại đa phương; Thịnh vượng thông qua thương mại bền vững.

Tại Phiên 1, các Bộ trưởng Thương mại APEC ghi nhận vai trò ngày càng quan trọng của AI trong việc nâng cao năng suất lao động, năng lực cạnh tranh, hiệu quả chuỗi cung ứng toàn cầu, góp phần tạo thuận lợi cho thương mại.

Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên nhấn mạnh, APEC cần cân nhắc và giải quyết những rủi ro, thách thức để đảm bảo không ai bị bỏ lại phía sau và tất cả các thành viên APEC đều được hưởng lợi đầy đủ từ việc ứng dụng AI trong thương mại.

Tại Phiên 2, các Bộ trưởng APEC tái khẳng định hệ thống thương mại đa phương với Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) là cốt lõi, vẫn giữ vai trò quan trọng hơn bao giờ hết. Khẳng định tầm quan trọng của WTO đối với hệ thống thương mại toàn cầu, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên nhấn mạnh, APEC cần tiếp tục là ngọn cờ tiên phong trong hợp tác, là vườn ươm ý tưởng, sáng kiến mới về ủng hộ hệ thống thương mại đa phương. Từ đó, góp phần củng cố và hiện đại hóa WTO, bao gồm việc khôi phục cơ chế giải quyết tranh chấp hoàn chỉnh và thúc đẩy các cuộc đàm phán quan trọng hướng tới thương mại công bằng và bền vững.

Tại Phiên 3, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên chia sẻ chính sách và hành động của Việt Nam nhằm tạo thuận lợi cho doanh nghiệp tham gia hiệu quả vào chuỗi cung ứng bền vững.

Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên cam kết tiếp tục đồng hành cùng khu vực tư nhân và các thành viên APEC trong việc thiết lập một môi trường thuận lợi cho phát triển chuỗi cung ứng bền vững, cùng nhau xây dựng một khu vực APEC năng động, kết nối sâu rộng và phát triển bao trùm.

Thúc đẩy hợp tác đa phương

Bên lề Hội nghị MRT 31, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên cùng đoàn công tác liên tiếp tham dự các cuộc họp đa phương như: Hội nghị Bộ trưởng Kinh tế ASEAN, hay Phiên họp cấp Bộ trưởng CPTPP...

Tại Hội nghị Bộ trưởng Kinh tế ASEAN, các Bộ trưởng nhấn mạnh ASEAN, APEC cần tiếp tục là diễn đàn thúc đẩy đối thoại, chia sẻ quan điểm về các vấn đề quan tâm chung.

Chia sẻ quan điểm của Việt Nam nhằm ứng phó với các thách thức hiện nay, Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên cho biết, Việt Nam ủng hộ ASEAN (với tư cách là một khối đoàn kết, thống nhất) có cách tiếp cận chiến lược toàn diện, linh hoạt và thực tế trong việc tăng cường sự tự chủ của nền kinh tế. Đẩy mạnh đa dạng hóa chuỗi cung ứng thông qua việc tận dụng hiệu quả, nâng cấp các hiệp định thương mại tự do (FTA) mà ASEAN hiện có.

Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên nhấn mạnh, ASEAN cần ưu tiên thúc đẩy hợp tác với các đối tác ngoại khối nói chung cũng như với Hoa Kỳ nói riêng trong các lĩnh vực mà hai bên cùng quan tâm, qua đó phục vụ các mục tiêu phát triển và củng cố vị thế của ASEAN trong bối cảnh mới.

Tại Phiên họp cấp Bộ trưởng CPTPP, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên cho rằng, việc thảo luận và thống nhất các lĩnh vực cần được nâng cấp của hiệp định phải được xem xét trên cơ sở đồng thuận, có tính tới những biến động phức tạp gần đây của nền kinh tế thế giới và đặc biệt là phải mang lại lợi ích cho tất cả các thành viên.

Khắc họa rõ nét hình ảnh Việt Nam năng động, cởi mở

Cùng với các buổi họp đa phương, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên đã gặp gỡ, làm việc song phương với nhiều đối tác.

Trong buổi làm việc với Liên minh Các hiệp hội doanh nghiệp Hoa Kỳ - APEC, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên đã chia sẻ những ưu tiên hợp tác của Việt Nam, trọng tâm là công nghệ bán dẫn, công nghiệp hỗ trợ, năng lượng tái tạo, kinh tế số... Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên kêu gọi doanh nghiệp Hoa Kỳ quan tâm, mở rộng đầu tư tại Việt Nam và cam kết, Chính phủ Việt Nam luôn tạo điều kiện tốt nhất cho doanh nghiệp nước ngoài đầu tư.

Trong buổi làm việc song phương với Tổng giám đốc WTO Ngozi Okonjo -

Tại hội nghị, các Bộ trưởng nhất trí duy trì và cải thiện chuỗi cung ứng bền vững là nhiệm vụ quan trọng, thúc đẩy thương mại bền vững, ổn định và thịnh vượng chung cho khu vực.

Iweala, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên đã khẳng định Việt Nam luôn tôn trọng, ủng hộ hệ thống thương mại đa phương và đề nghị WTO phát huy mạnh mẽ hơn vai trò trung tâm trong việc duy trì trật tự thương mại toàn cầu. WTO cần được cải cách toàn diện để củng cố và thích ứng với những thay đổi của tình hình kinh tế thế giới hiện nay.

Ngoài ra, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên cùng đoàn công tác Việt Nam cũng đã có các buổi làm việc với Bộ trưởng Thương mại Hàn Quốc Cheong In kyo; Thứ trưởng Thương mại Trung Quốc Lý Thành Cương; Thứ trưởng Ngoại giao Nhật Bản Miyaji Takuma; Thứ trưởng Thương mại Chile Claudia Sanhueza...

Những hoạt động dày đặc, tích cực, hiệu quả của Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên cùng đoàn công tác đã khắc họa rõ nét hình ảnh về một Việt Nam năng động, cởi mở, là bạn, là đối tác tin cậy và là thành viên có trách nhiệm trong Diễn đàn Hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC).■

Mùa quýt Jeju và giấc mơ chữa lành thương mại còn khắc khoải

► NGUYỄN MINH - Phóng viên Báo Công Thương tại Hội nghị MRT 31

Cuối mùa quýt tại Jeju, Hàn Quốc, 21 nhà lãnh đạo thương mại từ các nền kinh tế APEC tề tựu mang theo lo âu, hy vọng về hệ thống thương mại cần được chữa lành.

Thế giới thương mại: Mùa gió ngược

Netflix vừa phát hành bộ phim "Khi cuộc đời cho bạn một quả quýt". Chuyện phim nhẹ như một lát cắt thanh xuân: Ba con người ở ba độ tuổi gồm: Một cô gái bỏ phố về quê, một người đàn ông mất vợ, một cô bé mơ làm họa sĩ bị cấm đoán đang tìm lại chính mình nơi vườn quýt Jeju. Không cao trào, không bi kịch. Chỉ có những vết thương âm ỉ được xoa dịu bằng nụ cười, ánh nắng và trái quýt vừa chua vừa ngọt.

Xem phim giữa không khí hội nghị, nhiều đại biểu thấy mình trong đó. Bởi hệ thống thương mại toàn cầu cũng đang tổn thương. Và như bộ phim, thế giới đang tìm một quả quýt, một biểu tượng của sự chữa lành.

Tại phiên khai mạc APEC 2025, con số được công bố khiến nhiều người lặng đi: Tăng trưởng kinh tế của 21 nền kinh tế APEC dự kiến chỉ còn 2,6% năm 2025 và 2,7% năm 2026 - giảm mạnh so với 3,6% năm 2024. Theo phân tích, báo cáo từ APEC, nguyên nhân chính là do căng thẳng thương mại leo thang và bất ổn chính sách gia tăng, khiến đầu tư suy giảm, chuỗi cung ứng rối loạn.

Đáng chú ý, Hội nghị APEC lần này chọn đúng hai "từ khóa" nhạy cảm nhất: AI và thương mại: AI đang vươn lên mạnh mẽ nhưng chưa có khung pháp lý toàn cầu. Thương mại đang bị vỡ từng mảnh, khi niềm tin vào các thể chế đa phương, đặc biệt là WTO ngày càng lung lay.

Thế giới cần một định hướng mới. Không phải tăng trưởng bằng mọi giá, mà là phát triển có trách nhiệm, có đạo lý và có khả năng chữa lành những rạn nứt kéo dài.

Việt Nam đến APEC 2025: Sức mạnh niềm tin

Tại MRT 21, Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên có mặt tại Jeju với một lịch trình dày đặc bao gồm cả những chương trình chủ động và... bị động.

Như sáng 15/5, theo đề xuất từ phía Hoa Kỳ, Bộ trưởng làm việc với Liên minh doanh nghiệp Hoa Kỳ - APEC. Ngay sau đó, cũng theo đề xuất của WTO, ông có cuộc gặp với bà Ngozi Okonjo - Iweala - Tổng giám đốc WTO... Điều đó phần nào cho thấy, niềm tin của cộng đồng doanh nghiệp và các định chế quốc tế dành cho Việt Nam ngày càng cao.

Ngày 16/5, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên tiếp tục có chuỗi làm việc: Phiên họp cấp Bộ trưởng Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) bên lề Hội nghị Bộ trưởng Thương mại APEC (MRT); tiếp xúc, làm việc với Thứ trưởng Bộ Thương mại Trung Quốc, dự phiên 3 của hội nghị MRT và kết thúc lịch trình bằng hội nghị song phương với Trưởng Đại diện Thương mại Hoa Kỳ - ông Jamieson Greer.



Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên phát biểu tại Phiên thảo luận 1



Bên lề Hội nghị MRT 31, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên đã có buổi làm việc với Bộ trưởng Bộ Thương mại Hàn Quốc Cheong In Kyo

Tất cả các cuộc gặp có nhiều lối mở thương mại nhưng đều xoay quanh thông điệp đối thoại, không đối đầu. Đàm phán, thay vì trả đũa. Cùng chữa lành, thay vì buông bỏ.

Trong khuôn khổ Hội nghị Bộ trưởng Thương mại APEC 2025, tại Phiên 1, với chủ đề về trí tuệ nhân tạo và phát triển bền vững, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên nêu rõ: Thương mại điện tử sẽ hiệu quả hơn với AI bởi nhờ khắc phục được rào cản ngôn ngữ và giảm thiểu chi phí tìm kiếm và khớp lệnh. Đáng chú ý, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên dẫn chiến lược quốc gia về AI của Việt Nam đến năm 2030, đồng thời ủng hộ Sáng kiến AI APEC vì tầm nhìn "Xây dựng tương lai bền vững với AI".

Tại Phiên 2, là diễn giả mở đầu, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên nói thẳng: APEC phải tiếp tục là ngọn cờ tiên phong trong hợp tác, mở cửa và cải cách. "Chúng ta phải làm việc cùng nhau để củng cố và hiện đại hóa WTO, bao gồm việc khôi phục và nâng

cấp hệ thống giải quyết tranh chấp, thúc đẩy các cuộc đàm phán quan trọng như thương mại điện tử và trợ cấp thủy sản" - Bộ trưởng nhấn mạnh.

"Tôi xin khẳng định sự kiên định của Việt Nam đối với hệ thống thương mại đa phương. Chúng tôi sẵn sàng hợp tác với tất cả các nền kinh tế APEC để đảm bảo rằng thương mại tiếp tục là động lực mạnh mẽ thúc đẩy hòa bình, thịnh vượng và phát triển chung trong khu vực và thế giới" - Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên - Trưởng đoàn công tác Việt Nam nhấn mạnh khi kết thúc bài phát biểu.

Tại Phiên 3, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên chia sẻ chính sách và hành động của Việt Nam nhằm tạo thuận lợi cho doanh nghiệp tham gia hiệu quả vào chuỗi cung ứng bền vững, đồng thời cam kết tiếp tục đồng hành cùng khu vực tư nhân và các thành viên APEC trong việc thiết lập một môi trường thuận lợi cho phát triển chuỗi cung ứng bền vững, cùng nhau xây dựng

Thế giới không thể thay đổi trong một hội nghị, nhưng nếu có đủ người muốn chia nhau một quả quýt như các đại biểu APEC đã làm, thì thương mại toàn cầu vẫn còn cơ hội được chữa lành.

một khu vực APEC năng động, kết nối sâu rộng và phát triển bao trùm.

Việt Nam không phát biểu suông. Phía sau là hai nghị quyết chiến lược đã được Trung ương ban hành như hai quả đấm thép trong "bộ tứ chiến lược" cho phát triển: Khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số quốc gia (Nghị quyết 57), hội nhập quốc tế (Nghị quyết 59)...

Hai nghị quyết ấy của Bộ Chính trị chính là ngọn cờ hành động cao nhất Việt Nam mang tới hiện thực hóa hai trục chủ đề APEC năm nay: AI và thương mại toàn cầu.

Mùa quýt đã khép nhưng giấc mơ còn khắc khoải

Giữa các cuộc họp, các đại biểu được mời ăn quýt Jeju, loại quả đặc sản nổi tiếng từng xuất hiện trong nhiều bộ phim Hàn Quốc.

Không ai nói to, nhưng trong ánh mắt, ai cũng hiểu: Quả quýt ấy không chỉ là sản vật, mà còn là biểu tượng của sự tử tế, văn hóa và sự mềm mại trong thương mại.

Hàn Quốc đã quảng bá quýt qua Netflix. Thương mại không chỉ là ký kết hiệp định mà là tạo cảm xúc, tin cậy và kết nối thật.

Hội nghị kết thúc trong không khí nhẹ nhõm hơn dù còn nhiều ánh mắt tràn trề của các đại biểu ra về. Tuyên bố chung được thông qua, không ai rút lui, không ai phản đối.

Không có kỳ vọng cao siêu, nhưng chính điều đó mới là chữa lành khi: Nhận diện đúng vết thương - Không đổ lỗi - Ngồi lại cùng nhau, như người nông dân và trái quýt Jeju kia, đơn giản, chân thành và bền bỉ. ■

Chùm ảnh: Các hoạt động của Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên tại Hội nghị Bộ trưởng Thương mại APEC 2025



Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên và Trưởng Đại diện Thương mại Hoa Kỳ - ông Jamieson Greer



Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên đã có cuộc trao đổi nhanh với Trưởng Đại diện Thương mại Hoa Kỳ - ông Jamieson Greer



Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên phát biểu tại Phiên thảo luận thứ nhất tại Hội nghị Bộ trưởng Thương mại APEC 2025



Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên - Trưởng Đoàn công tác Việt Nam - đã tham gia cuộc gặp giữa các Bộ trưởng Kinh tế các nước ASEAN cùng là các thành viên APEC dự hội nghị



Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên dự và phát biểu tại Hội nghị Bộ trưởng CPTPP bên lề MRT 31



Toàn cảnh cuộc gặp giữa Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên và Thứ trưởng Bộ Ngoại giao Nhật Bản Miyaji Takuma



Buổi tiếp và làm việc song phương giữa Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên - Trưởng Đoàn công tác Việt Nam và Thứ trưởng Thương mại Trung Quốc Lý Thành Cương



Buổi làm việc giữa Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên cùng Đoàn công tác Bộ Công Thương với Liên minh doanh nghiệp Hoa Kỳ - APEC



Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên và Bộ trưởng Thương mại Hàn Quốc Cheong In Kyo thống nhất nhiều giải pháp thúc đẩy hợp tác kinh tế



Trong sự kiện khai mạc Hội nghị MRT 31, vị trí ngồi của Bộ trưởng Bộ Công Thương - Trưởng Đoàn công tác Việt Nam được xếp cạnh Trưởng Đại diện Thương mại Hoa Kỳ - ông Jamieson Greer



Bên lề Hội nghị Bộ trưởng Thương mại APEC 2025, Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên cũng đã có cuộc gặp gỡ, hợp song phương với Thứ trưởng Thương mại Chile - bà Claudia Sanhueza



Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên tiếp xúc và hợp song phương với bà Ngozi Okonjo - Iweala, Tổng giám đốc Tổ chức Thương mại thế giới (WTO)



Các đại biểu dự Hội nghị MRT 31

Chanh dây độc lạ "chiếm sóng" thị trường

Chanh leo vàng là loại trái cây độc đáo với vỏ vàng óng, hương thơm như ổi chín và vị ngọt đậm đang tạo nên cơn sốt trên thị trường. Dù giá bán lẻ lên tới 120.000 - 150.000 đồng/kg, nhưng sức mua vẫn rất mạnh, đặc biệt trên các nền tảng trực tuyến như Facebook, TikTok, Zalo. Người tiêu dùng sẵn sàng canh giờ để đặt mua, bất chấp phí vận chuyển cao. Nguồn cung khan hiếm là nguyên nhân chính đẩy giá lên cao. Hiện chanh leo vàng chỉ được trồng thử nghiệm tại một số huyện ở Lâm Đồng, Gia Lai và Đắk Lắk, với sản lượng mỗi đợt chỉ vài tấn, không đủ đáp ứng nhu cầu thị trường.

Tiểu thương nhanh nhạy đã tận dụng cơ hội này để thu lợi nhuận lớn. Họ nhập sỉ với giá 35.000 - 50.000 đồng/kg và bán lẻ từ 70.000 - 95.000 đồng/kg, mỗi ngày tiêu thụ ít nhất 20kg. Một số người còn lập nhóm kín trên Zalo để phân phối nội bộ, đảm bảo nguồn hàng ổn định.

Tài khoản mạng xã hội giả mạo thương hiệu đồ ăn nhanh

Nhiều thương hiệu đồ ăn nhanh như KFC, Jollibee và Lotteria đang trở thành mục tiêu của các tài khoản mạng xã hội giả mạo, gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến uy tín thương hiệu và tiềm ẩn nguy cơ lừa đảo người tiêu dùng.

Một trang Facebook giả mạo KFC đã lan truyền thông tin về việc tặng phiếu giảm giá nhân dịp kỷ niệm 71 năm thành lập, trong khi KFC xác nhận không có chương trình khuyến mãi nào như vậy. Tương tự, Jollibee cũng lên tiếng cảnh báo về các tài khoản giả mạo sử dụng trái phép tên và hình ảnh của hãng để lan truyền thông tin sai lệch. Những hành vi giả mạo này không chỉ gây hoang mang cho khách hàng mà còn có thể dẫn đến việc người tiêu dùng bị lừa đảo, mất tiền hoặc bị đánh cắp thông tin cá nhân.

Nội tạng động vật "3 không" tràn lan thị trường

Theo ghi nhận của phóng viên Báo Công Thương, từ 5 giờ sáng, các sạp bán thịt tại chợ đầu mối phía Nam (quận Hoàng Mai, Hà Nội) đã rục rịch hoạt động. Ở một góc chợ, một dãy hàng nội tạng heo, gà đông lạnh được bày ra trong các thùng xốp lớn, cạnh đó là những khối đá đang tan nước. Không giấy tờ, không kiểm định, không bảo đảm là những gì để miêu tả loại hàng này.

Chị Lê Thị Thu (quận Cầu Giấy, Hà Nội), chủ một quán cháo lòng nhỏ, đang lựa chọn nội tạng trong một bịch to, chia sẻ: "Mua hàng này rẻ hơn nhiều. Một ký gan heo đông lạnh chỉ khoảng 35.000 - 40.000 đồng, trong khi gan tươi ở chợ truyền thống đã gần 70.000 đồng rồi. Tôi nấu bán liền trong ngày, nên cũng không lo nhiều về chất lượng".

Thực tế cho thấy, từ chợ truyền thống tới chợ mạng. Giá rẻ chính là "mồi câu" đánh vào tâm lý tiết kiệm của người tiêu dùng, đặc biệt trong bối cảnh vật giá leo thang.

Lê Minh

Sau những hiệu ứng từ "Concert quốc gia" - tên gọi được giới trẻ đặt cho lễ diễu binh, diễu hành, vé máy bay, tàu xe, phòng nghỉ tại Hà Nội dịp 2/9 trở nên khan hiếm, còn thị trường du lịch sôi động sớm.

► MINH TRANG



Ảnh minh họa

Chưa đến lễ Quốc khánh 2/9, vé tàu xe, khách sạn đã "nóng"

"Con sốt" đặt chỗ sớm chưa từng có

Theo khảo sát của phóng viên Báo Công Thương, dù còn nhiều tháng nữa mới đến kỳ nghỉ lễ Quốc khánh 2/9, nhưng nhiều người dân từ các tỉnh, thành bắt đầu rục rịch đặt vé tàu xe, máy bay đến Hà Nội để xem diễu binh, diễu hành.

Theo ông Đặng Việt Hà, chủ nhà xe Sơn Hà (chuyên tuyến Hải Phòng - Hà Nội), doanh nghiệp đã bắt đầu lên kế hoạch sắp xếp các tuyến xe tới Hà Nội và sẽ mở bán vé từ cuối tháng 5.

"Dù chưa mở bán nhưng đã có rất nhiều khách gọi hỏi và đặt trước vé, đa phần là khách quen. Mọi người có tâm lý sợ hết vé nên đã gọi đặt trước từ rất sớm", ông Đặng Việt Hà thông tin thêm.

Ngành đường sắt cũng ghi nhận lượng khách đặt vé tăng đáng kể. Tại phía Bắc, các chặng Hà Nội - Lào Cai, Hà Nội - Vinh, Hà Nội - Đà Nẵng đều đã kín chỗ trong các ngày

cao điểm 30 - 31/8. Bà Phạm Thu Vân - đại diện Công ty Lữ hành Đất Việt - cho biết, các chuyến tàu đi Hà Nội 2 ngày 30 - 31/8 xuất phát vào khung giờ "đẹp" đang bán rất chạy.

Chị Ngọc Ánh (Hoa Lư, Ninh Bình) chia sẻ: "Tôi nghỉ dịp Quốc khánh năm nay sẽ khó mua vé đi Hà Nội bởi có chương trình diễu binh, diễu hành nên từ giữa tháng 5, tôi đã chủ động đặt vé xe khách từ Ninh Bình đi Hà Nội để có thể chứng kiến Concert quốc gia".

Không dừng lại ở đó, lượng khách book vé máy bay cũng tăng đáng kể. Tuy nhiên, chưa thấy dấu hiệu nào cho thấy các hãng hàng không sẽ tăng giá vé dịp này.

Các cơ sở lưu trú bùng nổ đơn

Nhiều người dân từ các tỉnh, thành đã bắt đầu rục rịch đặt phòng khách sạn để đảm bảo có chỗ nghỉ ngơi thuận tiện cho việc tham gia sự kiện dịp lễ Quốc khánh 2/9. Các khách

sạn trong khu vực trung tâm Hà Nội, đặc biệt là gần Quảng trường Ba Đình ghi nhận lượng đặt phòng tăng mạnh.

Theo khảo sát thực tế trên các nền tảng đặt phòng trực tuyến, tình trạng "cháy phòng" hiện nay chủ yếu ghi nhận ở nhóm homestay, nhà nghỉ nhỏ lẻ có số lượng phòng giới hạn, nằm trong các ngõ ngách hoặc dọc các tuyến phố cận kề Quảng trường Ba Đình. Các cơ sở này thường có mức giá vừa túi tiền, dao động từ 500.000 đến dưới 1 triệu đồng/đêm và được khách trẻ, nhóm bạn hoặc gia đình nhỏ ưa chuộng vì vị trí thuận tiện và chi phí hợp lý.

"Chúng tôi hiện vận hành 3 cơ sở lưu trú ở các quận Ba Đình và Đống Đa, tổng cộng 78 phòng. Tính đến giữa tháng 5, mới có khoảng 15 phòng được đặt trước cho dịp 2/9, chủ yếu là khách nội địa. Giá niêm yết cho kỳ nghỉ vẫn giữ ở mức từ 400.000 đến 650.000 đồng/đêm. Mặc dù

lượt khách gọi điện, nhắn tin để hỏi thông tin đã tăng gấp 3 lần so với cùng kỳ tháng trước, song phần lớn vẫn đang trong giai đoạn thăm dò, chưa thực sự quyết định đặt cọc", anh Thanh Tùng - chủ một chuỗi homestay tại Hà Nội chia sẻ.

Bên cạnh đó, nhiều người dân tại Thủ đô cũng chọn không rời Hà Nội để tận mắt chứng kiến lễ diễu binh tại Quảng trường Ba Đình. Nhu cầu này tạo nên hiệu ứng lan tỏa trên thị trường khách sạn, homestay và các dịch vụ lưu trú tại Hà Nội. Đặc biệt, khu vực quanh Quảng trường Ba Đình hiện đang ghi nhận tỷ lệ đặt phòng tăng cao từng ngày, bất chấp thời điểm lễ còn cách gần 4 tháng.

Theo phân tích, dự báo của nhiều cơ sở dịch vụ lưu trú, tâm lý khách hàng vẫn còn dè dặt do chờ thông báo chính thức từ chính quyền về thời gian, quy mô, địa điểm tổ chức diễu binh, diễu hành dịp Quốc khánh. ■

Phát hiện 40.000 gói rong biển không rõ nguồn gốc tại Bắc Ninh

Đội Quản lý thị trường số 5, Chi cục Quản lý thị trường (QLTT) tỉnh Bắc Ninh vừa phối hợp với Công an xã Đại Lai kiểm tra đột xuất một hộ kinh doanh tại thôn Phương Triện, xã Đại Lai, huyện Gia Bình do ông Phạm Văn Quyết làm chủ. Qua kiểm tra, phát hiện 40.000 gói

rong biển đóng sẵn không có hóa đơn, chứng từ chứng minh nguồn gốc xuất xứ, cũng như giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh theo quy định.

Lực lượng chức năng đã lập biên bản và tạm giữ toàn bộ số hàng vi phạm để điều tra, xử lý theo quy định pháp luật.

Đại diện Đội QLTT số 5 cảnh báo, việc tiêu thụ thực phẩm không rõ nguồn gốc như rong biển tiềm ẩn nguy cơ lớn về an toàn sức khỏe, nhất là với trẻ nhỏ và người ăn chay. Vi phạm về nhãn mác, bao bì, và thiếu kiểm soát chất lượng có thể gây ngộ độc, tích tụ chất độc hại lâu dài.

Theo Ban Chỉ đạo 389 tỉnh Bắc Ninh, từ năm 2024 đến quý I/2025, toàn tỉnh phát hiện gần 2.560 vụ vi phạm, trị giá xử lý gần 480 tỷ đồng, cho thấy tình trạng buôn lậu, hàng giả và vi phạm an toàn thực phẩm vẫn diễn biến phức tạp.

Lê Trang

Công nghệ số, đổi mới sáng tạo đem đến cơ hội bứt phá vươn lên nhưng cũng tạo áp lực cạnh tranh rất lớn cho doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp không đổi mới thì nguy cơ bị đào thải là rất cao.

> NGUYỄN HẠNH

Chia sẻ tại tọa đàm với chủ đề “Kỷ nguyên mới - Kỷ nguyên vươn mình phát triển giàu mạnh, thịnh vượng của dân tộc” do Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa TP. Hà Nội tổ chức mới đây, TS Mạc Quốc Anh - Phó Chủ tịch, Tổng Thư ký Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa TP. Hà Nội - cho biết, Việt Nam nổi lên là trung tâm gia công phần mềm, bán dẫn, dịch vụ công nghệ thông tin, thu hút tập đoàn Nvidia, Samsung, Foxconn, Amkor... Cơ hội cho doanh nghiệp tạo cú nhảy vọt “đi tắt, đón đầu” chưa bao giờ rõ ràng như lúc này.

Bên cạnh đó, kinh tế số ASEAN 2030 trị giá khoảng 1.000 tỷ USD. Việt Nam với lợi thế 77% dân số dùng Internet; gần 74% tiếp cận smartphone có thể bứt phá ở các mảng fintech, thương mại điện tử xuyên biên giới, ed-tech, health-tech.

Dù vậy, ông Mạc Quốc Anh cũng chỉ ra những bài toán mà doanh nghiệp Việt Nam cần lời giải. Theo đó, năng suất lao động của Việt Nam bằng 62% Thái Lan, 37% Malaysia, 11% Singapore. Nếu không bứt phá, đà tăng trưởng có nguy cơ chậm lại. Cùng với đó, áp lực công nghệ xanh từ các thị trường xuất khẩu buộc doanh nghiệp phải đầu tư chuyển đổi quy trình, thay thế máy móc tiêu tốn năng lượng.

“Theo khảo sát năm 2024, chỉ 26% doanh nghiệp nhỏ và

CÔNG NGHỆ SỐ

Cơ hội bứt phá của doanh nghiệp



MISA ký kết hợp tác với May 10 nhằm đồng hành hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao hiệu quả quản trị, sản xuất, kinh doanh

và áp dụng tiêu chuẩn quản trị xuyên biên giới (IFRS, ISO 14001, SA 8000);... nếu không nhận diện đúng và ứng phó linh hoạt, cơ hội vàng có thể thoát khỏi tầm tay”, ông Mạc Quốc Anh dẫn chứng.

Chia sẻ tại tọa đàm, ông Phan Đức Hiếu - Ủy viên Thường trực Ủy ban Kinh tế của Quốc hội - cho hay, trong bối cảnh cải cách thể chế diễn ra mạnh mẽ sẽ tạo cơ hội bứt phá vươn lên của doanh nghiệp nhưng cũng tạo áp lực cạnh tranh rất lớn, nếu doanh nghiệp không chịu đổi mới thì nguy cơ bị đào thải là rất cao.

Ở góc độ doanh nghiệp, ông Lê Hồng Quang - Tổng giám đốc Công ty Cổ phần MISA - cho hay, trong kỷ nguyên của phương thức sản xuất số, việc ứng dụng các công nghệ mới nhất như AI ngày càng trở

thành yếu tố then chốt. Việc này đòi hỏi doanh nghiệp nhanh chóng thích nghi để duy trì lợi thế cạnh tranh. Doanh nghiệp cần phổ cập AI trong quản trị để nâng cao hiệu suất, xây dựng văn hóa ra quyết định dựa trên dữ liệu và đẩy mạnh chuyển đổi số với nền tảng điện toán đám mây tích hợp AI. Cần rà soát liên tục và có kế hoạch ứng dụng AI vào từng quy trình sẽ giúp tối ưu hiệu quả vận hành và quản lý.

Nhấn mạnh vai trò của doanh nghiệp là “cỗ máy kiến tạo giá trị” và “tế bào” của nền kinh tế, ông Mạc Quốc Anh cho hay, doanh nghiệp, đặc biệt khu vực tư nhân sở hữu 70% nguồn lực nghiên cứu và phát triển (R&D). Do đó, nếu không đổi mới, doanh nghiệp sẽ tự đánh mất mình. Cùng với đó, việc lan tỏa văn hóa

kinh doanh chính trực với 3 chữ “Tin - Tâm - Minh bạch” sẽ là “hộ chiếu” đưa thương hiệu Việt ra biển lớn.

Cũng theo ông Mạc Quốc Anh, khát vọng xây dựng một Việt Nam giàu mạnh, hùng cường, hạnh phúc không thể hiện hữu nếu thiếu một liên minh hành động rộng rãi. Trong đó, Chính phủ đóng vai “nhạc trưởng”, cải cách thủ tục, bảo vệ quyền tài sản, tạo sân chơi bình đẳng. Doanh nghiệp là “người chơi chính”, dám nghĩ lớn, làm thật, bền bỉ đổi mới. Hệ thống tài chính - ngân hàng cung cấp “nhiên liệu” dài hạn, chi phí hợp lý. Viện, trường, chuyên gia là “trí tuệ tư vấn”, cung cấp giải pháp dựa trên bằng chứng. Người dân, cộng đồng là “khách hàng - giám sát”, nuôi dưỡng hệ sinh thái tiêu dùng có trách nhiệm. ■

Học trong MỘT PHÚT

“Lăng kính” tiếp thị

> MINH HẠNH

Xuana nay, chúng ta đều thấy mặt trời màu vàng hoặc đỏ, nhất là lúc bình minh, hào hức đón mặt trời lên hoặc khi hoàng hôn, chiêm ngưỡng mặt trời lặn đẹp đến nao lòng...

Thực ra, mặt trời phát ra ánh sáng trắng rực rỡ, tinh khiết, chứa tất cả các màu trong quang phổ. Khi ánh sáng ấy đi qua khí quyển trái đất, các bước sóng ngắn (lục, lam, tím) bị tán xạ, các bước sóng dài (cam, vàng, đỏ) dễ xuyên qua, đến mắt chúng ta. Bầu khí quyển trái đất làm mặt trời đổi màu khiến mắt chúng ta nhìn sai.

Liên tưởng, trong cuộc sống, chúng ta thường nhìn sự vật, người khác không đúng với bản chất mà chỉ là phiên bản qua rất nhiều “lăng kính” - định kiến hay vị tha, thù hận hay yêu thương, vui - buồn, thích - ghét...

Vi thế, có một quy tắc: Muốn người khác nhìn thấy, đánh giá chúng ta “đẹp” hãy trao cho họ “lăng kính” phù hợp. Đây cũng là cách chơi của các thương hiệu khi muốn tăng độ nhận diện trong các cuộc chơi quảng cáo, tiếp thị.

Gần đây, ngày 31/3/2025, Ngân hàng TMCP Tiên Phong (TPBank) công bố trở thành nhà tài trợ chính cho show truyền hình âm nhạc “Em xinh say hi” do DatVietVAC sản xuất. Những năm trước, nhiều “tay chơi” ngân hàng đã từng gia nhập cuộc chơi tài trợ các show truyền hình ca nhạc như Techcombank với “Anh trai vượt ngàn chông gai”; VIB với “Anh trai say hi”; MB với “Chị đẹp đạp gió rẽ sóng”; VBBank với “Bài hát của chúng ta”... Ca sĩ, diễn viên đẹp mê hồn, đầu tư hoành tráng, chính là “lăng kính” tạo nên vẻ đẹp của thương hiệu, thu hút khách hàng mục tiêu, đặc biệt là giới trẻ. Số tiền “mua lăng kính” không hề nhỏ nhưng “đắt xắt ra miếng”.

Không riêng ngân hàng, trong bất kỳ lĩnh vực kinh doanh nào, các thương hiệu cũng đều có thể “mua lăng kính” tặng cho người dùng, khách hàng, để họ chỉ nhìn thấy vẻ đẹp cuốn hút của thương hiệu. Không lạ nhưng hay.



Nền tảng nâng hạng tín nhiệm...

(Tiếp theo trang 1)

Việc củng cố các yếu tố cấu thành là động lực chính để cải thiện mức độ xếp hạng tín nhiệm quốc gia. Ngược lại, việc thường xuyên duy trì đánh giá xếp hạng tín nhiệm quốc gia sẽ thúc đẩy tiếp tục cải cách sâu rộng các lĩnh vực này.

Các báo cáo mới về Việt Nam từ tổ chức quốc tế lớn, có uy tín xếp hạng tín nhiệm quốc gia như S&P Global Ratings, Moody's và Fitch Ratings đều đánh giá ở mức triển vọng ổn định với những ghi nhận như tốc độ tăng trưởng kinh tế mạnh, kiểm soát lạm phát tốt và nợ công ở mức an toàn. Kinh tế vĩ mô ổn định, các chính sách tài khóa thận trọng.

Đây cũng chính là cơ sở để các tổ chức duy trì điểm nhìn và đánh giá tích cực về mức độ xếp hạng tín nhiệm quốc gia của Việt Nam trong thời gian qua, đồng thời

đánh giá cao khả năng tiếp tục cải thiện thứ hạng của Việt Nam tới đây.

Quyết định số 412/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án cải thiện xếp hạng tín nhiệm quốc gia tới năm 2030 đã xác định mục tiêu đến năm 2030 đạt mức xếp hạng tín nhiệm từ Baa3 (đối với Moody's) hoặc BBB- (đối với S&P và Fitch) trở lên.

Để thực hiện mục tiêu này, cần thực hiện quyết liệt các giải pháp trọng tâm là cải thiện chất lượng thể chế, quản trị; tăng cường công khai, minh bạch dữ liệu phù hợp với thông lệ quốc tế. Đặc biệt, hoàn thiện pháp luật về đầu tư, ngân hàng và thị trường vốn; xây dựng nền tài chính công vững mạnh, thúc đẩy củng cố tài khóa. Cải thiện cơ cấu và chất lượng của khu vực ngân hàng, doanh nghiệp nhà nước để giảm rủi ro nghĩa vụ nợ dự phòng đối với ngân sách nhà nước.

Một giải pháp nữa giúp nâng cao năng lực của xếp hạng tín nhiệm quốc gia của Việt Nam là cần tập trung phát triển kinh tế số và xanh, trong đó tận dụng công nghệ để nâng cao năng suất và bền vững.

Liên quan đến công tác cải cách thể chế, sự ra đời của “bộ tứ chiến lược” về khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số quốc gia (Nghị quyết 57-NQ/TW), hội nhập quốc tế (Nghị quyết 59-NQ/TW), xây dựng và thực thi pháp luật (Nghị quyết 66-NQ/TW), phát triển kinh tế tư nhân (Nghị quyết 68-NQ/TW) của Bộ Chính trị cũng đã được các nhà đầu tư ngoài nước, các tổ chức tài chính quốc tế rất quan tâm. Họ coi đây là sự góp phần khẳng định cho các cam kết của Việt Nam trong hội nhập quốc tế cũng như gia tăng khả năng cải thiện mức độ xếp hạng tín nhiệm quốc gia. Q.L

Đánh thức vùng chè bị lãng quên

Thưa bà, được biết, HTX chè Thịnh An được hình thành từ một vùng chè bị phá sản. Vậy cơ duyên nào đưa bà đến với cây chè và hành trình tái sinh thương hiệu Thịnh An diễn ra thế nào?

Tôi lớn lên ở vùng chè Thái Nguyên, nơi từng là một nông trường lớn chuyên sản xuất chè xuất khẩu, nơi giải quyết việc làm cho hàng nghìn lao động, đặc biệt là bà con đồng bào dân tộc thiểu số của Sông Cầu - Thái Nguyên. Sau biến động của thời kỳ hậu Liên Xô và quá trình cổ phần hóa, hơn 1.000 ha chè bị bỏ hoang, đất đai hoang hóa, người làm chè rời bỏ nghề.

Đã gần bó cả tuổi thơ với cây chè, tôi không đành lòng nhìn một vùng chè rộng lớn phá sản, nên đã quyết tâm hồi sinh lại vùng chè Sông Cầu với thương hiệu chè Thịnh An. Khác với các vùng chè khác phát triển từ nhỏ lên lớn, chúng tôi phải làm điều ngược lại: Từ lớn thu nhỏ lại, rồi tái thiết từng bước. Chính vì vậy, ngay từ đầu, chúng tôi đã xác định không chỉ làm ra một sản phẩm, mà phải tạo nên một câu chuyện để chè không chỉ là thức uống, mà là bản sắc, là niềm tự hào.

Chúng tôi khởi đầu với một ước mơ giản dị: Làm sản phẩm tử tế từ chính vùng nguyên liệu bản địa. Nhưng làm ra sản phẩm chỉ là bước đầu, thử thách lớn hơn là tạo dựng thương hiệu, tìm đầu ra ổn định và giữ được chữ tín với người tiêu dùng. May mắn là chúng tôi nhận được sự hỗ trợ thiết thực từ phía Nhà nước: Từ tem nhãn, hồ sơ công bố chất lượng, các hoạt động xúc tiến thương mại, đến khu trưng bày sản phẩm. Những bước đi đầu tiên ấy giúp chè Thịnh An tiếp cận thị trường trong nước.

Vai trò của HTX là kết nối toàn bộ chuỗi: Từ nông dân, vùng nguyên liệu, đến chế biến và thị trường tiêu dùng. Chúng tôi chuyển giao kỹ thuật, hỗ trợ bà con canh tác theo quy trình, để họ thực sự là chủ thể chứ không phải lao động thuê. Sự thay đổi lớn nhất là thay vì chính tôi hái chè, giờ bà con làm chủ. Đó là thành công lớn.

Trà không chỉ để uống, mà còn là trải nghiệm

Chè Thịnh An nổi tiếng một phần là nhờ việc kết hợp chè với hoạt động du lịch cộng đồng. Đây có phải là hướng đi lâu dài của Thịnh An không, thưa bà?

Với chúng tôi, chè không thể đứng một mình. Khi khách đến với vùng chè Thịnh An, họ không chỉ uống trà mà còn được sống trong không gian trà - từ canh tác, thu hái, chế biến đến thưởng thức. Khách được tham quan vườn trà, xem cách sao chè thủ công.

Thêm nữa, ở mỗi nơi đoàn khách đi qua, chúng tôi sẽ báo trước với bà con để họ mang các sản phẩm của mình đến bán. Tại đây, khách hàng sẽ được trải nghiệm các sản phẩm của đồng bào dân tộc Dao như trà hoa vàng quý hiếm - từng bị bỏ quên hay thậm chí bị đốt khi làm nương rẫy. Ngoài ra, họ có thể mua các sản vật địa phương như trứng gà, rau củ, gạo nếp, lạc, ngô vùng núi..., tất cả đều do người dân làm ra. Mỗi sản phẩm không còn là hàng hóa đơn thuần mà là mảnh ghép trong hệ sinh thái bản địa. Khi ai đó mang về một hộp chè, chục trứng, họ cũng đang mang theo một phần ký ức, văn hóa, câu chuyện của vùng cao.

“BẮC CẦU” CHO NÔNG SẢN MIỀN NÚI

Câu chuyện từ chè Thịnh An



Nghệ nhân Vũ Thị Thương Huyền - Giám đốc Hợp tác xã (HTX) chè Thịnh An (Thái Nguyên) là người “ủ hương” văn hóa trà Việt, lan tỏa giá trị từ vùng nguyên liệu đến người tiêu dùng. Phóng viên Báo Công Thương đã có cuộc trao đổi với nghệ nhân về việc gìn giữ bản sắc, tạo dựng niềm tin, đưa sản phẩm vươn xa.

> PHƯƠNG LAN (thực hiện)



Không gian thưởng thức trà tại Hợp tác xã chè Thịnh An

Ảnh: HTX chè Thịnh An

Hiện nay, HTX Chè Thịnh An có một gian hàng giới thiệu sản phẩm tại Trung tâm Xúc tiến thương mại nông nghiệp - số 489 Hoàng Quốc Việt, Hà Nội. Đây không chỉ là nơi giới thiệu chè Thịnh An mà còn là nơi giới thiệu nhiều sản phẩm của tỉnh Thái Nguyên.



Khu vực chế biến chè tại Hợp tác xã Thịnh An

Ảnh: HTX chè Thịnh An

Thúc đẩy tiêu thụ nông sản vùng cao

Dù có nhiều nỗ lực, song hiện nay, việc tiêu thụ các sản phẩm miền núi còn nhiều khó khăn. Bà nhìn nhận ra sao về giải pháp tháo gỡ điểm nghẽn trong việc đưa nông sản đặc trưng vùng cao ra thị trường?

Chúng tôi có rất nhiều sản phẩm đặc trưng, đó là con gà bản địa, củ lạc khô, nhánh lan rừng nhưng hầu hết đều chưa thành hàng hóa vì sản xuất nhỏ lẻ, thiếu thương hiệu, không có bao bì, không truy xuất được nguồn gốc.

Quan trọng hơn, người dân không thể tự mình kết nối thị trường. Họ cần người làm cầu nối, không chỉ là doanh nghiệp, mà có thể là cán bộ địa phương, nhà khoa học, nhà báo, người truyền thông. “Bà đỡ” là người tạo động lực, gắn kết cộng đồng với chính sách, với thị trường, để người dân không còn đơn độc trong cuộc mưu sinh.

Bên cạnh đó, chúng tôi mong được hỗ trợ đào tạo kỹ năng số phù hợp cho các HTX. Ngoài ra, nên kết nối nông sản với hệ sinh thái du lịch, tạo điều kiện tiếp cận phân bón, thuốc bảo vệ thực vật an toàn thông qua các dự án chè hữu cơ. Đặc biệt, các chương trình xúc tiến thương mại cần mở rộng, đồng hành cùng người làm thực tế.

Xin cảm ơn bà!

Phát huy cơ chế tự chủ của tổ chức công lập

Hầu hết các tổ chức khoa học và công nghệ (KH&CN) công lập trực thuộc Bộ Công Thương là các viện nghiên cứu chuyên ngành, thực hiện nhiệm vụ chủ yếu là nghiên cứu R&D.

Việc giao quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm về tài chính giúp các viện chủ động sử dụng nguồn lực tài chính cho hoạt động chuyên môn, bố trí hợp lý các khoản chi trong dự toán ngân sách được giao, áp dụng những biện pháp thực hành tiết kiệm, chống lãng phí để có nguồn chi bổ sung thu nhập cho người lao động, thu hút nhân tài, lao động giỏi đến nghiên cứu và làm việc. Đồng thời, trích lập quỹ phát triển hoạt động sự nghiệp để tái đầu tư, phát triển đơn vị; các đơn vị tự chủ tăng nguồn thu của đơn vị so với giai đoạn trước khi tự chủ, từ đó giảm gánh nặng cho ngân sách nhà nước.

Những năm qua, định hướng lấy doanh nghiệp làm trung tâm để nghiên cứu, mở rộng và tăng cường dịch vụ KH&CN, tăng cường sản xuất - kinh doanh đã thể hiện là định hướng đúng đắn, góp phần không nhỏ trong việc thực hiện tự chủ, cũng như

Thời gian qua, các viện nghiên cứu thuộc Bộ Công Thương đã tích cực, chủ động tìm kiếm thị trường, thực hiện nhiều hợp đồng nghiên cứu, dịch vụ tư vấn cho doanh nghiệp, góp phần thực hiện cơ chế tự chủ.

➤ QUỲNH ANH

sự phát triển của các tổ chức KH&CN công lập thuộc Bộ Công Thương.

Hầu hết các viện nghiên cứu đã tích cực, chủ động tìm kiếm thị trường, thực hiện nhiều hợp đồng nghiên cứu, dịch vụ tư vấn cho doanh nghiệp. Qua đó, có những đóng góp tích cực cho quá trình đổi mới, nâng cao trình độ kỹ thuật - công nghệ của các doanh nghiệp trong ngành Công Thương.

Nhiều công trình nghiên cứu, sản phẩm của các đề tài, dự án đã được áp dụng hiệu



Hoạt động nghiên cứu khoa học và công nghệ ngành Công Thương

Ảnh: Quỳnh Nga

quả vào sản xuất, kinh doanh ở các tập đoàn, tổng công ty, góp phần nâng cao năng lực, chất lượng sản xuất và sức cạnh tranh của doanh nghiệp. Tạo tiền đề để viện nghiên cứu từng bước phát triển tiềm lực KH&CN, tăng cường cơ sở vật chất, đầu tư trang thiết bị tiên tiến, hiện đại, đồng thời đảm bảo duy trì và nâng cao đời sống, thu nhập cho viên chức và người lao động.

Giai đoạn 2021 - 2024, nguồn thu của các viện nghiên cứu thuộc Bộ Công Thương ít phụ

thuộc vào nguồn kinh phí chi thường xuyên từ ngân sách nhà nước. Nguồn thu chính của các viện đến từ các hoạt động cung cấp dịch vụ KH&CN và sản xuất, kinh doanh, tiếp đến là việc thực hiện các nhiệm vụ KH&CN các cấp.

Bên cạnh việc hướng dẫn đơn vị xây dựng phương án tự chủ về tài chính, Bộ Công Thương đã hướng dẫn các tổ chức KH&CN trực thuộc sửa đổi, bổ sung chức năng, nhiệm vụ, kiện toàn, sắp xếp bộ máy tổ chức để phù hợp với

cơ chế tự chủ theo Nghị định số 60/2021/NĐ-CP, nâng cao hiệu quả hoạt động.

Đồng thời, khuyến khích các đơn vị thành lập doanh nghiệp KH&CN trực thuộc, tạo cơ chế chủ động tìm kiếm, phát triển thị trường dịch vụ KH&CN, sản xuất, kinh doanh, tăng cường tính gắn kết giữa tổ chức KH&CN và doanh nghiệp.

Tuy nhiên, đặc điểm chung của các viện nghiên cứu thuộc Bộ Công Thương là không có nguồn thu từ hoạt động dịch vụ sự nghiệp công sử dụng ngân sách nhà nước. Do đó, nguồn thu của các tổ chức KH&CN công lập trực thuộc Bộ phụ thuộc lớn vào các yếu tố chủ quan (tiềm lực KH&CN, gồm cả yếu tố con người và cơ sở vật chất) và khách quan (thị trường).

Khi tham gia thị trường, các đơn vị nghiên cứu vừa phải đảm bảo trách nhiệm, nghĩa vụ của tổ chức KH&CN công lập, đồng thời phải đảm bảo trách nhiệm, nghĩa vụ như đối với doanh nghiệp. Các tổ chức KH&CN công lập vừa phải cạnh tranh bình đẳng với các doanh nghiệp, vừa phải thực hiện các nhiệm vụ chính trị được giao về phát triển KH&CN, đòi hỏi nhiều thời gian, tích lũy nguồn lực. ■

Trong chuyển đổi số, việc đẩy mạnh ứng dụng khoa học - công nghệ không chỉ tạo lợi thế cho doanh nghiệp mà còn thúc đẩy thương mại điện tử tăng tốc và phát triển bền vững.

➤ THANH BÌNH

Áp dụng giải pháp công nghệ số

Trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ, thương mại điện tử đã trở thành một trong những trụ cột quan trọng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Theo báo cáo của Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương), thương mại điện tử Việt Nam tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng ấn tượng ở mức 18 - 25%/năm.

Bộ Công Thương đã triển khai nhiều chương trình nhằm thúc đẩy ứng dụng công nghệ số và thương mại điện tử trong ngành. Diễn đàn ứng dụng thương mại điện tử và công nghệ số Việt Nam đã được tổ chức, thu hút hơn 250 đại biểu từ các bộ, ngành, doanh nghiệp và tổ chức trong và ngoài nước.

Tại diễn đàn, các chuyên gia, doanh nghiệp đã thảo luận về việc phát triển thị trường thương mại điện tử nội địa và xuất khẩu

ỨNG DỤNG KHOA HỌC - CÔNG NGHỆ

Đòn bẩy phát triển thương mại điện tử

thông qua thương mại điện tử xuyên biên giới. Đồng thời, giới thiệu các giải pháp công nghệ số tiên tiến, giúp doanh nghiệp tối ưu hóa hoạt động sản xuất và kinh doanh.

Ngoài ra, các đơn vị công nghệ như VNPT, VISA, MISA và EFFECT đã giới thiệu các nền tảng hỗ trợ thanh toán, quản lý và kết nối giao thương số cho doanh nghiệp. Việc áp dụng các giải pháp công nghệ số là yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp không chỉ tăng hiệu quả sản xuất mà còn tiết kiệm đáng kể các chi phí.

"Chìa khóa" từ trí tuệ nhân tạo

Trí tuệ nhân tạo (AI) đang dần trở thành công cụ không thể thiếu trong thương mại điện tử. Theo báo cáo của Lazada, Việt Nam và Indonesia dẫn đầu Đông Nam Á về ứng dụng AI trong bán hàng trực tuyến, với tỷ lệ ứng dụng AI chiếm 42% trong các hoạt động kinh doanh. AI được ứng dụng trong nhiều lĩnh vực như cá nhân hóa trải nghiệm người dùng, tự động hóa vận hành, hỗ trợ chăm sóc khách hàng và phân tích dữ liệu tiêu dùng.



Ứng dụng khoa học - công nghệ đang trở thành đòn bẩy chiến lược giúp thương mại điện tử Việt Nam tăng trưởng mạnh mẽ

Ảnh minh họa

Tuy nhiên, việc ứng dụng AI vào thương mại điện tử tại Việt Nam vẫn còn gặp nhiều hạn chế. Nhiều doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ, chưa tiếp cận đầy đủ với AI hoặc các công cụ, ứng dụng trí tuệ nhân tạo chưa đáp ứng được hết yêu cầu cụ thể. Để khắc phục điều này, cần có sự hỗ trợ từ các cơ quan quản lý nhà nước trong việc đào tạo, tập huấn kỹ năng thương mại điện tử và tổ chức các hoạt

động xúc tiến thương mại, kết nối giao thương.

Bên cạnh đó, việc phát triển hạ tầng công nghệ thông tin và logistics cũng đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy thương mại điện tử. Hiện nay, hạ tầng công nghệ thông tin tại Việt Nam đã có hơn 10.000 trạm thu phát sóng di động, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của các doanh nghiệp logistics như VNPost, Viettel Post, Giao hàng nhanh, Giao hàng tiết kiệm, J&T Express. ■

Việc đẩy mạnh ứng dụng khoa học - công nghệ, đặc biệt là trí tuệ nhân tạo trong thương mại điện tử là yếu tố then chốt giúp ngành Công Thương nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững. Để đạt được điều này, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp và các tổ chức liên quan trong việc xây dựng chính sách, đào tạo nguồn nhân lực và phát triển hạ tầng công nghệ. Chỉ khi đó, thương mại điện tử mới thực sự trở thành động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và hội nhập quốc tế của Việt Nam.

Trong bối cảnh đó, Bộ Công Thương đã ban hành nhiều văn bản chỉ đạo, đặc biệt là Kế hoạch chuyển đổi số trong lĩnh vực năng lượng đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, với mục tiêu xây dựng chính phủ số, kinh tế số, xã hội số. Cụ thể, một loạt các nền tảng số đã được triển khai, như hệ thống thông tin thị trường trong và ngoài nước, bản đồ số ngành công nghiệp, hệ thống quản lý chuỗi cung ứng logistics, cổng hỗ trợ xuất khẩu thông minh, sàn thương mại điện tử ngành nông sản, thực phẩm... ■

QUẢNG BÌNH

Đánh giá tiêu chí nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025

Theo đó, hạ tầng kinh tế - xã hội nông thôn tiếp tục được cải thiện, phục vụ thiết thực hơn cho đời sống sinh hoạt và sản xuất của người dân nông thôn, góp phần thay đổi bộ mặt nông thôn ngày càng khang trang, hiện đại. Cụ thể các tiêu chí như sau:

Tiêu chí giao thông: Giao thông nông thôn đã có bước phát triển vượt bậc, nhiều địa phương đã lồng ghép các chương trình, dự án và nguồn vốn đầu tư để mở rộng, nâng cấp các tuyến đường giao thông. Đến nay, có 113 xã (92,6%) đạt tiêu chí giao thông.

Tiêu chí thủy lợi và phòng chống thiên tai: Hạ tầng thủy lợi từng bước được đầu tư theo hướng hiện đại, đáp ứng ngày càng tốt hơn yêu cầu tái cơ cấu nông nghiệp. Nhờ tranh thủ các nguồn vốn đầu tư mới, nâng cấp, sửa chữa, đến nay toàn tỉnh có 154 hồ chứa các loại; 193 đập dâng; 296 trạm bơm, 348 cống đầu mối, 81 cống qua đê và 1.934km kênh mương các loại, cung cấp nước tưới cho hơn 52.000 ha lúa, 600 ha màu, cấp nước sinh hoạt cho hơn 600.000 dân. Tỷ lệ tưới tiêu chủ động được giữ vững 98% góp phần phát triển đa dạng, tăng năng suất cây trồng, tạo điều kiện thực hiện cơ cấu lại nông nghiệp, góp phần xây dựng nông thôn mới. Đến nay, có 120 xã (98,4%) đạt tiêu chí thủy lợi và phòng, chống thiên tai.

Mới đây, tỉnh Quảng Bình đã có báo cáo đánh giá kết quả thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025 và đề xuất thực hiện giai đoạn 2026 - 2030.

► PHẠM LAN

Tiêu chí trường học: Ưu tiên nhu cầu mở rộng các điểm trường; thiết kế xây dựng trường học đảm bảo tiêu chuẩn quy định; chỉ đạo tập trung nguồn lực đầu tư các hạng mục công trình cơ bản; đầu tư kinh phí mua sắm trang thiết bị dạy học. Đến nay, có 111 trường học đạt tiêu chuẩn cơ sở vật chất tối thiểu, 249 trường đạt tiêu chuẩn cơ sở vật chất mức độ 1 trở lên, 35 trường đạt tiêu chuẩn cơ sở vật chất mức độ 2 trở lên. Toàn tỉnh có 108 xã (88,5%) đạt tiêu chí trường học.



Những vườn mẫu nông thôn mới mang lại hiệu quả kinh tế cao. Ảnh: Trần Phong

Tiêu chí cơ sở vật chất văn hóa: Hệ thống các thiết chế văn hóa trên địa bàn tỉnh đã được cải thiện. Việc quy hoạch, đầu tư xây dựng, sử dụng các thiết chế

văn hóa từ tỉnh đến cơ sở từng bước được hoàn thiện. Qua đó, đáp ứng nhu cầu sinh hoạt văn hóa, tinh thần của người dân, góp phần nâng cao ý thức của

Theo đánh giá của Sở Công Thương tỉnh Quảng Bình, tiêu chí điện và cơ sở hạ tầng thương mại nông thôn thuộc quản lý của ngành đạt cao, là cơ sở để xây dựng nông thôn mới nâng cao.

nhân dân trong việc giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa trong xây dựng nông thôn mới. Đặc biệt, các thiết chế văn hóa, thể thao cơ sở như: Trung tâm văn hóa xã, nhà văn hóa - khu thể thao thôn, bản đã phát huy công năng, hiệu quả sử dụng, phục vụ nhu cầu của người dân. Đến nay, có 110 xã (90,2%) đạt tiêu chí cơ sở vật chất văn hóa.

Tiêu chí điện: Hệ thống lưới điện trên địa bàn tỉnh được đầu tư tương đối hoàn thiện, thường xuyên được quan tâm đầu tư xây dựng mới, cải tạo, sửa chữa, duy tu bảo dưỡng, 122/122 xã có điện đến trung tâm xã, với hơn 99,26% số hộ dân được sử dụng điện từ lưới điện quốc gia; một số thôn, bản khác đã được cấp điện bằng nguồn năng lượng mặt trời. Đến nay, điện lưới quốc gia đã cấp điện cho trung tâm của 2 xã Tân Trạch, Thượng Trạch; bản Arem xã Tân Trạch và 8 bản xã Thượng Trạch; còn 8 bản chưa lắp đặt, kéo điện lưới vào từng hộ dân do nguồn kinh phí còn hạn chế. Đến nay, có 118 xã (96,7%) đạt tiêu chí điện.

Tiêu chí cơ sở hạ tầng thương mại nông thôn: Trên địa bàn tỉnh có 141 chợ đang hoạt động, trong đó có 22 chợ thành thị và 119 chợ nông thôn. Trong thời gian qua, mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh dần được nâng cấp, cải tạo, một số chợ được xây mới đáp ứng nhu cầu mua bán của người dân. ■

GIA LAI

Quan tâm phát triển hạ tầng thương mại

► LIÊN HUONG

Xác định, phát triển mạng lưới chợ đóng vai trò quan trọng trong xây dựng nông thôn mới, thời gian qua, tỉnh Gia Lai đã triển khai nhiều giải pháp trọng tâm.

Nâng cao năng lực quản lý

Thời gian qua, công tác phát triển mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh Gia Lai đã đạt nhiều kết quả tích cực, quy hoạch và quản lý chợ ngày càng hiệu quả, đáp ứng tốt nhu cầu trao đổi hàng hóa của người dân. Tuy nhiên, việc quản lý, đầu tư, kinh doanh, khai thác chợ vẫn còn nhiều khó khăn, vướng mắc, đặc biệt là trong triển khai Nghị định số 60/2024/NĐ-CP. Một số nội dung như: Phân công cơ quan quản lý tài sản kết cấu hạ tầng chợ, xây dựng quy định phát triển, chuyển đổi mô hình quản lý chợ vẫn còn chồng chéo, thiếu thống nhất. Vì vậy, cuối tháng 4/2025, Sở Công Thương tỉnh Gia Lai đã phối hợp với Trường Cao đẳng

Kinh tế - Kỹ thuật Thương mại (Bộ Công Thương) tổ chức Hội nghị đào tạo, tập huấn nâng cao năng lực quản trị kinh doanh, năng lực quản lý trong công tác phát triển và quản lý chợ cho đội ngũ cán bộ làm công tác thương mại tại các địa phương và các quản lý chợ trên địa bàn tỉnh.

Hội nghị được tổ chức nhằm làm rõ mục tiêu, định hướng phát triển mạng lưới thương mại trong nước, đặc biệt trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn tới. Theo thống kê, mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh hiện có 98 chợ, trong đó có 1 chợ hạng I, 12 chợ hạng II, 78 chợ hạng III và 7 chợ tạm. Ngoài ra, tỉnh Gia Lai còn có 28 siêu thị, 1 trung tâm thương mại, 236 cửa hàng tiện lợi, 1.085 cửa hàng chuyên doanh và 8.844 cửa hàng tạp hóa, thực phẩm truyền thống.

Phó Giám đốc Sở Công Thương Gia Lai Đào Thị Thu Nguyệt cho biết, hội nghị nhằm đẩy mạnh phát triển hạ tầng thương mại trên toàn địa bàn, tăng cường xã hội hóa đầu tư, khai thác hệ thống chợ, chợ đầu mối nông sản, trung tâm thương mại tại khu vực đô thị



Cơ sở hạ tầng chợ nông thôn được đầu tư, cải tạo, đảm bảo an toàn thực phẩm và vệ sinh môi trường. Ảnh: Đinh Thị Hiền

và nông thôn theo quy hoạch. Đồng thời, tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển siêu thị, cửa hàng tiện lợi, cửa hàng chuyên doanh.

Điều chỉnh quy hoạch hệ thống chợ

Gắn liền với mục tiêu phát triển mạng lưới chợ, UBND tỉnh Gia Lai đã ban hành Kế hoạch số 436/KH-UBND về triển khai Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới năm 2025. Đây được xem là nhiệm vụ trọng tâm, hướng tới thay đổi

toàn diện diện mạo nông thôn, với cơ sở hạ tầng được đầu tư, nâng cấp, đời sống người dân được cải thiện, sản xuất nông nghiệp, công nghiệp, dịch vụ phát triển đồng bộ.

Theo kế hoạch, tỉnh Gia Lai đặt mục tiêu cụ thể: Trong năm 2025, sẽ có thêm 2 huyện đạt chuẩn nông thôn mới (huyện Ia Grai và huyện Phú Thiện), 9 xã đạt chuẩn nông thôn mới, 7 xã đạt chuẩn nông thôn mới nâng cao và thêm 91 thôn, làng đạt chuẩn nông thôn mới. Đến cuối năm 2025, bình quân tiêu

chỉ nông thôn mới trên toàn tỉnh sẽ đạt 16,03 tiêu chí/xã.

Đặc biệt, tỉnh cũng chú trọng phát triển du lịch nông thôn, khoa học - công nghệ phục vụ nông thôn và đảm bảo an toàn thực phẩm, môi trường nông thôn đều được lồng ghép triển khai bài bản.

Để thực hiện thành công các mục tiêu đề ra, tỉnh xác định cần nâng cao vai trò của cả hệ thống chính trị, huy động tối đa nguồn lực xã hội, phát huy vai trò chủ thể của người dân. Đồng thời, tăng cường công tác tuyên truyền, vận động, đào tạo đội ngũ cán bộ chuyên trách, đảm bảo công tác xây dựng nông thôn mới được thực hiện đồng bộ từ xã, huyện tới tỉnh.

Trong đó, hạ tầng thương mại, đặc biệt là hệ thống chợ nông thôn được xác định là tiêu chí quan trọng trong xây dựng nông thôn mới. Gia Lai sẽ tiếp tục rà soát, điều chỉnh quy hoạch hệ thống chợ phù hợp với định hướng phát triển kinh tế - xã hội. Đồng thời, đẩy mạnh xã hội hóa đầu tư để nâng cao hiệu quả hoạt động thương mại khu vực nông thôn, đáp ứng yêu cầu phát triển mới. ■

Đồng trùng hạ thảo - dược liệu quý với giá trị kinh tế và y học cao đang được nuôi trồng tại Thái Bình. Nhưng để chinh phục thị trường trong và ngoài nước, sản phẩm cần sự hỗ trợ đồng bộ từ xúc tiến thương mại và xây dựng thương hiệu.

PHƯƠNG CÚC

Cơ hội mới từ nông nghiệp hữu cơ

Từ vùng đất đồng bằng châu thổ sông Hồng trù phú, Thái Bình không chỉ nổi tiếng là quê hương của "chị Hai năm tấn" mà còn đang tích cực phát triển nông nghiệp công nghệ cao. Trong đó, mô hình nuôi trồng đồng trùng hạ thảo được xem là bước đột phá, kết hợp giữa khoa học hiện đại và giá trị truyền thống của dược liệu quý.

Nhiều cơ sở như: Hợp tác xã Phú Long hay Cơ sở Đức Nhân đã ứng dụng công nghệ nuôi cấy trong phòng sạch, kiểm soát nhiệt độ, độ ẩm chặt chẽ theo tiêu chuẩn VietGAP. Sản phẩm thu hoạch có chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của người tiêu dùng.

THÁI BÌNH

Đẩy mạnh xúc tiến thương mại dược liệu quý

Được ví như "vàng mềm" của nông nghiệp công nghệ cao, tuy nhiên, con đường đưa đồng trùng hạ thảo Thái Bình vươn ra thị trường lớn còn gặp nhiều thử thách. Sản phẩm chủ yếu được tiêu thụ qua kênh truyền miệng, mạng xã hội và khách quen, khiến thương hiệu chưa thực sự tạo được dấu ấn rộng rãi.

Bà Trần Thị Tính - Chủ cơ sở Hợp tác xã Phú Long chia sẻ: "Chúng tôi bắt đầu làm đồng trùng hạ thảo với nhiều kỳ vọng, nhưng đúng là để sản phẩm đến được tay người tiêu dùng thì không hề đơn giản. Mỗi mẻ nuôi cấy phải chuẩn bị kỹ lưỡng từ phối giống, nguyên liệu hữu cơ đến điều kiện phòng lạnh đạt chuẩn. Chi phí đầu tư khá cao, nhưng đầu ra lại chủ yếu bán lẻ qua Facebook hoặc khách quen trong tỉnh. Nhiều người vẫn chưa biết đến thương hiệu của hợp tác xã Phú Long, nên việc mở rộng thị trường còn khá chậm".

Mặt khác, theo bà Tính, mức giá thành cao cũng là rào cản khiến đồng trùng hạ thảo chưa thể tiếp cận nhóm khách hàng phổ thông. Trên thị trường hiện



Bà Trần Thị Tính - Hợp tác xã Phú Long giới thiệu các sản phẩm đồng trùng hạ thảo tại Hội chợ Xúc tiến thương mại hợp tác xã miền Bắc năm 2025

Ảnh: Phương Cúc

nay, các sản phẩm từ Lâm Đồng, Hà Nội hay nhập khẩu từ Hàn Quốc, Tây Tạng đã chiếm lĩnh thị phần với lợi thế thương hiệu, mã mã bắt mắt và chiến lược marketing bài bản hơn.

Không chỉ vậy, thiếu kinh nghiệm xây dựng bao bì sản phẩm phù hợp thị hiếu người tiêu dùng hiện đại, kỹ năng thương mại điện tử và truyền

thông thương hiệu còn hạn chế cũng khiến nhiều cơ sở gặp khó trong việc vươn ra thị trường lớn.

Xúc tiến thương mại - Chia khóa để sản phẩm dược liệu vươn xa

Nhận thức rõ những khó khăn, các hợp tác xã tại Thái Bình đang tích cực triển khai nhiều hoạt động xúc tiến

thương mại mang tính chiến lược, bao gồm việc tham gia các hội chợ OCOP khu vực miền Bắc, các tuần lễ nông sản tại Hà Nội và một số trung tâm thương mại lớn. Bên cạnh đó, hợp tác xã đã chủ động tổ chức các buổi giới thiệu sản phẩm tại các cơ quan, doanh nghiệp và chuỗi nhà thuốc, đồng thời hợp tác với các đơn vị y tế dự phòng để tuyên truyền về công dụng và cách sử dụng đồng trùng hạ thảo một cách khoa học.

Tuy nhiên, việc chưa có đầy đủ chứng nhận chất lượng, mã truy xuất nguồn gốc, cùng với bao bì và truyền thông thương hiệu còn hạn chế, khiến sản phẩm khó thâm nhập sâu vào các chuỗi siêu thị lớn hoặc xuất khẩu chính ngạch.

Đại diện Liên minh Hợp tác xã Thái Bình cho biết: "Muốn sản phẩm đồng trùng hạ thảo Thái Bình vươn xa, trước hết phải giữ vững tính minh bạch về nguồn gốc, quy trình sản xuất và hiệu quả sử dụng. Tiếp đến là chuẩn hóa toàn bộ chuỗi giá trị từ khâu nuôi cấy, chế biến đến đóng gói, phân phối. Đồng thời, cần đầu tư xây dựng thương hiệu bài bản, có bản sắc riêng, kể được câu chuyện gắn với vùng đất và tâm huyết người làm nghề. Cuối cùng, HTX cần đẩy mạnh chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ truy xuất nguồn gốc và cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng để tạo lợi thế cạnh tranh bền vững".

Mở hướng tiêu thụ cho đặc sản vùng cao

Đa dạng hóa sản phẩm

Từ loại quả chua chát, đắng ngọt của miền sơn cước, táo mèo đã trở thành sản phẩm chủ lực, góp mặt trong những chương trình xúc tiến thương mại (XTTM), từng bước khẳng định vị thế trên thị trường trong nước và quốc tế.

Thay vì chỉ đơn thuần ngâm rượu hay phơi khô, táo mèo nay được chế biến thành nhiều sản phẩm có giá trị gia tăng cao như trà bột hòa tan, ô mai sấy dẻo, giấm táo mèo, nước giải khát detox và thậm chí là nguyên liệu mỹ phẩm dưỡng da. Sự đa dạng này không chỉ giúp nâng tầm giá trị sản phẩm mà còn mở ra cơ hội tiếp cận nhiều đối tượng tiêu dùng.

Trao đổi với phóng viên Báo Công Thương, bà Nguyễn Thị Thanh Hương - Giám đốc Hợp tác xã chế biến, kinh doanh tổng hợp Long Đạt (Yên Bái) - chia sẻ: "Hợp tác xã chúng tôi đã nghiên cứu và sản xuất thành công trà táo mèo dạng bột hòa tan có tác dụng giải khát, bồi bổ cơ thể, an thần và hỗ trợ tiêu hóa. Ngoài ra, chúng tôi còn phát triển các dòng sản phẩm như ô mai sấy khô, rượu táo mèo truyền thống... phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng từ người dân

Sản phẩm táo mèo Yên Bái đang chuyển mình mạnh mẽ, từ quả rừng hoang dã trở thành đặc sản có thương hiệu, mở rộng thị trường qua các kênh phân phối hiện đại.

NGỌC HOA

địa phương đến du khách và thị trường thành phố".

Mặc dù đã đạt được những kết quả tích cực, song hoạt động XTTM cho sản phẩm táo mèo vẫn đối mặt không ít khó khăn. Quy mô sản xuất của các hợp tác xã còn nhỏ lẻ, thiếu sự liên kết chặt chẽ, dẫn đến sản phẩm chưa đáp ứng đồng đều về mẫu mã và chất lượng. Nhiều cơ sở chế biến còn hạn chế về công nghệ, chưa tạo ra được những sản phẩm có giá trị gia tăng cao, đủ sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế.



Táo mèo trở thành một trong những loại cây giúp xóa đói giảm nghèo cho nhiều hộ dân huyện vùng cao Yên Bái

Ảnh: Hoàng Hữu

Chấp cánh thương hiệu

Nhằm mở rộng thị trường tiêu thụ, đưa sản phẩm táo mèo vượt ra khỏi không gian quen thuộc của vùng cao, tỉnh Yên Bái đã chủ động triển khai nhiều chương trình XTTM. Nổi bật là việc tích cực tham gia các sự kiện XTTM quy mô lớn do Cục XTTM (Bộ Công Thương) tổ chức. Không chỉ dừng lại ở thị trường trong nước, Yên Bái còn từng bước đưa sản phẩm táo mèo thâm nhập thị trường quốc tế. Đáng chú ý, một số lò hàng táo mèo chế biến đã

được xuất khẩu thử nghiệm sang Nhật Bản và châu Âu, mở ra nhiều kỳ vọng cho loại nông sản đặc hữu này trên hành trình chinh phục thị trường thế giới.

Cùng với đó, Yên Bái tích cực kết nối với các sàn thương mại điện tử như Shopee, Lazada,... mở rộng kênh phân phối hiện đại. Chỉ trong quý I/2025, doanh số bán sản phẩm từ táo mèo qua các sàn thương mại điện tử đã tăng hơn 30% so với cùng kỳ năm trước, cho thấy tín hiệu khởi sắc trong hoạt động tiêu thụ sản phẩm.

Bên cạnh đó, việc đẩy mạnh chuyển đổi số, đầu tư vào thiết kế bao bì, nhãn mác chuyên nghiệp, áp dụng mã QR truy xuất nguồn gốc giúp sản phẩm táo mèo tăng cường tính minh bạch, nâng cao niềm tin với người tiêu dùng trong và ngoài nước.

Để nâng cao giá trị thương mại, Yên Bái tập trung xây dựng vùng nguyên liệu ổn định, đạt tiêu chuẩn VietGAP, hỗ trợ các hợp tác xã, doanh nghiệp đầu tư công nghệ chế biến sâu và nâng cao năng lực sản xuất. Sự đồng hành của chính quyền và các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa đang tạo động lực giúp các hợp tác xã mạnh dạn hơn trong việc mở rộng quy mô sản xuất và tham gia sâu vào chuỗi cung ứng.

Táo mèo Yên Bái, từ quả đắng chát của núi rừng, nay đã trở thành biểu tượng của sự vươn lên, khát vọng hội nhập. Với những giải pháp XTTM bài bản, sự vào cuộc quyết liệt của chính quyền và sự nhạy bén của doanh nghiệp, sản phẩm từ táo mèo đang trên hành trình chinh phục những thị trường lớn, khẳng định vị thế đặc sản Việt Nam trên bản đồ nông sản toàn cầu. ■

VĨNH PHÚC

Chuyển đổi xanh nhờ tiết kiệm năng lượng

Đồng bộ chính sách và hạ tầng điện

Trên cơ sở mục tiêu chung về an ninh năng lượng được Bộ Chính trị đề ra tại Nghị quyết số 55-NQ/TW, bám sát tình hình thực tế địa phương, Tỉnh ủy Vĩnh Phúc đã cụ thể hóa nội dung này trong Chương trình hành động số 91/CTr-TU của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh. Trong đó, nhấn mạnh mục tiêu sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả, giảm cường độ năng lượng trong phát triển kinh tế.

Theo ông Vũ Vinh Hà - Trưởng phòng Quản lý năng lượng (Sở Công Thương tỉnh Vĩnh Phúc): Chương trình hành động số 91/CTr-TU của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh đặt ra các chỉ tiêu cụ thể về tiết kiệm điện, kiểm soát tiêu thụ năng lượng trong các lĩnh vực sản xuất, dịch vụ, sinh hoạt; khuyến khích chuyển đổi sang thiết bị, công nghệ tiết kiệm điện và thúc đẩy nhân rộng mô hình tiêu dùng điện hiệu quả trên toàn địa bàn.

"Mục tiêu đặt ra cung cấp nhu cầu năng lượng đáp ứng các mục tiêu của Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021-2030, đồng thời tỉ lệ tiết kiệm năng lượng trên tổng tiêu thụ năng lượng cuối cùng so với

Từ nền tảng nhận thức cộng đồng, tỉnh Vĩnh Phúc đang thực hiện đồng bộ nhiều chính sách tiết kiệm năng lượng, trong đó tập trung vào chuyển đổi xanh, bền vững.

➤ THU HỒNG

kịch bản phát triển bình thường đạt khoảng 7% vào năm 2030 và khoảng 14% vào năm 2045" - ông Hà cho hay.

Đồng thời, giảm mức tiêu hao năng lượng bình quân của các cơ sở công nghiệp trên địa bàn so với giai đoạn 2015-2018, cụ thể: Sản xuất thép 3-16%; sản xuất hóa chất 10%; sản xuất nhựa 18-24%; dệt may 7%; rượu, bia, nước giải khát 5-9%; sản xuất giấy 9-18%; giảm lượng tiêu thụ xăng dầu trong giao thông vận tải so với dự báo nhu cầu 5%...

Nhằm thực hiện mục tiêu tiết kiệm điện theo Chương



Công nhân Công ty Điện lực Vĩnh Phúc tuyên truyền hướng dẫn doanh nghiệp sử dụng điện tiết kiệm và hiệu quả
Ảnh: Thạch Thảo

trình hành động số 91/CTr-TU, tỉnh Vĩnh Phúc đã đẩy mạnh phát triển điện mặt trời mái nhà tự sản xuất, tự tiêu thụ, với công suất hiện đạt 23,34 MW (chiếm khoảng 3,11% tổng công suất nguồn).

Để nâng cao hiệu quả sử dụng điện trong công nghiệp, tỉnh đã phê duyệt Đề án và Kế hoạch hành động đến năm 2030 nhằm giảm tiêu hao năng lượng tại các cơ sở sản xuất, thúc đẩy ứng dụng công nghệ tiết kiệm điện. Đồng

Vĩnh Phúc đặt mục tiêu không chỉ tiết kiệm năng lượng, mà còn chuyển đổi xanh toàn diện để hướng tới phát triển bền vững trong tương lai.

thời, Vĩnh Phúc cũng phối hợp triển khai kiểm kê khí nhà kính tại TP. Vĩnh Yên, làm cơ sở mở rộng toàn tỉnh, tiến tới giảm phát thải từ lĩnh vực năng lượng theo đúng lộ trình quốc gia.

Tạo đà chuyển đổi xanh bền vững

Hướng đến tương lai, Vĩnh Phúc không chỉ tiết kiệm mà còn tạo dư địa mới bằng việc phát triển năng lượng tái tạo, đặc biệt là điện mặt trời mái nhà.

Theo đó, tỉnh đã phát triển dịch vụ năng lượng ESCO và xác định đây là mô hình chiến lược, giảm gánh nặng đầu tư ban đầu cho doanh nghiệp. Các hình thức hợp đồng linh hoạt như: Hợp đồng đảm bảo mức tiết kiệm, chia sẻ mức tiết kiệm, mua bán năng lượng, thuê thiết bị trả góp... được khuyến khích triển khai trên diện rộng.

Thực tế cho thấy, nhờ ESCO, nhiều doanh nghiệp công nghiệp quy mô vừa đã tiếp cận được công nghệ tiết kiệm điện mà không cần tư đầu tư lớn. Đây là mô hình "ba bên cùng có lợi": Doanh nghiệp sử dụng tiết kiệm điện, đơn vị ESCO thu lợi nhuận từ tiết kiệm điện, còn tỉnh đạt mục tiêu về hiệu quả năng lượng và bảo vệ môi trường. ■

EVNHCMC đảm bảo quyền lợi khách hàng sử dụng điện

➤ THANH MINH

Sau khi Bộ Công Thương ban hành Quyết định số 1279/QĐ-BCT quy định về giá bán điện, thực hiện chỉ đạo của Tập đoàn Điện lực Việt Nam, Tổng công ty Điện lực TP. Hồ Chí Minh đã nhanh chóng, tích cực triển khai đồng bộ các công tác nhằm đảm bảo việc áp dụng giá bán điện mới đúng quy định.

Đảm bảo quyền lợi người tiêu dùng

Theo đó, Tổng công ty Điện lực TP. Hồ Chí Minh (EVNHCMC) đã nhanh chóng triển khai nhiều biện pháp để áp dụng mức giá điện mới một cách minh bạch, chính xác và đúng thời điểm.

Ông Bùi Trung Kiên - Phó Tổng giám đốc EVNHCMC - cho biết, ngay sau khi có chỉ đạo của Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN), tổng công ty đã yêu cầu các công ty điện lực trực thuộc tổ chức rà soát, cập nhật

biểu giá mới và thực hiện chốt chỉ số công tơ điện đúng thời hạn cho tất cả khách hàng sử dụng điện trên địa bàn.

Cụ thể, với nhóm khách hàng sinh hoạt, tiền điện tháng 5 sẽ được tính theo phương pháp lập giá điện bình quân, căn cứ vào thời điểm chốt chỉ số cuối tháng. Riêng nhóm khách hàng ngoài sinh hoạt, khoảng 200.000 khách hàng đã được chốt chỉ số công tơ đúng ngày 10/5, là ngày cuối cùng áp dụng biểu giá cũ.

Trong số này, nhiều khách hàng lớn được chia làm ba kỳ ghi điện/tháng. Do ngày 10/5 trùng với kỳ ghi đầu tiên, nên tổng công ty đã thông báo tiền điện cho khách hàng để đóng theo kỳ hạn. Đồng thời, áp dụng biểu giá cũ cho lượng điện sử dụng đến hết ngày 10. Từ ngày 11/5 trở đi sẽ tính theo biểu giá mới.

Bên cạnh công tác chốt chỉ số, EVNHCMC cũng triển khai ứng dụng công nghệ thông tin nhằm bảo đảm việc chuyển đổi biểu giá điện nhanh chóng, chính xác. Phần mềm nội bộ đã được cập nhật để phản ánh mức giá mới ngay sau khi ban hành. Ngoài ra, ứng dụng chăm sóc khách hàng trên thiết bị di động



Nhân viên ngành điện TP. Hồ Chí Minh hướng dẫn khách hàng cài đặt ứng dụng (app) để trực tiếp theo dõi và tra cứu thông tin về điện năng tiêu thụ hàng ngày
Ảnh: Thanh Minh

của EVNHCMC được tích hợp chức năng tính tiền điện theo lượng tiêu thụ, giúp người dùng dễ dàng so sánh chi phí giữa giá cũ và mới. "Người dân có thể tự kiểm tra chỉ số điện hàng tháng và chủ động điều chỉnh tiêu dùng hợp lý", ông Bùi Trung Kiên nhấn mạnh.

EVNHCMC cũng khuyến khích người dân phối hợp với ngành điện và chính quyền địa phương để phản ánh kịp thời những bất cập hoặc sai sót trong việc ghi chỉ số, tính tiền điện. Các phản ánh chính đáng sẽ được tiếp nhận, xử

lý nhanh chóng, góp phần nâng cao chất lượng phục vụ và đảm bảo quyền lợi của khách hàng.

Tiết kiệm điện - hiệu quả kép

Để hạn chế hóa đơn tiền điện tăng cao trong bối cảnh giá điện điều chỉnh, EVNHCMC kêu gọi các hộ gia đình và doanh nghiệp tăng cường sử dụng điện tiết kiệm, hiệu quả. Đây không chỉ là giải pháp ứng phó trước tình hình giá điện mới mà còn là hành động thiết thực vì môi trường và an ninh năng lượng quốc gia.

Do đó, suốt thời gian qua, tổng công ty đã tuyên truyền một số giải pháp: Sử dụng điện an toàn, tắt các thiết bị điện khi không sử dụng, ưu tiên thiết bị có nhãn năng lượng hiệu suất cao hoặc công nghệ inverter, cài đặt máy lạnh ở mức 26-28°C kèm theo chế độ quạt gió để tiết kiệm điện. Đối với doanh nghiệp, cần thực hiện giảm công suất vào giờ cao điểm theo thông báo từ điện lực, tham gia các chương trình điều chỉnh phụ tải (DR), hoặc lắp đặt hệ thống điện mặt trời mái nhà để giảm áp lực tiêu thụ điện từ lưới quốc gia.

Người dân cũng được khuyến khích cài đặt và sử dụng ứng dụng EVNHCMC để theo dõi chỉ số điện tiêu thụ hàng tháng, so sánh với kỳ trước và đưa ra các điều chỉnh phù hợp. Việc này không chỉ giúp giảm chi phí sinh hoạt mà còn nâng cao ý thức tiết kiệm năng lượng trong cộng đồng.

"Tiết kiệm điện không chỉ là hành động vì lợi ích cá nhân mà còn là trách nhiệm xã hội. Nếu mỗi hộ gia đình, mỗi doanh nghiệp cùng chung tay thực hiện, chúng ta có thể tạo ra sự khác biệt lớn cho thành phố và cho quốc gia", ông Bùi Trung Kiên chia sẻ. ■

Tại Jakarta, Tổng công ty Cổ phần Khoan và Dịch vụ khoan dầu khí (PV Drilling), đối tác PT Jimmulya cùng với khách hàng PHE ONWJ và PHE OSES (Pertamina) đã tiến hành cuộc họp quan trọng (Go-No Go Meeting) xác nhận hoàn thành công tác huy động giàn tự nâng PV DRILLING III. Đồng thời, chính thức đưa giàn khoan này đi vào vận hành cho Pertamina tại Indonesia.

➤ PHUONG MY



Đại diện của Pertamina, PV Drilling và Jimmulya tham dự sự kiện Go-No Go tại Jakarta

Ảnh: Doanh nghiệp cung cấp

GIÀN KHOAN TỰ NÂNG PV DRILLING III CHÍNH THỨC HOẠT ĐỘNG TẠI INDONESIA

Dấu mốc quan trọng trong hành trình phát triển của PV Drilling

Tham dự sự kiện Go-No Go Meeting, có ông Agung Dwi Rakhmadi - Phó Tổng giám đốc phụ trách Khoan và Phát triển Mỏ của Region 2 Pertamina EP; ông Jufrihadi - Giám đốc phụ trách Khoan và Can thiệp Giếng thuộc Region 2 Pertamina EP; ông Đinh Quang Nhựt, ông Nguyễn Đình Dương - Phó Tổng giám đốc PV Drilling; ông William Gomez - Giám đốc PT Jimmulya và đại diện từ phòng, ban chức năng/đơn vị của các bên.

Giàn PV DRILLING III bắt đầu hành trình mới tại Indonesia

Go-No Go Meeting là sự kiện rất quan trọng đánh dấu khởi đầu của giàn khoan PV DRILLING III cho một hành trình mới tại Indonesia.

Để phục vụ cho công tác huy động giàn khoan PV DRILLING III, Pertamina, tập thể ban lãnh đạo và đội ngũ PV Drilling cùng Jimmulya đã có sự chuẩn bị từ rất sớm. Ngay từ đầu năm 2025, các bên đã phối hợp để khởi động công tác cần thiết cho việc huy động và đưa giàn PV DRILLING III vào vận hành. Từ ngày 18 - 20/2/2025, hội thảo Drilling Readiness Review (DRR) được tổ chức quy mô tại Bandung, đánh giá toàn diện sự sẵn sàng của giàn khoan và đội ngũ nhân sự. Các hạng mục cần điều chỉnh bổ sung hoặc nâng cấp theo quy định của hợp đồng khoan, chính sách của Pertamina và pháp luật Indonesia đều được PV Drilling và Jimmulya tích cực triển khai thực hiện ngay sau sự kiện DRR này.

Cuối tháng 3/2025, sau khi khoan xong giếng cuối cho khách hàng Hibiscus, giàn PV

DRILLING III được di chuyển về Labuan (Malaysia) và tiến hành công tác UWILD, một trong những hạng mục quan trọng nhất cho sự sẵn sàng của giàn khoan trước khi vào chương trình khoan dài hạn cho Pertamina.

Từ ngày 12-18/4/2025, Pertamina tiến hành công tác kiểm định giàn tổng thể (rig inspection) cùng các hoạt động đào tạo nhân sự (crew training). Từ ngày 20/4/2025 đến 6/5/2025, sau khi thực hiện hải trình hơn 1.000 hải lý từ Malaysia đến khu vực ngoài khơi Tây Java, Indonesia, giàn PV DRILLING III đã hoàn thành việc huy động và tiến hành hoàn tất thủ tục nhập khẩu cuối cùng với các cơ quan chức năng tại Indonesia.

Cột mốc quan trọng trong hành trình phát triển của PV Drilling tại Indonesia

Tại sự kiện Go-No Go Meeting, đại diện Ban lãnh đạo Pertamina EP, ông Agung Dwi Rakhmadi đã ghi nhận và đánh giá cao năng lực chuyên môn cũng như những đóng góp tích cực của đội ngũ PV Drilling trong thời gian qua. Ông bày tỏ kỳ vọng PV Drilling sẽ tiếp tục duy trì tinh thần chủ động, hợp tác chặt chẽ với Pertamina nhằm chinh phục các mục tiêu mới trong chiến

lược thăm dò - khai thác dầu khí của Pertamina.

Tiếp đó, ông Jufrihadi đã gửi lời cảm ơn đến đội ngũ PV Drilling và Jimmulya vì những nỗ lực không ngừng để duy trì thành tích vận hành rất tích cực trong các chương trình khoan của Pertamina từ năm 2022 đến nay. Với những kết quả ấn tượng trong hoạt động tại Malaysia, giàn PV DRILLING III nhận được nhiều kỳ vọng từ Pertamina.

Ông Jufrihadi cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của việc tuân thủ

các chính sách vận hành, văn hóa doanh nghiệp của Pertamina và đề cao sự an toàn là ưu tiên hàng đầu. Ông mong muốn PV Drilling, Jimmulya và toàn bộ đội ngũ tiếp tục phát huy tinh thần cải tiến liên tục, nâng cao hiệu suất vận hành giàn khoan, góp phần bảo đảm tiến độ và chất lượng cho toàn bộ chương trình khoan theo đúng mục tiêu đề ra.

Về phía PV Drilling, ông Đinh Quang Nhựt thay mặt Ban lãnh đạo Tổng công ty PV Drilling gửi lời cảm ơn chân thành đến Ban lãnh đạo Pertamina EP, PHE ONWJ và PHE OSES vì sự tin tưởng và đồng hành tích cực dành cho PV Drilling trong suốt thời gian qua. Ông Nhựt khẳng định cam kết mạnh mẽ của toàn thể người lao động PV Drilling trong việc huy động tối đa nguồn lực nhằm đảm bảo tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn an toàn và chất lượng dịch vụ khoan.

Với việc cùng lúc triển khai hai giàn khoan tự nâng hoạt động tại Indonesia, PV Drilling ý thức sâu sắc về trách nhiệm duy trì hiệu quả vận hành, đồng thời luôn nỗ lực phối hợp chặt chẽ với các đội ngũ kỹ thuật của Pertamina trên tinh thần chuyên nghiệp và hợp tác cao nhất. Đặc biệt, đối với giàn PV DRILLING III, với những thành tích nổi bật trong nhiều năm qua, bao gồm việc khoan thành công nhiều giếng khoan phức tạp tại Malaysia cho các khách hàng như Repsol và Hibiscus - ông Nhựt bày tỏ sự tin tưởng mạnh mẽ rằng, giàn PV DRILLING III cùng đội ngũ vận hành sẽ tiếp tục phát huy tối đa năng lực, đáp ứng hiệu quả kỳ vọng của Pertamina trong chiến dịch khoan sắp tới. ■

Theo kế hoạch, giàn PV DRILLING III sẽ thực hiện các chương trình khoan ngoài khơi khu vực Tây Bắc Java và Đông Nam Sumatra cho PHE ONWJ và PHE OSES, trong khuôn khổ hợp đồng có thời hạn chắc chắn 3 năm, kèm theo tùy chọn gia hạn thêm 2 năm.



Giàn khoan tự nâng PV DRILLING III



**PETROVIETNAM
PVTRANS**



TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN VẬN TẢI DẦU KHÍ

Tầng 2, Tòa nhà PVFCCo, số 43 Mạc Đĩnh Chi, P. Đa Kao, Q.1, TP. HCM
ĐT: +84 28 3911 1301 | Fax: +84 28 3911 1300
Mail: info@pvtrans.com | Web: www.pvtrans.com

Báo Công Thương

■ Tòa soạn: 655 Phạm Văn Đồng, quận Bắc Từ Liêm, TP. Hà Nội
ĐT: 024. 39366400 - Fax: 024. 39366402
Email: thukytoasoanbaoct@gmail.com

■ Tổng Biên tập: **NGUYỄN VĂN MINH** * Phó Tổng Biên tập: **NGUYỄN TIẾN CƯỜNG**

■ Văn phòng đại diện phía Nam: 12 Nguyễn Thị Minh Khai, TP. Hồ Chí Minh * ĐT: 028.39144258

■ Văn phòng đại diện miền Trung: 7A Cách Mạng Tháng Tám, quận Hải Châu, TP. Đà Nẵng * ĐT: 0236.3788859

■ Giấy phép xuất bản: Số 276/GP-BTTTT do Bộ Thông tin

và Truyền thông cấp ngày 4/8/2023

■ Kỳ hạn xuất bản: 3 kỳ/tuần - Kích: 29x41,5cm - Số trang: 16

■ In tại Công ty TNHH MTV In Báo Hà Nội mới

Giá: 9.600 đồng