



ĐỀ XUẤT SẮP XẾP
ĐƠN VỊ SỰ NGHIỆP

*thực hiện nhiệm vụ
khuyến công phù hợp*

BẢN TIN KHUYẾN CÔNG

Cục Công nghiệp
Báo Công Thương
congthuong.vn/khuyencong

Giấy phép xuất bản số 17/GP-XBBT
do Cục Báo chí cấp ngày 27/3/2026

CHỊU TRÁCH NHIỆM NỘI DUNG:

NGUYỄN VĂN MINH

Tổng Biên tập Báo Công Thương

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP:

NGUYỄN VĂN MINH

Tổng Biên tập Báo Công Thương

ĐỖ THỊ MINH TRÂM

Phó Cục trưởng
Cục Công nghiệp

NGUYỄN TIẾN CƯỜNG

Phó Tổng Biên tập Báo Công Thương

TỔ CHỨC SÀN XUẤT:

DƯƠNG NGÀ - HUỖN LINH

BIÊN TẬP:

LAN ANH - MẠNH TRƯỜNG

THƯ KÝ BIÊN TẬP:

MỸ HẠNH - QUANG LÂM

TRÌNH BÀY:

NHÓM KỸ THUẬT

Phát hành tại:

Công ty Phát hành Báo chí Trung ương
In 1.000 cuốn tại Công ty TNHH MTV
In Báo Hà Nội Mới

TRONG SỐ NÀY

TIÊU ĐIỂM

3-5. Đề xuất sắp xếp đơn vị sự nghiệp thực hiện nhiệm vụ khuyến công phù hợp

GÓC NHÌN - TRAO ĐỔI

6-7. Triển lãm sản phẩm công nghiệp nông thôn

Đưa sản phẩm đi, kéo thị trường về nơi sản xuất

HOẠT ĐỘNG KHUYẾN CÔNG

8-9. Khuyến công tiếp sức doanh nghiệp tăng năng lực sản xuất

10-11. Khuyến công hỗ trợ sản phẩm cơ khí đồng hành cùng ngành thủy sản

12-13. Nâng mức hỗ trợ, tăng hiệu quả khuyến công

ĐẦU TƯ - HỘI NHẬP - THỊ TRƯỜNG

16-17. RISEP cấp quốc gia: Bộ phóng vườn ra thị trường xuất khẩu

18-19. Khuyến công Tuyên Quang: Nâng tầm sản phẩm nông thôn từ RISEP

SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU

20-21. Gạo đặc sản VD20 Gò Công: Lấy chất lượng làm nền tảng phát triển thương hiệu

22-23. Bánh quy khoai lang: Khẳng định giá trị sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu

KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN

26-27. Khuyến công Cao Bằng: Đặt nguồn lực vào đúng điểm nghẽn sản xuất

DOANH NGHIỆP - LÀNG NGHỀ

28-29. Hà Nội: Tăng hỗ trợ xúc tiến thị trường cho doanh nghiệp công nghiệp nông thôn

CHÍNH SÁCH

30-31. Khuyến công Đồng Nai: Nâng năng lực doanh nghiệp công nghiệp nông thôn

KẾT NỐI GIAO THƯƠNG

32. Hải Phòng đưa khuyến công thành đòn bẩy đổi mới sản xuất

34. Quảng Ninh tăng nguồn lực thúc đẩy công nghiệp nông thôn xanh

Mọi ý kiến đóng góp, thư từ, tin, bài xin gửi về:

BAN CÔNG NGHIỆP - XÃ HỘI, BỘ PHẬN BIÊN TẬP BẢN TIN KHUYẾN CÔNG - BÁO CÔNG THƯƠNG

Địa chỉ: Tầng 10, 11 - 655 Phạm Văn Đồng - phường Nghĩa Đô - Hà Nội

ĐT: 024.63260739; Fax: 024.39366402 - 39386300

Email: ngadt.baocct@moit.gov.vn



Từ nguồn vốn hỗ trợ khuyến công, Công ty Nam Long, tỉnh Đồng Nai đầu tư máy móc hiện đại hỗ trợ sản xuất.

Ảnh: Nguyễn Hòa



ĐỀ XUẤT SẮP XẾP ĐƠN VỊ SỰ NGHIỆP THỰC HIỆN NHIỆM VỤ KHUYẾN CÔNG PHÙ HỢP

Việc sắp xếp các đơn vị sự nghiệp thực hiện nhiệm vụ khuyến công theo hướng tinh gọn, ổn định và phù hợp đặc thù ngành được kỳ vọng nâng hiệu quả hỗ trợ doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn, qua đó tạo thêm động lực cho kinh tế nông thôn và đóng góp vào mục tiêu tăng trưởng hai con số.

► NGUYỄN HÒA

Giữ đầu mối thực thi chính sách

Một trong những nội dung được Sở Công Thương các tỉnh miền Trung - Tây Nguyên đề xuất tại Hội nghị Khuyến công các tỉnh, thành phố khu vực miền Trung - Tây Nguyên lần thứ XV năm 2026 là cần thống nhất tổ chức bộ máy đơn vị sự nghiệp công lập ngành Công Thương theo hướng hợp lý, tinh gọn đầu mối, tránh chồng chéo chức năng và nâng cao hiệu quả hoạt động.

Trước đề xuất này, Bộ Công Thương cho biết, việc sắp xếp, tổ chức lại đơn vị sự nghiệp công lập thuộc Sở Công Thương thuộc thẩm quyền của UBND cấp tỉnh. Tuy nhiên, quá trình

này phải bảo đảm tinh gọn, hiệu lực, hiệu quả, đồng thời phù hợp với tính chất đặc thù của ngành, lĩnh vực và điều kiện thực tế của từng địa phương.

Liên quan đến nội dung này, ngày 4/12/2025, Bộ Công Thương đã ban hành Chỉ thị số 20/CT-BCT về tăng cường hoạt động khuyến công, thúc đẩy công nghiệp nông thôn phát triển nhanh và bền vững trong giai đoạn mới. Bộ cũng đã làm việc, trao đổi với Bộ Nội vụ về việc sắp xếp và cơ chế tự chủ tài chính đối với các đơn vị sự nghiệp công lập trực thuộc Sở Công Thương; đồng thời tiếp tục tổng hợp những khó khăn, vướng mắc tại địa phương để nghiên cứu, đề xuất giải pháp phù hợp.



Công ty Phúc An, tỉnh Quảng Trị được hỗ trợ 200 triệu đồng từ nguồn vốn khuyến công quốc gia. Ảnh: Nguyễn Hòa

Theo Cục Công nghiệp, nhiều năm qua, các đơn vị sự nghiệp thuộc Sở Công Thương là lực lượng trực tiếp triển khai các nhiệm vụ khuyến công. Đội ngũ viên chức tại các đơn vị này đóng vai trò nòng cốt trong đồng hành với doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn, hỗ trợ đầu tư phát triển sản xuất công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp, qua đó góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội tại địa phương.

Đặc thù của khuyến công nằm ở chức năng hỗ trợ. Các nhiệm vụ như đào tạo, tập huấn, xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật, hỗ trợ ứng dụng máy móc tiên tiến vào sản xuất, phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu... được giao thực hiện hằng năm, hướng trực tiếp tới việc nâng cao năng lực sản xuất, đổi mới công nghệ và phát triển sản phẩm cho doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn.

Theo Nghị định số 60/2021/NĐ-CP, khuyến công được xếp vào danh

mục dịch vụ sự nghiệp công lập sử dụng ngân sách nhà nước, thuộc loại hình kinh tế công thương cơ bản và thiết yếu, được Nhà nước bảo đảm hỗ trợ kinh phí để thực hiện. Trong khi đó, Nghị quyết số 105/NQ-CP ngày 8/4/2026 yêu cầu các đơn vị sự nghiệp thuộc Sở Công Thương phải thực hiện tự bảo đảm chi thường xuyên trở lên; trường hợp không thực hiện được phải tổ chức lại.

Từ thực tiễn triển khai, Cục Công nghiệp cho rằng, yêu cầu về cơ chế tự chủ nêu trên chưa phù hợp với đặc thù nhiệm vụ của các đơn vị sự nghiệp thuộc Sở Công Thương, bởi nhiều nhiệm vụ khuyến công không có nguồn thu

để tự trang trải chi phí bộ máy. Đây chính là điểm cần được tính toán kỹ trong quá trình sắp xếp, để mục tiêu tinh gọn tổ chức không làm ảnh hưởng đến khả năng thực hiện nhiệm vụ hỗ trợ doanh nghiệp và cơ sở công nghiệp nông thôn.

Theo Cục Công nghiệp, nếu buộc phải tự chủ hoàn toàn, các đơn vị có thể khó duy trì hoạt động hỗ trợ, nhất là tại vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo, đặc khu và những địa bàn có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn. Điều này có nguy cơ ảnh hưởng tới tính liên tục và hiệu quả của chính sách phát triển công nghiệp nông thôn, cũng như công cụ hỗ trợ khu vực kinh tế tư nhân tại địa phương.

HOẠT ĐỘNG KHUYẾN CÔNG THỨC ĐẨY CƠ SỞ CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ, NÂNG SỨC CẠNH TRANH, TẠO VIỆC LÀM VÀ MỞ RỘNG DƯ ĐỊA TĂNG TRƯỞNG CHO KINH TẾ NÔNG THÔN, ĐÓNG GÓP THIẾT THỰC VÀO MỤC TIÊU TĂNG TRƯỞNG HAI CON SỐ CỦA NỀN KINH TẾ.

Bởi vậy, bài toán đặt ra không chỉ là sắp xếp đầu mối cho tinh gọn, mà quan trọng hơn là giữ được năng lực thực thi chính sách. Một đầu mối phù hợp, đội ngũ ổn định và nguồn lực được bảo đảm sẽ giúp hoạt động khuyến công duy trì tính liên tục, bám sát hơn nhu cầu của doanh nghiệp và cơ sở sản xuất.

Tạo lực cho kinh tế nông thôn, góp sức cho tăng trưởng

Tác động của khuyến công không dừng lại ở từng nhiệm vụ hỗ trợ riêng lẻ. Khi một cơ sở được hỗ trợ ứng dụng máy móc tiên tiến, năng lực sản xuất có điều kiện được nâng lên; khi được hỗ trợ xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật, đào tạo, tập huấn hay phát triển sản phẩm, cơ sở có thêm điều kiện đổi mới phương thức sản xuất, nâng cao chất lượng và mở rộng khả năng tiếp cận thị trường.

Từ từng cơ sở sản xuất, hiệu quả hỗ trợ có thể lan tỏa rộng hơn tới kinh tế nông thôn. Năng lực sản xuất được cải thiện tạo thêm điều kiện phát triển việc làm, nâng sức cạnh tranh cho doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn và thúc đẩy khu vực kinh tế tư nhân tại địa phương. Hoạt động khuyến công vì vậy vừa là công cụ hỗ trợ trực tiếp cho cơ sở sản xuất, vừa góp phần củng cố nền tảng phát triển công nghiệp tại khu vực nông thôn.

Cũng theo Cục Công nghiệp, hoạt động khuyến công là “cầu nối” hỗ trợ doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn đầu tư máy móc, đổi mới công nghệ, phát triển sản phẩm và mở rộng thị trường; qua đó thúc đẩy công nghiệp hóa nông thôn, tạo việc làm và nâng sức cạnh tranh cho khu vực kinh tế tư nhân ở địa phương.

Trong bối cảnh mục tiêu tăng trưởng hai con số đặt ra yêu cầu phải khơi thông và phát huy hiệu quả các

nguồn lực của nền kinh tế, việc duy trì hệ thống khuyến công vận hành ổn định, thống nhất và sát thực tiễn càng có ý nghĩa. Khi chính sách đến đúng đối tượng, đúng nhu cầu, nguồn lực hỗ trợ sẽ tạo điều kiện để doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn tiếp tục đầu tư sản xuất, đổi mới công nghệ và phát triển thị trường. Từ đó, năng lực sản xuất tại địa phương được củng cố, tạo thêm dư địa cho tăng trưởng kinh tế nông thôn và đóng góp vào tăng trưởng chung.

Trên cơ sở phân tích thực tiễn, Cục Công nghiệp cũng đã kiến nghị Bộ Công Thương đề xuất Chính phủ ba nội dung. Về cơ chế tự chủ, cần có chính sách phù hợp đối với các đơn vị sự nghiệp thực hiện nhiệm vụ khuyến công, không bắt buộc tự chủ hoàn toàn nếu nhiệm vụ chính là phục vụ quản lý nhà nước và hỗ trợ cộng đồng.

Về tổ chức bộ máy, Cục Công nghiệp kiến nghị mỗi tỉnh, thành phố tiếp tục duy trì một đơn vị sự nghiệp công lập thuộc Sở Công Thương thực hiện nhiệm vụ khuyến công và một số hoạt động kinh tế công thương khác, qua đó bảo đảm tính xuyên suốt, đồng bộ từ Trung ương đến địa phương.

Về nguồn lực, khuyến công cần tiếp tục được xác định là dịch vụ công cơ bản, thiết yếu để Nhà nước bảo đảm kinh phí hoạt động thường xuyên, tạo điều kiện cho đội ngũ cán bộ yên tâm công tác và phát huy năng lực.

Những đề xuất này hướng tới mục tiêu giữ được một hệ thống khuyến công đủ ổn định trong quá trình sắp xếp tổ chức. Khi bộ máy phù hợp, nguồn lực được bảo đảm và hoạt động hỗ trợ không bị đứt quãng, khuyến công sẽ tiếp tục phát huy vai trò kết nối chính sách với doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn. ■



Sản phẩm công nghiệp nông thôn tỉnh Đắk Lắk giới thiệu sản phẩm tại Hà Nội.

Ảnh: Nguyễn Hòa

TRIỂN LÃM SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN



ĐƯA SẢN PHẨM ĐI, KÉO THỊ TRƯỜNG VỀ NƠI SẢN XUẤT



Chuyên gia nông nghiệp Hoàng Trọng Thủy cho rằng, Triển lãm sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu - Kết nối chuỗi cung ứng quốc tế trong khuôn khổ Viet Nam International Sourcing 2026 đã thành công nhiều mặt, tạo dư âm tốt. Tuy nhiên, sau sự kiện, xúc tiến thương mại cần được nối tiếp bằng những đơn hàng, hợp đồng đủ lớn để đưa sản phẩm đi và kéo thị trường về nơi sản xuất.

► HOA QUỲNH (thực hiện)

Thưa ông, việc tổ chức Triển lãm sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu - Kết nối chuỗi cung ứng quốc tế trong khuôn khổ Viet Nam International Sourcing 2026 có ý nghĩa như thế nào đối với các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất công nghiệp nông thôn (CNNT)?

Chuyên gia nông nghiệp Hoàng Trọng Thủy: Việt Nam có rất nhiều sản phẩm CNNT tốt, từ thực phẩm chế biến, nông sản, sản phẩm làng nghề đến hàng thủ công mỹ nghệ. Nhưng có khoảng cách khá lớn giữa “sản phẩm tốt” và “sản phẩm bán được ở thị trường lớn”. Khoảng cách ấy chính là thị trường.

Giá trị lớn nhất của triển lãm không nằm ở việc đưa sản phẩm từ nông thôn lên trưng bày tại một thành phố lớn, mà ở chỗ đưa sản phẩm đến trước những người có khả năng quyết

định sản phẩm đó có bước vào thị trường hay không.

Nhà mua hàng không chỉ hỏi sản phẩm có tốt hay không, mà còn quan tâm khả năng cung ứng, chất lượng đồng đều, sản lượng, giá, truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn và thời gian giao hàng.

Vi thế, triển lãm cần được nhìn như một “bài kiểm tra thị trường”. Doanh nghiệp mang sản phẩm đến không chỉ để giới thiệu mà còn để biết thị trường đang chấp nhận điều gì, từ chối điều gì và mình đang thiếu điều gì. Sản xuất tốt mà không bán được thì năng lực sản xuất ấy chưa tạo ra giá trị đầy đủ.

Hiện nay, theo ông, đâu là những điểm nghẽn lớn khiến sản phẩm CNNT khó bước sâu vào thị trường trong nước và quốc tế?

Chuyên gia nông nghiệp Hoàng Trọng Thủy: Có ba cái thiếu tạo nên “nghẽn”, đó là quy mô, tiêu chuẩn và năng lực bán hàng.

Thứ nhất, là quy mô và tính ổn định của sản xuất. Nhiều cơ sở có sản phẩm đặc sắc nhưng vẫn sản xuất nhỏ lẻ. Khách hàng có thể thích sản phẩm, nhưng nếu đặt một đơn hàng lớn thì cơ sở lại không đủ năng lực cung ứng; hoặc cung ứng được một lần nhưng không duy trì được lâu dài.

Các kênh phân phối hiện đại không chỉ mua một sản phẩm tốt, mà mua khả năng cung ứng ổn định. Muốn đi vào chuỗi cung ứng, không thể chỉ tổ chức từng hộ, từng cơ sở riêng lẻ. Phải tổ chức lại sản xuất, liên kết nguyên liệu, liên kết các cơ sở và hình thành năng lực cung ứng lớn hơn.



Thứ trưởng Bộ Công Thương Phan Thị Thắng tham quan các gian hàng tại Triển lãm sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu - Kết nối chuỗi cung ứng quốc tế.

NÔNG THÔN KHÔNG THIẾU SẢN PHẨM. ĐIỀU CÒN THIẾU LÀ NHỮNG “CÂY CẦU” KẾT NỐI ĐỦ CHẮC ĐỂ SẢN PHẨM ẤY ĐI TỪ NƠI SẢN XUẤT ĐẾN CÁC KÊNH PHÂN PHỐI VÀ NGƯỜI TIÊU DÙNG. HY VỌNG, SAU TRIỂN LÃM, “CÂY CẦU” ẤY TIẾP TỤC ĐƯỢC NỐI DÀI BẰNG NHỮNG ĐƠN HÀNG, HỢP ĐỒNG ĐỦ LỚN ĐỂ TẠO THỊ TRƯỜNG BỀN VỮNG CHO SẢN PHẨM CNNT.

Thứ hai, là tiêu chuẩn. Một sản phẩm có bản sắc chưa đồng nghĩa với một sản phẩm đủ điều kiện xuất khẩu. Thị trường quốc tế có những “luật chơi” cụ thể về chất lượng, an toàn, truy xuất nguồn gốc, nhãn mác, môi trường và nhiều yêu cầu kỹ thuật khác.

Không thể tháo “nguyên” đi ra thị trường quốc tế chỉ bằng câu chuyện “sản phẩm quê tôi rất hay”. Câu chuyện có thể tạo sự chú ý, nhưng tiêu chuẩn mới tạo ra giao dịch.

Thứ ba, là năng lực thương mại của người sản xuất. Nhiều cơ sở biết làm sản phẩm nhưng chưa thật sự

biết bán sản phẩm; chưa xác định rõ khách hàng mục tiêu, chưa hiểu từng thị trường cần gì, chưa biết định vị và chưa chuyển được giá trị văn hóa, vùng miền thành giá trị thương mại.

Như vậy, làm thế nào để một kỳ triển lãm không chỉ dừng ở việc trưng bày, mà trở thành điểm khởi đầu của những chuỗi liên kết lâu dài, thưa ông?

Chuyên gia nông nghiệp Hoàng Trọng Thủy: Trước hết phải thay đổi cách đánh giá hiệu quả. Một chương trình xúc tiến thương mại không nên chỉ tính bao nhiêu doanh nghiệp

tham gia, bao nhiêu gian hàng được trưng bày, bao nhiêu lượt người đến tham quan.

Cần thiết lập dữ liệu: Có bao nhiêu nhà mua hàng quan tâm? Bao nhiêu cuộc đàm phán được mở ra? Bao nhiêu đơn hàng được ký? Bao nhiêu mối quan hệ được duy trì sau sự kiện? Gian hàng chỉ là điểm xuất phát; đơn hàng mới là điểm đến.

Muốn vậy, khuyến công phải gắn chặt hơn với xúc tiến thương mại, đổi mới công nghệ, phát triển sản phẩm và nâng cao năng lực quản trị. Không thể hỗ trợ doanh nghiệp mua máy móc nhưng lại để doanh nghiệp tự lo đầu ra. Cũng không thể đưa một cơ sở nhỏ đi gặp nhà mua hàng lớn khi chưa chuẩn bị được năng lực đáp ứng.

Do đó, cần hình thành một chuỗi hỗ trợ liên mạch: sản xuất, chuẩn hóa, nâng chất lượng, xây dựng thương hiệu, tìm thị trường, kết nối nhà mua hàng và duy trì đơn hàng. Với những cơ sở nhỏ, liên kết chính là cách tạo ra quy mô. Liên kết vùng nguyên liệu, sản xuất và tiêu thụ sẽ giúp họ vượt qua điểm yếu về quy mô và năng lực cung ứng.

Tôi cũng cho rằng cần thay đổi tư duy từ đưa sản phẩm đi xúc tiến sang “đưa thị trường về” cùng tổ chức lại sản xuất. Khi nhà mua hàng nói họ cần sản phẩm gì, tiêu chuẩn nào, số lượng bao nhiêu, giao hàng ra sao, đó chính là tín hiệu để doanh nghiệp và cơ sở sản xuất điều chỉnh sản phẩm và cách tổ chức sản xuất.

Giá trị của triển lãm nằm ở khả năng biến một cuộc gặp thành một mối quan hệ, một mối quan hệ thành một đơn hàng và một đơn hàng thành một chuỗi cung ứng ổn định. Nhưng lợi thế của sản phẩm CNNT chỉ thực sự trở thành giá trị kinh tế khi được kết nối với nhu cầu thị trường.

Xin cảm ơn ông!

KHUYẾN CÔNG TIẾP SỨC DOANH NGHIỆP TĂNG NĂNG LỰC SẢN XUẤT

► NGUYỄN HÒA

Nhiều doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn trên cả nước được đầu tư máy móc hiện đại, nâng cao năng lực sản xuất và doanh thu nhờ nguồn hỗ trợ từ các chương trình khuyến công quốc gia.

Năm 2022, Hợp tác xã Dược liệu trà hoa vàng Ba Chẽ (TP. Quảng Ninh) được hỗ trợ 200 triệu đồng từ nguồn khuyến công địa phương để đầu tư máy sấy thăng hoa. Hợp tác xã đối ứng 240 triệu đồng, nâng tổng kinh phí đầu tư lên 440 triệu đồng. Máy móc mới giúp cơ sở này giảm các công đoạn thủ công, nâng năng suất, chất lượng sản phẩm; đồng thời phát triển thêm bột lá trà hoa vàng, bánh trà hoa vàng, nước uống từ trà hoa vàng... Nhờ đó, doanh thu của Hợp tác xã Dược liệu trà hoa vàng Ba Chẽ tăng từ 1,33 tỷ đồng/năm lên 2,12 tỷ đồng/năm; số lao động tăng từ 4 lên 7 người, thu nhập bình quân đạt 8 triệu đồng/người/tháng; số lượng sản phẩm tiêu thụ tăng từ 1.200 lên 2.100 sản phẩm.



Sản xuất tại Công ty TNHH BAKA.

Ảnh: Nguyễn Hòa

Bà Hoàng Thị Uy, Giám đốc Hợp tác xã Dược liệu trà hoa vàng Ba Chẽ, cho biết: Nguồn khuyến công giúp đơn vị có thêm điều kiện đầu tư máy móc, từng bước chuyển từ sản xuất thủ công sang ứng dụng công nghệ, chủ động hơn trong chế biến và phát triển sản phẩm. Hiện sản phẩm của hợp tác xã không chỉ tiêu thụ trong tỉnh mà còn tại Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Hải Phòng, Bắc Ninh...

Tại tỉnh Vĩnh Long, năm 2025, với tổng kinh phí khuyến công quốc gia hỗ trợ 1,5 tỷ đồng, 5 cơ sở công nghiệp nông thôn đã được đầu tư đồng bộ máy móc, thiết bị tiên tiến,

tập trung vào các phân khúc có giá trị cao như: cơm dừa sấy thăng hoa, mỹ phẩm từ dừa, chỉ xơ dừa. Mỗi đề án được hỗ trợ 300 triệu đồng từ nguồn khuyến công quốc gia, phần còn lại do doanh nghiệp đối ứng, qua đó kích hoạt mạnh mẽ nguồn lực xã hội hóa.

Cụ thể, tại Công ty TNHH Đầu tư Dừa Sơn Phú, hệ thống máy ép kiện xơ dừa công suất 1,5 tấn/giờ (tổng vốn 610 triệu đồng, hỗ trợ 300 triệu đồng) đã giúp nâng năng suất gấp 3-4 lần, giảm chi phí nhân công, tối ưu logistics và chuẩn hóa sản phẩm theo tiêu chuẩn xuất khẩu.

Theo ông Lê Trung Hiếu - Giám

đốc Công ty TNHH Đầu tư Dừa Sơn Phú, việc được hỗ trợ thiết bị hiện đại giúp giảm đáng kể chi phí nhân công, tối ưu hóa quy trình sản xuất và logistics. Các kiện xơ dừa được ép chặt, tiết kiệm diện tích lưu kho và chi phí vận chuyển, qua đó nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Tương tự, Công ty TNHH Sản xuất - Thương mại Dừa Nguyên Phát với 2 dàn xối điện tự động (tổng vốn 618 triệu đồng, được chương trình khuyến công hỗ trợ 300 triệu đồng) đã nâng công suất lên 1-1,2 tấn/giờ, giảm 50% lao động, đồng thời cải thiện chất lượng sợi xơ dừa, đáp ứng các đơn hàng quy mô lớn và yêu cầu kỹ thuật cao.

Ông Nguyễn Hữu Nghĩa - Giám đốc Công ty TNHH Sản xuất - Thương mại Dừa Nguyên Phát cho biết, trước đây khâu xối và phơi cần nhiều lao động, nay nhờ dàn xối tự động đã giảm một nửa nhân công nhưng chất lượng sản phẩm lại được nâng lên rõ rệt. Sợi xơ dừa khô đều, hạn chế ẩm mốc, từ đó tăng khả năng đáp ứng các đơn hàng lớn.

Tại tỉnh Tuyên Quang, những năm qua, chương trình khuyến công đã chứng minh vai trò là nguồn “vốn mồi” quan trọng, tạo đòn bẩy thúc đẩy các cơ sở công nghiệp nông thôn (CNNT) mạnh dạn đầu tư, đổi mới công nghệ và nâng cao giá trị sản phẩm. Với việc hỗ trợ có trọng tâm, trọng điểm, đúng đối tượng, công khai, minh bạch, thiết thực và hiệu quả, hoạt động khuyến công đã thực sự trở thành động lực mạnh mẽ, góp phần hiện đại hóa sản xuất và phát triển kinh tế địa phương.

Điển hình là đề án “Hỗ trợ ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến trong sản xuất và chế biến chè” tại Công ty Cổ phần Chè Hùng An (tỉnh Tuyên Quang). Với tổng vốn đầu tư 1,68 tỷ đồng, trong đó

nguồn kinh phí khuyến công quốc gia hỗ trợ 300 triệu đồng, doanh nghiệp này đã mạnh dạn đầu tư hệ thống máy tách màu chè công nghệ cao, đạt công suất lên tới 1.200 kg/giờ.

Đây là thiết bị có công nghệ hiện đại, giúp tự động hóa khâu phân loại chè theo kích cỡ, hình dáng, màu sắc, loại bỏ tạp chất hiệu quả. Nhờ đó, chất lượng chè thành phẩm đồng đều hơn, đáp ứng tiêu chuẩn xuất khẩu sang các thị trường khó tính như châu Âu, Nhật Bản, Hàn Quốc. Ước tính sau khi ứng dụng hệ thống này, mỗi năm doanh nghiệp tăng thêm hơn 1,2 tỷ đồng doanh thu, đồng thời tăng đóng góp ngân sách cho địa phương.

Tương tự, tại Công ty cổ phần Cơ khí Tuyên Quang, sự hỗ trợ gần 1 tỷ đồng từ kinh phí khuyến công quốc

gia năm 2022 là một động lực quan trọng để doanh nghiệp đầu tư dây chuyền sản xuất ván sàn công nghiệp xuất khẩu trị giá trên 15 tỷ đồng. Việc ứng dụng dây chuyền hiện đại này đã giúp sản phẩm ván sàn của công ty mở rộng thị trường xuất khẩu sang Trung Quốc, Malaysia..., tăng doanh thu và tạo việc làm ổn định cho 100 lao động địa phương.

Theo lãnh đạo Công ty cổ phần Cơ khí Tuyên Quang, sự hỗ trợ từ nguồn kinh phí khuyến công là rất cần thiết đối với doanh nghiệp, không chỉ giúp doanh nghiệp có thêm nguồn lực tài chính mà còn thể hiện sự quan tâm kịp thời của Nhà nước, chính quyền địa phương đối với các cơ sở sản xuất. Đây chính là động lực để doanh nghiệp tiếp tục nỗ lực hơn nữa. ■

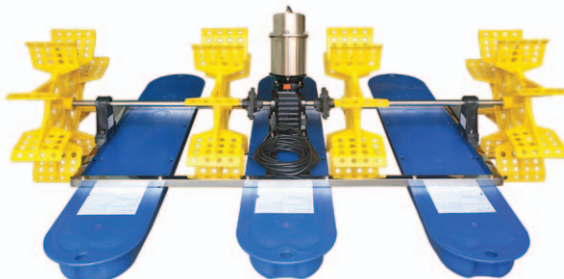
KHÔNG DỪNG LẠI Ở VIỆC HỖ TRỢ MÁY MÓC, THIẾT BỊ, CÔNG NGHỆ TIỀN TIẾN VÀO SẢN XUẤT, SỰ HỖ TRỢ TỪ NGUỒN KINH PHÍ KHUYẾN CÔNG QUỐC GIA CŨNG ĐÓNG VAI TRÒ QUAN TRỌNG TRONG VIỆC CHUẨN HÓA QUY TRÌNH SẢN XUẤT, BAO BÌ, NHÃN MÁC, CHẤP CẢNH CHO CÁC SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN VƯƠN RA THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU.



Nguồn vốn khuyến công giúp doanh nghiệp công nghiệp nông thôn tỉnh Tuyên Quang nâng cao năng lực
Ảnh: Nguyễn Hòa

**Năm 2025, máy
guồng nước tạo oxy
cho tôm cá của Công
ty Cổ phần Điện cơ
Thiên Long HP trở
thành sản phẩm công
nghiệp nông thôn
tiêu biểu (RISEP) cấp
quốc gia duy nhất
của tỉnh Bắc Ninh.**

► **BẢO THOA**



Máy guồng nước tạo oxy cho tôm cá.

Nguồn: Bảo Thoa

KHUYẾN CÔNG HỖ TRỢ SẢN PHẨM CƠ KHÍ *đồng hành* CÙNG NGÀNH THỦY SẢN



Sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu

Máy guồng tạo oxy cho tôm cá có kích thước dài, rộng, cao lần lượt là 2,65 m x 0,75 m x 0,65 m, trọng lượng 95 kg, model TLM22C. Đây là dòng máy bơm điện phục vụ sản xuất nông nghiệp, có công suất từ 0,75 kW - 11 kW. Không chỉ đảm nhiệm chức năng quạt nước cung cấp oxy cho tôm, cá, sản phẩm còn được sử dụng cho nhiều mục đích khác trong sản xuất như hút bùn, dọn đáy ao, máy bơm nổi. Nhờ đó, thiết bị có thể đáp ứng nhiều nhu cầu thực tế trong quá trình nuôi trồng thủy sản.

Một trong những điểm đáng chú ý của sản phẩm là công nghệ sản xuất hiện đại, thiết bị ít tiêu hao năng lượng

khi vận hành, có độ bền và hiệu năng hoạt động cao. Thiết kế máy được tối ưu hóa theo điều kiện thực tế tại các vùng nuôi thủy sản ở Việt Nam như nhiệt độ, độ mặn, độ sâu ao và điện lưới nông thôn, qua đó giúp máy hoạt động ổn định, hiệu quả.

Nguyên vật liệu chính để sản xuất sản phẩm gồm hợp kim nhôm, dây điện từ bằng đồng và tôn silic nhập khẩu. Trong đó, tỷ lệ nguyên liệu chính sử dụng trong nước đạt 72%. Đây là yếu tố góp phần tạo nên khả năng chủ động nhất định trong quá trình sản xuất, đồng thời thể hiện sự tham gia của doanh nghiệp công nghiệp nông thôn vào quá trình phát triển các sản phẩm cơ khí phục vụ sản xuất.

Với những tính năng vượt trội, năm 2025, máy guồng tạo oxy cho tôm cá được Bộ Công Thương tôn vinh, trao giấy chứng nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia lần thứ VI. Việc được công nhận là sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia là dấu mốc đáng chú ý đối với doanh nghiệp. Đồng thời, chứng nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia tạo động lực để doanh nghiệp nâng cấp chất lượng sản phẩm, đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của thị trường; có khả năng thay thế, cạnh tranh với các sản phẩm cùng loại nhập khẩu, góp phần thúc đẩy phát triển các ngành khác.

Tiếp tục cải tiến, hướng tới nuôi trồng thủy sản thông minh

Khởi nguồn từ một xưởng cơ khí nhỏ vào năm 1990, Công ty Cổ phần Điện cơ Thiên Long HP đặt những viên gạch đầu tiên cho hành trình phát triển bằng việc chế tạo các thiết bị nông nghiệp thiết yếu phục vụ địa phương như máy tuốt lúa, máy làm bún và máy xay giò.

Với tinh thần không ngừng đổi mới, đến năm 1998, doanh nghiệp thực hiện bước chuyển mình chiến lược khi tập trung nghiên cứu và sản xuất các loại máy bơm nước cùng động cơ điện chuyên dụng cho nông nghiệp và nuôi trồng thủy sản. Chính sự nhạy bén này đã đặt nền móng để Công ty Cổ phần Điện cơ Thiên Long HP trở thành một trong những cái tên uy tín, đặc biệt với dòng sản phẩm mũi nhọn là máy guồng nước tạo oxy cho tôm cá.

Máy guồng nước tạo oxy cho tôm cá được đơn vị sáng chế từ năm 2000 và liên tục được cải tiến, hoàn thiện từ đó đến nay. Không dừng lại ở những giải pháp cơ khí truyền thống, Công ty Cổ phần Điện cơ Thiên Long HP đang hướng tới tương lai của “nuôi trồng thông minh” thông qua việc nghiên cứu tích hợp các hệ thống cảm biến IoT và điều khiển tự động vào máy guồng.

Các thử nghiệm cho thấy, việc kết hợp máy guồng với hệ thống giám sát thời gian thực có thể giúp tăng nồng độ không khí dưới nước từ 19 mg/L lên đến 27 mg/L và tiết kiệm tới 40% điện năng tiêu thụ nhờ khả năng điều chỉnh theo nhu cầu thực tế của ao nuôi.

Nếu trước đây trọng tâm là chế tạo những thiết bị đáp ứng nhu cầu cơ bản của người sản xuất, thì hiện nay yêu cầu đặt ra cao hơn là nâng hiệu



Máy guồng nước tạo oxy cho tôm cá - sản phẩm CNNT đồng hành cùng ngành thủy sản.
Nguồn: Bảo Thoa

TỪ NHỮNG CHỨC NĂNG, HIỆU QUẢ CỦA MÁY GUỒNG NƯỚC TẠO OXY CHO TÔM CÁ CHO THẤY, SẢN XUẤT CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN KHÔNG CHỈ NẪM Ở VIỆC TẠO RA NHỮNG THIẾT BỊ PHỤC VỤ SẢN XUẤT, MÀ CÒN Ở KHẢ NĂNG CẢI TIẾN, THÍCH ỨNG VỚI NHU CẦU THỰC TẾ VÀ TỪNG BƯỚC NÂNG CAO HÀM LƯỢNG CÔNG NGHỆ. ĐÂY CŨNG LÀ MINH CHỨNG NĂNG LỰC CƠ KHÍ VIỆT NAM TRONG VIỆC GÓP PHẦN THÚC ĐẨY NGÀNH THỦY SẢN PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG.

quả vận hành, tiết kiệm năng lượng và từng bước đưa công nghệ vào quá trình sản xuất nông nghiệp.

Đối với thiết bị phục vụ nuôi trồng thủy sản, hiệu quả vận hành không chỉ nằm ở công suất máy mà còn phụ thuộc vào việc lựa chọn thiết bị phù hợp với điều kiện thực tế của ao nuôi. Bởi vậy, để bảo đảm hiệu

quả đầu tư lâu dài, Công ty Cổ phần Điện cơ Thiên Long HP luôn đồng hành cùng người nuôi trồng thủy sản thông qua các khuyến nghị kỹ thuật sát sao, từ lựa chọn công suất máy phù hợp với mật độ thả, bố trí sục khí đa điểm để tránh vùng nước chết đến duy trì bảo trì định kỳ các bộ phận trục và khớp nối. ■



Nâng mức hỗ trợ, TĂNG HIỆU QUẢ KHUYẾN CÔNG

Trước yêu cầu đổi mới công nghệ, mở rộng quy mô và nâng giá trị chế biến, Lâm Đồng đang đề xuất điều chỉnh chính sách theo hướng tăng mức hỗ trợ cho đề án khuyến công, đồng thời bỏ giới hạn về tổng mức đầu tư của đề án.

► BẢO ANH



Đoàn công tác nghiệm thu đề án khuyến công năm 2026 tại Công ty TNHH Got Coffee - xã Bảo Lâm 3.

Ảnh: TTKC tỉnh Lâm Đồng.

Lấy hiệu quả làm thước đo

Ngày 27/8/2026, Trung tâm Khuyến công tỉnh Lâm Đồng phối hợp với Sở Công Thương và các đơn vị liên quan tổ chức nghiệm thu cơ sở 2 để án ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến trong sản xuất, chế biến sản phẩm tại Công ty TNHH Got Coffee và Công ty TNHH Đà Lạt Thiên Nhiên.

Kết quả nghiệm thu cho thấy, các đơn vị đã triển khai đúng tiến độ, đúng mục tiêu được phê duyệt và đưa thiết bị vào khai thác hiệu quả. Khi máy móc tiên tiến được đưa vào sản xuất, nhiều công đoạn được tự động hóa, năng suất và chất lượng

sản phẩm được nâng lên, trong khi nguyên vật liệu, chi phí sản xuất từng bước được tiết giảm.

Bên cạnh nghiệm thu các đề án, Lâm Đồng cũng đã tiến hành khảo sát nhu cầu của các doanh nghiệp công nghiệp nông thôn nhằm xây dựng kế hoạch hỗ trợ cho năm 2027. Theo ông Đặng Trung Thái, Giám đốc Trung tâm Khuyến công, Sở Công Thương Lâm Đồng, giai đoạn 2026 - 2030, hoạt động khuyến công được định hướng theo tinh thần hỗ trợ có trọng tâm, trọng điểm, lấy doanh nghiệp và cơ sở sản xuất làm trung tâm.

Đây cũng là lý do công tác khảo sát nhu cầu được thực hiện sớm. Khi nắm bắt được nhu cầu từ cơ sở, cơ quan quản lý có thể xây dựng kế hoạch sát thực tế hơn, lựa chọn đúng đối tượng và quan trọng nhất là đưa nguồn lực hỗ trợ vào những nơi có khả năng tạo ra hiệu quả rõ ràng.

Tăng mức hỗ trợ, tăng sức hấp dẫn của chính sách khuyến công

Lâm Đồng đang đứng trước cơ hội lớn từ lợi thế nguyên liệu và ngành chế biến, nhưng từ nguyên liệu đến sản phẩm có giá trị cao là

một khoảng cách không nhỏ. Để rút ngắn khoảng cách ấy, doanh nghiệp phải đầu tư công nghệ, thiết bị, dây chuyền sản xuất; đồng thời chuyển từ sơ chế sang chế biến sâu, từ sản phẩm thô sang sản phẩm có thương hiệu và giá trị gia tăng cao.

Trong khi đó, quy mô đầu tư công nghệ của doanh nghiệp đang ngày càng lớn. Với định mức hỗ trợ như hiện nay, công tác khuyến công sẽ khó tiếp cận những dự án có khả năng tạo bước chuyển rõ nét về công nghệ và năng lực sản xuất. Theo ông Đặng Trung Thái, đây chính là một trong những “điểm nghẽn” cần được tháo gỡ. Không chỉ mức hỗ trợ chưa theo kịp nhu cầu đổi mới công nghệ, quy định giới hạn tổng mức đầu tư của đề án cũng khiến việc lựa chọn những dự án quy mô lớn, công nghệ hiện đại gặp khó khăn.

Theo Nghị quyết 383 ngày 10/12/2024 của HĐND tỉnh Lâm Đồng về nội dung và mức chi cho các hoạt động khuyến công địa phương, mức hỗ trợ ứng dụng máy móc, thiết bị tối đa 30% nhưng không quá 100 triệu đồng; tổng mức đầu tư của đề án không quá 500 triệu đồng. Với mặt bằng đầu tư hiện nay, những giới hạn này đang trở nên chật hẹp.

Vì vậy, Sở Công Thương đã phối hợp với các sở, ngành, địa phương đề xuất UBND tỉnh trình HĐND tỉnh ban hành nghị quyết mới thay thế Nghị quyết 383. Điểm đáng chú ý là đề xuất tăng mức hỗ trợ tương ứng với mức hỗ trợ hiện nay của Trung ương, đồng thời không giới hạn tổng mức đầu tư của đề án.

Nếu được thông qua, đây sẽ là bước điều chỉnh quan trọng, tạo thêm không gian để khuyến công lựa chọn những đề án có chất lượng cao hơn. Khi đó, quy mô vốn đầu tư của doanh

nh nghiệp sẽ không còn là rào cản đối với việc lựa chọn đề án; vấn đề quan trọng sẽ chuyển sang chất lượng công nghệ, hiệu quả đầu tư, khả năng tạo giá trị gia tăng và sức lan tỏa của dự án.

Chương trình Khuyến công Lâm Đồng giai đoạn 2026 - 2030 đã được UBND tỉnh phê duyệt với tổng nguồn lực dự kiến hơn 300 tỷ đồng. Trong đó, ngân sách Trung ương hỗ trợ khuyến công quốc gia khoảng 29,3 tỷ đồng; ngân sách tỉnh hỗ trợ khuyến công địa phương khoảng 61,71 tỷ đồng; vốn đối ứng của các cơ sở khoảng 209,41 tỷ đồng.

Cơ cấu nguồn lực này cho thấy, mục tiêu của khuyến công không phải là dùng ngân sách để thay doanh nghiệp đầu tư, mà là tạo một cú hích để huy động nguồn vốn xã hội lớn

hơn nhiều lần. Bởi vậy, tăng mức hỗ trợ cũng đồng nghĩa với yêu cầu cao hơn về hiệu quả sử dụng ngân sách. Những đề án được lựa chọn phải thực sự có năng lực tạo ra sản phẩm mới, nâng năng suất, tiết kiệm chi phí, mở rộng thị trường hoặc tạo ra giá trị gia tăng cao hơn.

Theo ông Đặng Trung Thái, mục tiêu của khuyến công trong giai đoạn tới là chuyển từ cách làm “có chính sách rồi tìm đối tượng” sang “từ nhu cầu thực tế của cơ sở để xây dựng chính sách hỗ trợ phù hợp”. Doanh nghiệp tham gia và thụ hưởng chính sách khuyến công không chỉ nhận một khoản hỗ trợ, mà có thêm công cụ để đổi mới công nghệ, nâng năng suất, phát triển sản phẩm, mở rộng thị trường và tăng sức cạnh tranh. ■

GAIAI ĐOẠN 2026 - 2030, LÂM ĐỒNG DỰ KIẾN DÀNH KHOẢNG 300 TỶ ĐỒNG CHO CÔNG TÁC KHUYẾN CÔNG. NGUỒN LỰC NÀY SẼ GÓP PHẦN GIÚP DOANH NGHIỆP CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH NÂNG CAO NĂNG LỰC SẢN XUẤT, TĂNG SỨC CẠNH TRANH.



Nghiem thu de an nam 2026 tai Cong ty TNHH Đà Lạt Thiên Nhiên - phường Xuân Hương Đà Lạt.
Ảnh: TTKC tỉnh Lâm Đồng.

KHUYẾN CÔNG NGHỆ AN

trợ sức cho doanh nghiệp cơ khí phát triển sản xuất

Từ hỗ trợ đầu tư máy móc, thiết bị đến xúc tiến thương mại, khuyến công đang tạo thêm nguồn lực để doanh nghiệp cơ khí Nghệ An đổi mới công nghệ, nâng năng suất và sức cạnh tranh.

► HẢI LINH



Nghiệm thu đề án khuyến công quốc gia năm 2026, tại Công ty TNHH cơ khí xây dựng và thương mại Dũng Thanh.

Ảnh: Trung tâm TV&HTPT Công Thương Nghệ An

Ưu tiên đổi mới máy móc thiết bị

Công ty TNHH Cơ khí Xây dựng và Thương mại Dũng Thanh là một trong những doanh nghiệp được hỗ trợ từ nguồn kinh phí khuyến công quốc gia năm 2026. Thông qua đề án, doanh nghiệp đầu tư máy bơm bi bằng tài con lăn. Sau khi được đưa vào vận hành, máy bơm bi đã góp phần nâng cao hiệu quả, đồng thời giúp doanh nghiệp thay đổi phương thức sản xuất, tăng mức độ cơ giới hóa, tự

động hóa và giảm sự phụ thuộc vào lao động thủ công.

Hiệu quả thể hiện rõ ở công đoạn xử lý bề mặt sản phẩm. Việc xử lý được thực hiện ổn định, đồng đều hơn, qua đó góp phần nâng cao chất lượng và hạn chế sai sót ở các công đoạn tiếp theo. Hệ thống thu hồi, tuần hoàn bi thép cũng giúp tiết kiệm vật tư tiêu hao; kết cấu máy bền vững góp phần giảm chi phí bảo trì và kéo dài thời gian sử dụng thiết bị.

Không chỉ tác động đến năng suất

và chi phí, việc đầu tư thiết bị còn cải thiện điều kiện làm việc cho người lao động. Hệ thống hút và xử lý bụi được tích hợp đồng bộ giúp hạn chế bụi kim loại phát sinh trong quá trình sản xuất, góp phần bảo đảm môi trường làm việc, an toàn lao động và bảo vệ môi trường.

Từ một thiết bị được hỗ trợ, doanh nghiệp có thêm điều kiện mở rộng khả năng sản xuất các sản phẩm cơ khí, kết cấu thép và sản phẩm kim loại phục vụ xây dựng, cơ khí chế tạo,

đóng tàu, cầu đường và công nghiệp. Qua đó, khoản hỗ trợ ban đầu tạo ra tác động lớn hơn đối với năng lực sản xuất, chất lượng sản phẩm, hiệu quả sử dụng lao động và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

Tương tự, đề án “Hỗ trợ ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến trong sản xuất gia công cơ khí” thuộc chương trình khuyến công quốc gia năm 2026 triển khai tại Công ty TNHH Cơ khí chế tạo Hải Quân cũng đã phát huy tốt hiệu quả. Sau khi được đưa vào sản xuất, máy móc được hỗ trợ phù hợp với quy mô và điều kiện sản xuất, góp phần nâng cao chất lượng, tăng năng suất, đồng bộ các công đoạn và rút ngắn thời gian gia công. Việc giảm dần các công đoạn thủ công cũng giúp tiết kiệm chi phí, giảm giá thành và nâng cao khả năng cạnh tranh.

Tập trung nguồn lực, nâng hiệu quả khuyến công

Năm 2026, công tác khuyến công của Nghệ An được bố trí 5.500 triệu đồng, nguồn kinh phí được tập trung chủ yếu cho các cơ sở công nghiệp nông thôn đầu tư máy móc, thiết bị tiên tiến phục vụ sản xuất. Trong đó có 12 đề án thuộc các ngành chế biến, cơ khí, may, nội thất gỗ công nghiệp và những ngành sản xuất có lợi thế của địa phương. Theo đánh giá của Sở Công Thương Nghệ An, việc đầu tư thiết bị hiện đại đã góp phần nâng năng suất lao động, giảm chi phí, nâng chất lượng sản phẩm và từng bước đáp ứng yêu cầu thị trường.

Đáng chú ý, nhiều mô hình sản xuất sau hỗ trợ đã phát huy hiệu quả, với năng suất tăng từ 20-40%, đồng thời giảm chi phí lao động, nâng giá trị gia tăng và khả năng cạnh tranh

của sản phẩm địa phương. Cùng với hỗ trợ đầu tư, hoạt động khuyến công còn triển khai 11 đề án thực hiện nhiệm vụ chính trị và quản lý nhà nước, tập trung vào hội chợ, triển lãm, xúc tiến thương mại, tập huấn nâng cao năng lực quản lý, bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu và tuyên truyền chính sách.

Tuy nhiên, thực tế triển khai cho thấy chính sách khuyến công tại địa phương vẫn đứng trước không ít khó khăn. Phần lớn cơ sở công nghiệp nông thôn có quy mô nhỏ, năng lực tài chính hạn chế, chưa chủ động xây dựng phương án đầu tư và chưa nắm đầy đủ chính sách hỗ trợ. Một số cơ sở chưa đáp ứng các điều kiện về đất đai, môi trường, phòng cháy chữa cháy, hỏa đơn chứng từ hoặc năng lực vốn đối ứng...

Để hoàn thành kế hoạch năm

2026 và tạo nền tảng cho năm 2027, Sở Công Thương Nghệ An xác định tiếp tục ưu tiên các đề án ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến, công nghệ hiện đại, chuyển đổi số và sản xuất xanh. Đồng thời, tăng cường tuyên truyền chính sách, hỗ trợ xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu, đào tạo quản trị, chuyển đổi số, thương mại điện tử và xây dựng thương hiệu sản phẩm.

Một yêu cầu quan trọng khác là tăng cường kiểm tra, giám sát để bảo đảm nguồn kinh phí được sử dụng đúng mục đích, phát huy hiệu quả đầu tư; nâng cao phối hợp giữa Sở Công Thương và các địa phương trong khảo sát nhu cầu, lựa chọn đối tượng hỗ trợ; đồng thời chủ động tham mưu cơ chế, chính sách phù hợp với yêu cầu phát triển công nghiệp nông thôn trong giai đoạn mới. ■

HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN, NHẤT LÀ DOANH NGHIỆP HOẠT ĐỘNG TRONG LĨNH VỰC CƠ KHÍ, CÔNG NGHIỆP CHẾ TẠO ĐẦU TƯ ỨNG DỤNG MÁY MÓC THIẾT BỊ TIÊN TIẾN, NÂNG CAO NĂNG LỰC SẢN XUẤT LÀ MỘT TRONG NHỮNG ƯU TIÊN CỦA KHUYẾN CÔNG NGHỆ AN.



Máy bắn bi bằng tải con lăn tại Công ty TNHH Cơ khí Xây dựng và Thương mại Dũng Thanh. Ảnh: Trung tâm TV&HTPT Công Thương Nghệ An



Nhiều sản phẩm sau khi được công nhận là sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu (RISEP) cấp quốc gia đã từng bước mở rộng thị trường, tiến sâu hơn vào chuỗi cung ứng và vươn ra quốc tế.

► **NGUYỄN HÒA**

Từ danh hiệu RISEP đến những đơn hàng xuất khẩu

Năm 2023, sản phẩm gạch ngói màu không nung Nasaki của Công ty TNHH Nasaki Việt Nam được Bộ Công Thương công nhận là sản phẩm RISEP cấp quốc gia. Với doanh nghiệp, danh hiệu này không chỉ là sự ghi nhận cho quá trình đổi mới, sáng tạo mà còn tạo thêm động lực để tiếp tục nâng cao chất lượng sản phẩm, xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường.

Từ chỗ từng bước khẳng định vị trí trên thị trường trong nước, sản phẩm Nasaki đã bắt đầu hành trình vươn ra thị trường quốc tế. Công ty ký hợp đồng phân phối độc quyền sản phẩm ngói màu với Công ty TNHH Đầu tư LSG Investment Campuchia; đồng thời xuất khẩu thành công hơn 4.300 viên ngói phẳng sang Malaysia, với tổng giá trị trên 6.000 USD. Hiện sản phẩm của NASAKI đã được xuất khẩu sang nhiều thị trường trên thế giới như Nhật Bản, Liên minh châu Âu...

RISEP CẤP QUỐC GIA

BỆ PHÓNG VƯƠN RA THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU



Công ty NASAKI tham gia giới thiệu sản phẩm tại Diễn đàn Kinh tế tư nhân 2026.

Ảnh Nguyễn Hòa

Câu chuyện tương tự cũng đang được viết nên tại Công ty Cổ phần Trà Bắc - TRABACO với sản phẩm than hoạt tính anthracite, được công nhận sản phẩm RISEP cấp quốc gia năm 2025.

Với hơn 20 năm kinh nghiệm và dây chuyền sản xuất có công suất từ 6.000 - 7.000 tấn/năm, TRABACO đã từng bước nâng cấp công nghệ, nâng cao chất lượng để đáp ứng các tiêu chuẩn kiểm định trong nước và quốc tế. Từ nền tảng đó, sản phẩm than hoạt tính anthracite của doanh nghiệp hiện đã được xuất khẩu tới hơn 30 quốc gia, vùng lãnh thổ.

Việc một sản phẩm công nghiệp nông thôn có thể hiện diện tại hàng chục thị trường cho thấy tiềm năng

xuất khẩu của khu vực này còn rất lớn nếu doanh nghiệp có sản phẩm tốt, công nghệ phù hợp và được hỗ trợ đúng thời điểm.

Đặc biệt, than hoạt tính của TRABACO còn cho thấy khả năng gia tăng giá trị từ nguồn nguyên liệu bản địa. Khu vực Đồng bằng sông Cửu Long hiện chiếm tới 88% diện tích trồng dừa của cả nước. Từ nguồn nguyên liệu này, các doanh nghiệp có thể phát triển nhiều sản phẩm chế biến sâu như than hoạt tính, than BBQ, thậm chí dừa, nước cốt dừa cấp đông hay dầu dừa.

Hai câu chuyện của Nasaki và TRABACO dù khác nhau về ngành hàng, quy mô và thị trường nhưng có một điểm chung: việc được

công nhận RISEP không phải là điểm kết thúc của quá trình xây dựng sản phẩm. Ngược lại, đó có thể trở thành bước khởi đầu cho một giai đoạn phát triển mới, nơi doanh nghiệp tiếp tục đầu tư công nghệ, nâng cao tiêu chuẩn, xây dựng thương hiệu và tìm kiếm những thị trường rộng lớn hơn.

Tạo hệ sinh thái hỗ trợ sản phẩm vươn xa

Hiệu quả của RISEP càng rõ nét khi danh hiệu được đặt trong tổng thể chính sách khuyến công. Theo số liệu của Bộ Công Thương, trải qua 6 kỳ bình chọn, cả nước đã có khoảng 800 sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia. Riêng kỳ bình chọn lần thứ VI cuối năm 2025, có 108 sản phẩm được lựa chọn và công nhận.

Đáng chú ý, trên 80% số sản phẩm được công nhận tiêu biểu các cấp đã được hỗ trợ tham gia các chương trình khuyến công như ứng dụng công nghệ, đổi mới máy móc, thiết bị, xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật, xúc tiến thương mại. Đồng

thời, trên 70% sản phẩm đã tham gia các kênh phân phối, chuỗi cung ứng trên thị trường toàn quốc.

Những con số này cho thấy hoạt động bình chọn không dừng lại ở việc trao danh hiệu. Phía sau RISEP là một chuỗi chính sách hỗ trợ giúp doanh nghiệp nâng năng lực sản xuất, hoàn thiện sản phẩm, quảng bá thương hiệu và mở rộng thị trường.

Cục Khoa học, Công nghệ và Chuyển đổi số mang lại nhiều lợi ích thiết thực cho các cơ sở công nghiệp nông thôn. Ngoài việc được sử dụng logo chương trình trên sản phẩm, các cơ sở còn được ưu tiên hỗ trợ từ nguồn kinh phí khuyến công, tham gia hoạt động xúc tiến thương mại và quảng bá trên các phương tiện truyền thông.

Quan trọng hơn, RISEP góp phần định vị thương hiệu, tạo niềm tin với người tiêu dùng và đối tác, từ đó trở thành bước đệm để sản phẩm công nghiệp nông thôn tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị, mở rộng thị trường trong nước và hướng tới xuất khẩu.

Ý nghĩa này đặc biệt quan trọng đối với các doanh nghiệp, hợp tác xã

và cơ sở sản xuất ở khu vực nông thôn. Nhiều đơn vị có sản phẩm tốt, nguồn nguyên liệu đặc trưng nhưng còn hạn chế về vốn, công nghệ, năng lực xây dựng thương hiệu và tiếp cận thị trường. Khi được tiếp sức thông qua khuyến công và RISEP, những điểm nghẽn này từng bước được tháo gỡ.

Trong bối cảnh yêu cầu của thị trường ngày càng cao, từ chất lượng, truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn môi trường đến tính ổn định của chuỗi cung ứng, việc tạo dựng một hệ sinh thái hỗ trợ sau bình chọn càng có ý nghĩa. Muốn sản phẩm RISEP thực sự đi xa, danh hiệu cần tiếp tục gắn với đổi mới công nghệ, chuyển đổi số, xúc tiến thương mại và kết nối với các hệ thống phân phối, nhà nhập khẩu.

Theo định hướng của Cục Công nghiệp trong thời gian tới, cùng với việc tiếp tục triển khai các chính sách khuyến công, RISEP sẽ ngày càng phát huy vai trò trong xây dựng thương hiệu cho sản phẩm công nghiệp nông thôn, đưa những giá trị bản địa vươn xa. ■



Doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm tại hội thảo kết nối giao thương diễn ra vào tháng 9/2026, tại Hà Nội.
Ảnh: Nguyễn Hòa

QUA 6 KỲ BÌNH CHỌN,
CẢ NƯỚC CÓ KHOẢNG
800 SẢN PHẨM RISEP CẤP
QUỐC GIA. TRÊN 80%
SẢN PHẨM ĐƯỢC CÔNG
NHẬN TIÊU BIỂU CÁC CẤP
ĐÃ ĐƯỢC HỖ TRỢ TỪ
CHƯƠNG TRÌNH KHUYẾN
CÔNG; TRÊN 70% SẢN
PHẨM THAM GIA CÁC
KÊNH PHÂN PHỐI, CHUỖI
CUNG ỨNG TRÊN THỊ
TRƯỜNG TOÀN QUỐC.

KHUYẾN CÔNG TUYÊN QUANG

NÂNG TẦM SẢN PHẨM NÔNG THÔN TỪ RISEP



Từ hỗ trợ công nghệ đến xây dựng thương hiệu, khuyến công Tuyên Quang đang tạo nền tảng để các sản phẩm RISEP nâng chất lượng, mở rộng thị trường.



► **HÒA BÌNH**

Sở Công Thương Tuyên Quang trao hỗ trợ từ nguồn khuyến công quốc gia cho Công ty Cổ phần chè Hùng An.
Ảnh: Thanh Tuấn

RISEP tiếp sức khuyến công

Tuyên Quang có nhiều sản phẩm nông, lâm nghiệp và sản phẩm chế biến mang dấu ấn riêng, từ chè, được liệu, thực phẩm đến các sản phẩm từ gỗ và nghề truyền thống. Tuy nhiên, để những sản phẩm này vượt ra khỏi thị trường địa phương, tiếp cận hệ thống phân phối lớn và từng bước tham gia sâu hơn vào thị trường, các cơ sở sản xuất cần được hỗ trợ đồng bộ về công nghệ, chất lượng, bao bì, thương hiệu và xúc tiến thương mại. Đây cũng là hướng đi mà hoạt động khuyến công của tỉnh đang tập trung, trong đó Chương trình sản phẩm công

nghiệp nông thôn tiêu biểu (RISEP) ngày càng giữ vai trò quan trọng.

Tháng 8/2026, UBND tỉnh Tuyên Quang phê duyệt Chương trình khuyến công địa phương giai đoạn 2026-2030, xác định cơ sở công nghiệp nông thôn là trung tâm của chính sách hỗ trợ. Chương trình ưu tiên các ngành nghề, sản phẩm có tiềm năng, lợi thế; đồng thời gắn khuyến công với đổi mới công nghệ, chuyển đổi số, sản xuất sạch hơn và mở rộng thị trường.

Theo mục tiêu đề ra, giai đoạn 2026-2030, Tuyên Quang dự kiến xây dựng khoảng 15 mô hình trình diễn kỹ thuật; hỗ trợ khoảng 185 cơ sở công

nghiệp nông thôn ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến và dây chuyền công nghệ mới. Tỉnh cũng dự kiến hỗ trợ khoảng 50 cơ sở, sản phẩm trong đăng ký nhãn hiệu, thiết kế mẫu mã, bao bì, truy xuất nguồn gốc, phát triển thương hiệu; đồng thời đầu tư, nâng cấp khoảng 12 phòng, điểm trưng bày, giới thiệu và tiêu thụ sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu.

Tuyên Quang đã có nền tảng khá rõ trong hoạt động bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu. Tại kỳ bình chọn cấp tỉnh năm 2024, có 36 hồ sơ sản phẩm, bộ sản phẩm của 23 doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh đăng ký tham gia.

Qua đánh giá, 21 sản phẩm, bộ sản phẩm của 18 cơ sở được lựa chọn trình công nhận. Đến kỳ bình chọn cấp quốc gia lần thứ VI năm 2025, Tuyên Quang có 2 sản phẩm được tôn vinh.

Những sản phẩm này cho thấy thế mạnh của Tuyên Quang vẫn nằm ở nguồn nguyên liệu bản địa và khả năng nâng giá trị thông qua chế biến. Chè, dược liệu, nông sản hay sản phẩm từ rừng nếu chỉ bán dưới dạng nguyên liệu thô sẽ khó tạo giá trị cao. Khi được chế biến sâu, kiểm soát tốt chất lượng, cải tiến mẫu mã và xây dựng thương hiệu, giá trị sản phẩm có thể tăng lên rõ rệt.

Đây chính là điểm giao quan trọng giữa hoạt động khuyến công và RISEP. Một cơ sở được hỗ trợ máy móc có thể nâng năng suất, giảm chi phí. Khi sản phẩm tiếp tục được bình chọn, công nhận và quảng bá, cơ sở sẽ có thêm lợi thế để tìm kiếm đối tác và mở rộng thị trường. Ngược lại, những sản phẩm đã được công nhận RISEP nhưng còn hạn chế về công nghệ, quy mô hay bao bì cũng là nhóm cần được ưu tiên hỗ trợ để phát triển thêm.

Kết nối sản phẩm với thị trường

Một điểm mới khác là hoạt động quản lý, bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu đang được đẩy mạnh trên nền tảng số. Việc số hóa hồ sơ, thông tin sản phẩm và hệ thống quản lý không chỉ giúp giảm thủ tục mà còn tạo điều kiện để dữ liệu về sản phẩm được chuẩn hóa, thuận lợi hơn cho quảng bá và kết nối thị trường.

Với một tỉnh miền núi, địa bàn rộng như Tuyên Quang, yếu tố này càng có ý nghĩa. Nhiều cơ sở công nghiệp nông thôn nằm xa trung tâm,

quy mô nhỏ, khả năng tiếp cận thông tin và thị trường còn hạn chế. Khi thông tin về sản phẩm, chứng nhận, năng lực cung ứng được đưa lên nền tảng số, khoảng cách từ cơ sở sản xuất đến người mua có thể được rút ngắn.

Cùng với hỗ trợ sản xuất, hoạt động khuyến công Tuyên Quang cũng ngày càng chú trọng xúc tiến thương mại. Đối với các sản phẩm RISEP, những hoạt động như vậy đặc biệt cần thiết. Một sản phẩm đã được công nhận cần có thêm cơ hội xuất hiện tại hội chợ, điểm giới thiệu sản phẩm, sàn thương mại điện tử, hệ thống bán lẻ và các chương trình kết nối cung cầu. Khi khâu sản xuất và khâu thị trường được nối với nhau, hiệu quả của chính sách khuyến công mới được phát huy đầy đủ.

Về lâu dài, tác động của khuyến công không chỉ nằm ở từng cơ sở được hỗ trợ. Khi một doanh nghiệp hay hợp tác xã mở rộng sản xuất, nhu cầu nguyên liệu tăng lên, người dân trong vùng cũng có thêm đầu ra. Khi

sản phẩm bán được với giá trị cao hơn, lợi thế về vùng nguyên liệu và nghề truyền thống cũng được khai thác tốt hơn.

Vì vậy, trong giai đoạn 2026-2030, điều quan trọng với khuyến công Tuyên Quang là tiếp tục lựa chọn đúng đối tượng, đúng sản phẩm và hỗ trợ theo nhu cầu thực tế. Những sản phẩm RISEP có tiềm năng cần được ưu tiên kết nối với hỗ trợ đổi mới công nghệ, bao bì, truy xuất nguồn gốc, chuyển đổi số và xúc tiến thương mại.

Khi RISEP không dừng ở bình chọn và khuyến công không dừng ở hỗ trợ máy móc, hai chương trình này sẽ tạo thành một chuỗi hỗ trợ liên mạch hơn. Từ sản phẩm tốt ở vùng nông thôn, qua đầu tư công nghệ, nâng chất lượng, xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường, Tuyên Quang có thể từng bước tạo thêm những sản phẩm đủ sức cạnh tranh, qua đó nâng giá trị công nghiệp nông thôn và tạo sinh kế bền vững hơn cho người dân. ■



Kiểm tra máy ép nhiệt của Công ty TNHH Sản xuất và Thương mại dịch vụ Ngọc Đức.
Ảnh: Thanh Tuấn



Gạo đặc sản VD20 Gò Công được tôn vinh là “Sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp Quốc gia lần thứ VI”.

Nguồn: Báo Thoá

GẠO ĐẶC SẢN VD20 GÒ CÔNG LẤY CHẤT LƯỢNG LÀM NỀN TẢNG PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU

Gạo đặc sản VD20 Gò Công của Công ty TNHH Thương mại HK, phường Mỹ Phong (tỉnh Đồng Tháp) là sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, lấy chất lượng làm yếu tố cốt lõi để tạo dựng vị thế trên thị trường.

► **BẢO THOA**

Lợi thế từ vùng đất chuyên canh

Gạo đặc sản VD20 Gò Công được phát triển tại Đồng bằng sông Cửu Long - khu vực có nhiều khoáng chất phục vụ cây trồng, trong đó giống lúa VD20 phát triển ưu thế trên vùng đất ngập mặn giàu phù sa. Bên cạnh đó, gạo đặc sản VD20 Gò Công được chăm sóc theo quy trình chuẩn, theo hướng hữu cơ, áp dụng công nghệ châu Âu và canh tác tại các cánh đồng liên kết theo chuỗi an toàn thực phẩm.

Cách đây khoảng 10 năm, nhận thấy giống lúa VD20 có phẩm chất nổi trội và giá trị kinh tế cao, ông Châu Minh Hải, Giám đốc Công ty TNHH Thương mại HK, đã quyết tâm phục tráng và xây dựng thương hiệu riêng cho giống lúa này. Giống lúa VD20 thể hiện những đặc tính riêng. Hạt gạo nhỏ, trắng sữa, khi nấu cho cơm thơm, dẻo, dai và có hậu ngọt xen vị mặn nhẹ đặc trưng. Đặc biệt, từ việc xác

định rõ đặc điểm của vùng nguyên liệu, Công ty TNHH Thương mại HK đã xây dựng chuỗi liên kết sản xuất và tiêu thụ lúa gạo VD20.

Theo đó, Công ty TNHH Thương mại HK tập trung đầu tư trọn gói vật tư đầu vào cho người dân, bao gồm giống, phân hữu cơ và thuốc bảo vệ thực vật, theo hình thức hỗ trợ vốn không tính lãi. Đối lại, người trồng lúa phải tuân thủ nghiêm ngặt quy trình canh tác theo hướng hữu cơ và chỉ sử dụng giống VD20 được doanh nghiệp cung cấp. Cách tổ chức này nhằm bảo đảm sự đồng nhất của vùng nguyên liệu và kiểm soát quy trình sản xuất ngay từ đầu.

Nhờ triển khai mô hình liên kết, vùng nguyên liệu VD20 tại Gò Công từng bước được hình thành ổn định. Năng suất trung bình đạt khoảng 5 - 5,5 tấn/ha. Mặc dù năng suất không ở mức cao, song giá trị kinh tế của sản phẩm được đánh giá là vượt trội, góp phần tạo nguồn thu ổn định cho người nông dân tham gia vùng liên kết.

Lấy chất lượng làm nền tảng cho thương hiệu

Điểm đáng chú ý là trong quá trình xây dựng thương hiệu, chất lượng được doanh nghiệp xác định là yếu tố cốt lõi để hạt gạo VD20 tạo dựng vị thế trên thị trường. Theo đó, thay vì đặt mục tiêu chạy theo năng suất, doanh nghiệp lựa chọn ưu tiên chất lượng, hướng tới kiểm soát sản phẩm từ quá trình canh tác đến chế biến và đóng gói. Hạt gạo phải bảo đảm các yêu cầu về độ ngon, sạch và minh bạch trong toàn bộ quy trình sản xuất. Đây cũng

được xem là nền tảng để tạo dựng niềm tin của người tiêu dùng và duy trì sự phát triển lâu dài của thương hiệu.

Với định hướng sản xuất bền vững đó, gạo đặc sản VD20 Gò Công đã đạt được nhiều chứng nhận và giải thưởng. Năm 2021, sản phẩm nhận Giải thưởng “Gạo ngon thương hiệu Việt” tại Festival Lúa gạo Việt Nam lần thứ V; năm 2025, gạo đặc sản VD20 Gò Công được Bộ Công Thương tôn vinh là “Sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp Quốc gia lần thứ VI”. Đặc biệt, sản phẩm được Công ty TNHH SGS Việt Nam chứng nhận đạt 13 chỉ tiêu chất lượng châu Âu. Những chứng nhận và giải thưởng đã góp phần giúp thương hiệu gạo VD20 Gò Công từng bước khẳng định vị trí trên thị trường, không chỉ hướng tới người tiêu dùng trong nước mà còn hướng đến các thị trường có yêu cầu cao như Nhật Bản và châu Âu.

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt, đối với sản phẩm công nghiệp nông thôn, để thương hiệu có thể phát triển lâu dài, yếu tố quan trọng là giữ được chữ tín với thị trường và người tiêu dùng. Đối với gạo đặc sản VD20 Gò Công, quy trình sản xuất, bảo quản và phân phối của Công ty TNHH Thương mại HK cần được công khai, minh bạch. Khi niềm tin của người tiêu dùng được xây dựng, thương hiệu sẽ có cơ sở để từng bước lan tỏa. Đồng thời, doanh nghiệp tiếp tục định hướng mở rộng vùng nguyên liệu, hướng đến xây dựng chuỗi giá trị khép kín từ đồng ruộng đến bàn ăn. Mục tiêu là đưa gạo VD20 Gò Công trở thành sản phẩm đặc trưng của địa phương, đáp ứng các điều kiện để xuất khẩu ổn định sang những thị trường tiềm năng. ■

VIỆC ĐƯỢC TÔN VINH
LÀ “SẢN PHẨM CÔNG
NGHIỆP NÔNG THÔN
TIÊU BIỂU CẤP QUỐC
GIA LẦN THỨ VI” LÀ CƠ
SỞ QUAN TRỌNG ĐỂ
GẠO ĐẶC SẢN VD20 GÒ
CÔNG TIẾP CẬN CHÍNH
SÁCH, MỞ RỘNG THỊ
TRƯỜNG, NÂNG CAO
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM
VÀ PHÁT HUY TIỀM NĂNG,
LỢI THẾ VÙNG MIỀN.



Gạo đặc sản VD20 Gò Công khẳng định vị thế trên thị trường. Nguồn: Báo Thoá

Được Bộ Công Thương bình chọn là sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia năm 2025, bánh quy khoai lang của Công ty Cổ phần Chế biến Thực phẩm Đà Lạt Tự nhiên (xã Đức Trọng, tỉnh Lâm Đồng) cho thấy hướng đi của doanh nghiệp nông nghiệp nông thôn trong nâng cao giá trị nguyên liệu bằng công nghệ và xây dựng thương hiệu.

► QUỲNH HOA



Bánh quy khoai lang

Nguồn: Bảo Thoa

BÁNH QUY KHOAI LANG KHẲNG ĐỊNH GIÁ TRỊ SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU

Xây dựng vùng nguyên liệu ổn định

Bánh quy khoai lang được sản xuất bằng công nghệ sấy chân không hiện đại kết hợp quy trình chế biến tiên tiến, giúp giữ trọn hương vị tự nhiên, màu sắc hấp dẫn và tối ưu hàm lượng dinh dưỡng của nguyên liệu. Với kết cấu giòn thơm, vị ngon tự nhiên và tiện lợi khi sử dụng, bánh quy khoai lang là lựa chọn phù hợp cho mọi lứa tuổi. Đặc biệt, sản phẩm thích hợp cho những người hướng đến lối sống lành mạnh và chế độ ăn uống cân bằng. Đây là một trong những sản phẩm tiêu biểu của Công ty Cổ phần Chế biến Thực phẩm Đà Lạt Tự nhiên (DNF).

Công ty Cổ phần Chế biến Thực phẩm Đà Lạt Tự nhiên (DNF) được thành lập từ năm 2009 tại Đức Trọng, Lâm Đồng. Những ngày đầu, doanh nghiệp bắt đầu từ một xưởng sấy nông sản quy mô nhỏ với mục tiêu giữ được

hương vị tự nhiên của nông sản vùng cao nguyên. Đây cũng là nền tảng hình thành định hướng sản xuất của doanh nghiệp trong những năm tiếp theo, đó là tôn trọng nguyên liệu tự nhiên, kiểm soát chất lượng từ gốc và từng bước hoàn thiện công nghệ chế biến.

Đặc biệt, với định hướng một sản phẩm muốn có chất lượng ổn định trước hết phải bắt đầu từ nguyên liệu ổn định, doanh nghiệp từng bước chủ động xây dựng vùng nguyên liệu tại Lâm Đồng và mở rộng sang Đắk Lắk. Việc chủ động nguồn nguyên liệu, đồng thời tự vận hành dây chuyền chế biến giúp doanh nghiệp kiểm soát nhiều hơn các công đoạn trong quá trình sản xuất, từ thu hoạch đến thành phẩm.

Đây là yếu tố quan trọng để tạo dựng niềm tin đối với sản phẩm công nghiệp nông thôn. Bởi khi sản phẩm được

đưa ra thị trường với một thương hiệu cụ thể, câu chuyện không còn dừng lại ở việc “có nguyên liệu gì thì làm sản phẩm đó”, mà chuyển sang yêu cầu cao hơn về chất lượng, tính ổn định, khả năng truy xuất và nhận diện thương hiệu.

Từ một sản phẩm chế biến từ khoai lang, bánh quy khoai lang đang từng bước trở thành sản phẩm có nhận diện riêng trên thị trường. Đây là kết quả của một quá trình doanh nghiệp kiên trì với hướng đi lấy nông sản địa phương làm nền tảng, đầu tư vào chế biến và từng bước xây dựng thương hiệu. Theo đó, thay vì chỉ tiêu thụ khoai lang dưới dạng nguyên liệu tươi hoặc những sản phẩm chế biến đơn giản, Công ty Cổ phần Chế biến Thực phẩm Đà Lạt Tự nhiên đã phát triển thành sản phẩm bánh, qua đó mở rộng giá trị sử dụng và khả năng tiếp cận người tiêu dùng.

Công nghệ làm nền cho chất lượng

Để một sản phẩm nông sản chế biến có thể đi xa, nguyên liệu tốt là chưa đủ. Công nghệ chế biến chính là yếu tố giúp doanh nghiệp biến nguồn nguyên liệu thành sản phẩm có chất lượng ổn định, phù hợp với yêu cầu ngày càng cao của thị trường. Từ một xưởng sấy nhỏ, Công ty Cổ phần Chế biến Thực phẩm Đà Lạt Tự nhiên từng bước hoàn thiện quy trình sản xuất và đầu tư máy móc, công nghệ.

Hiện doanh nghiệp vận hành dây chuyền chiên chân không và cấp đông nhanh IQF tại nhà máy ở Đức Trọng, với năng lực sản xuất 6.000 tấn/năm theo thông tin trong tài liệu doanh nghiệp cung cấp. Trong đó, công nghệ chiên

chân không là một trong những hướng đầu tư đáng chú ý. Khác với phương pháp chiên truyền thống thường sử dụng nhiệt độ cao, chiên chân không thực hiện trong môi trường áp suất thấp, cho phép kiểm soát nhiệt độ trong quá trình chế biến. Theo doanh nghiệp, phương pháp này giúp hạn chế tình trạng sẫm màu, giảm lượng dầu thấm thấu và giữ tốt hơn màu sắc, hương vị tự nhiên của nguyên liệu.

Bên cạnh công nghệ chiên chân không, hệ thống cấp đông nhanh IQF giúp doanh nghiệp phát triển thêm nhóm sản phẩm rau củ, trái cây đông lạnh. Công nghệ này cấp đông từng sản phẩm riêng lẻ ở tốc độ nhanh, qua đó góp phần bảo toàn cấu trúc, màu sắc, hương vị và giá trị dinh dưỡng của nguyên liệu. Điểm đáng chú ý là công nghệ không được doanh nghiệp xem như một khoản đầu tư đơn lẻ, mà gắn với chiến lược phát triển sản phẩm. Từ nền tảng công nghệ, DNF có thể đa dạng hóa danh mục, đồng thời chủ động hơn trong kiểm soát chất lượng và đáp ứng yêu cầu của các thị trường khác nhau.

Nếu nguyên liệu tạo nên câu chuyện về vùng đất, công nghệ tạo nên chất lượng thì thương hiệu là yếu tố giúp sản phẩm được ghi nhớ trên thị trường. Với DNF, quá trình này được tích lũy qua nhiều năm, từ việc xây dựng vùng nguyên liệu, đầu tư nhà máy, hoàn thiện quy trình sản xuất đến phát triển thị trường. Và trái ngọt cho sự đầu tư đó là hiện nhiều sản phẩm của doanh nghiệp, trong đó có bánh quy khoai lang, đang được thị trường đón nhận, tin dùng và không chỉ dừng ở thị trường trong nước mà còn vươn xa, hiện diện tại nhiều thị trường như Hàn Quốc, Nhật Bản, châu Âu.■



Công ty Cổ phần Chế biến Thực phẩm Đà Lạt Tự nhiên nâng cao chất lượng sản phẩm bằng công nghệ

Nguồn: DNF

VIỆC BÁNH QUY KHOAI LANG CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN CHẾ BIẾN THỰC PHẨM ĐÀ LẠT TỰ NHIÊN CÓ TÊN TRONG DANH SÁCH SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU CẤP QUỐC GIA NĂM 2025 LÀ SỰ GHI NHẬN ĐÁNG CHÚ Ý ĐỐI VỚI MỘT SẢN PHẨM ĐƯỢC PHÁT TRIỂN TỪ NGUỒN NGUYÊN LIỆU NÔNG NGHIỆP, ĐỒNG THỜI CHO THẤY HIỆU QUẢ CỦA QUÁ TRÌNH ĐẦU TƯ, HOÀN THIỆN SẢN XUẤT VÀ NÂNG CAO GIÁ TRỊ SẢN PHẨM TẠI KHU VỰC NÔNG THÔN.

Với hơn 200 sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu (RISEP) các cấp, TP. Đà Nẵng đang đẩy mạnh chính sách khuyến công theo hướng hỗ trợ đổi mới công nghệ, hoàn thiện thương hiệu và mở rộng thị trường, tạo nền tảng để sản phẩm RISEP nâng sức cạnh tranh.

► THU HẸNG

Hiện TP. Đà Nẵng có hơn 200 sản phẩm RISEP các cấp, trong đó phần lớn thuộc nhóm chế biến nông, lâm sản và thực phẩm - nhóm hàng có nhu cầu tiêu dùng lớn và gắn kết chặt với lợi thế nguyên liệu, ngành nghề tại khu vực nông thôn.

Năm 2025, trong 108 sản phẩm RISEP cấp quốc gia được tôn vinh, Đà Nẵng có 2 sản phẩm được công nhận, gồm Cà phê Mayaca M4 của Công ty TNHH MTV Cà phê MAYACA tại xã Hòa Tiến và sản phẩm Thanh gạo lứt hạt và Rong biển của Hợp tác xã Nông nghiệp xanh Duy Oanh tại xã Duy Xuyên.

Cà phê Mayaca M4 là sản phẩm cà phê rang mộc, không tẩm, được chế biến bằng công nghệ rang xay tiên tiến. Sản phẩm có vị ngọt thanh, chua nhẹ, ít đắng, phù hợp với nhiều phương pháp pha như pha máy, pha phin và phin giấy. Việc một sản phẩm địa phương được công nhận RISEP không chỉ ghi nhận chất lượng mà còn mở thêm cơ hội để doanh nghiệp nâng tầm thương hiệu và tiếp cận thị trường rộng hơn.

Với Thanh gạo lứt hạt và Rong biển, bà Phạm Thị Duy Mỹ, Giám đốc Hợp tác xã Nông nghiệp xanh Duy Oanh cho biết, việc được tôn vinh là

KHUYẾN CÔNG TẠO LỰC ĐẨY CHO SẢN PHẨM RISEP ĐÀ NẴNG



Hiện TP. Đà Nẵng có hơn 200 sản phẩm RISEP các cấp Ảnh: Nguyễn Hòa

niềm tự hào của doanh nghiệp, đồng thời tạo động lực để sản phẩm tiếp tục vươn xa, góp phần khẳng định thương hiệu sản phẩm của Đà Nẵng trên thị trường cả nước.

Đang sau sự phát triển của các sản phẩm RISEP là vai trò ngày càng rõ nét của chính sách khuyến công. Năm 2025, Đà Nẵng đã triển khai 12 đề án hỗ trợ ứng dụng máy móc, thiết bị và chuyển giao công nghệ tiên tiến cho 12 đơn vị với tổng kinh phí 3,183 tỷ đồng; đồng thời hỗ trợ 5 mô hình sản xuất sạch hơn. Hoạt động phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn cũng được đẩy mạnh thông qua bình chọn, quảng bá và hỗ trợ xây dựng thương hiệu.

Cùng với đó, thành phố hỗ trợ đăng ký sở hữu công nghiệp, thiết kế mẫu mã, bao bì và tổ chức các đoàn doanh nghiệp tham gia hội chợ, triển lãm tại nhiều địa phương. Đây là những khâu quan trọng giúp sản phẩm sau khi được công nhận RISEP không dừng lại ở danh hiệu mà từng bước hoàn thiện hình thức, nâng giá trị thương hiệu và mở rộng đầu ra.

Năm 2026, chương trình khuyến công địa phương được giao 10,8 tỷ

đồng, dự kiến hỗ trợ 29 đề án ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến, 3 mô hình sản xuất sạch hơn, 5 đề án về thương hiệu, bao bì và tham gia 5 chương trình hội chợ triển lãm hàng công nghiệp nông thôn tiêu biểu. Khuyến công đang phát huy vai trò như nguồn “vốn mồi”, khuyến khích cơ sở sản xuất mạnh dạn đầu tư thêm nguồn lực để đổi mới công nghệ và nâng năng lực cạnh tranh.

Theo bà Đỗ Việt Hồng, Giám đốc Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại TP. Đà Nẵng, thời gian tới sẽ tiếp tục hỗ trợ cơ sở công nghiệp nông thôn phát triển cả về chiều rộng và chiều sâu; tập trung ứng dụng khoa học - công nghệ, máy móc tiên tiến, đồng thời thúc đẩy sản xuất hàng hóa theo chuỗi giá trị, gắn vùng nguyên liệu với chế biến và tiêu thụ, phù hợp nhu cầu thị trường. Quan điểm xuyên suốt là khuyến công không chỉ dừng ở hỗ trợ kinh phí mà phải trở thành công cụ thúc đẩy đổi mới công nghệ, nâng cao năng lực cạnh tranh và tạo động lực phát triển công nghiệp nông thôn trong không gian phát triển mới của thành phố. ■

Trong khuôn khổ Viet Nam International Sourcing 2026 tại TP. Hồ Chí Minh, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu (RISEP) được kết nối với nhà mua hàng, hệ thống phân phối và chuỗi cung ứng quốc tế, mở thêm cơ hội nâng giá trị và thị trường.

► LINH ĐÀN

Dẫn ra từ ngày 3 - 5/9/2026 tại TP. Hồ Chí Minh, Triển lãm sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu - Kết nối chuỗi cung ứng quốc tế là hoạt động xúc tiến tiêu thụ trọng điểm thuộc Chương trình Khuyến công quốc gia năm 2026. Tại đây, các sản phẩm RISEP cấp quốc gia có cơ hội tiếp cận đối tác, hệ thống phân phối và nhà mua hàng.

Điểm đáng chú ý của triển lãm không chỉ là trưng bày sản phẩm mà còn tạo kết nối thị trường trực tiếp. Doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất công nghiệp nông thôn và nghệ nhân có thể giới thiệu sản phẩm, trao đổi với đối tác, tìm kiếm cơ hội tiêu thụ trong nước và xuất khẩu.

Các nhóm hàng được giới thiệu đa dạng, từ chế biến nông, lâm, thủy sản; thủ công mỹ nghệ, quà tặng, hàng tiêu dùng; dệt may, da giày đến cơ khí, máy móc, thiết bị phục vụ sản xuất. Qua đó, RISEP được đặt trong một hệ sinh thái hàng hóa rộng hơn, cho thấy khả năng tham gia chuỗi cung ứng thay vì chỉ dừng ở sản phẩm đặc trưng địa phương.

Không gian triển lãm được tổ chức theo hướng mở, hiện đại. Ứng dụng công nghệ số, hình ảnh 3D và trình chiếu trực quan giúp các cơ sở giới thiệu sản phẩm linh hoạt hơn, nhất là với mặt hàng công kênh hoặc khó vận chuyển. Công nghệ cũng tạo thêm



Thứ trưởng Bộ Công Thương Phan Thị Thắng tham quan các gian hàng tại Triển lãm sản phẩm CNNT tiêu biểu - Kết nối chuỗi cung ứng quốc tế.

Ảnh: Trọng Tùng

RISEP mở rộng đường VÀO CHUỖI CUNG ỨNG QUỐC TẾ

cách kể câu chuyện về nguồn nguyên liệu, quy trình sản xuất và thương hiệu.

Cùng với triển lãm, Diễn đàn “Chuyển đổi xanh: Chia khóa kết nối tiêu thụ và thúc đẩy xuất khẩu sản phẩm công nghiệp nông thôn” cho thấy yêu cầu thị trường đối với RISEP đang thay đổi nhanh. Theo bà Đỗ Thị Minh Trâm, Phó Cục trưởng Cục Công nghiệp, sản phẩm công nghiệp nông thôn có lợi thế từ nguồn nguyên liệu, lao động, bản sắc văn hóa và đặc trưng địa phương. Tuy nhiên, người tiêu dùng và hệ thống phân phối ngày càng quan tâm đến chất lượng, nguồn gốc, tiêu chuẩn môi trường, bao bì, truy xuất và tính bền vững.

Theo bà Đỗ Thị Minh Trâm, chuyển đổi xanh không chỉ là yêu cầu về môi trường mà đã trở thành yếu tố trực tiếp quyết định năng lực cạnh tranh và khả năng mở rộng thị trường. Với các cơ sở công nghiệp nông thôn, xanh hóa cần gắn với đổi mới công nghệ, tiết kiệm năng lượng, kinh tế tuần hoàn, nâng chất lượng sản phẩm, xây dựng thương hiệu và ứng dụng số.

PGS.TS Bùi Quang Tuấn, Phó Chủ tịch Hội Khoa học Kinh tế Việt Nam, cho rằng thước đo mới của xuất khẩu sản phẩm công nghiệp nông thôn phải là phần giá trị doanh nghiệp và cộng đồng nông thôn giữ lại trong chuỗi. Năng lực cạnh tranh cần chuyển từ lợi thế giá thấp sang chất lượng, khác biệt hóa, truy xuất, bền vững và cung ứng ổn định.

Từ góc độ chính sách, ông Bùi Quang Tuấn đề xuất chuyển từ hỗ trợ từng sản phẩm, từng cơ sở sang hỗ trợ chuỗi giá trị và hệ sinh thái, có đơn vị đầu mối và hộ chiếu số. Đây là gợi ý đáng chú ý với RISEP khi danh hiệu cần được nối tiếp bằng năng lực tiếp cận thị trường và tham gia chuỗi giá trị cao hơn.

Thông qua Viet Nam International Sourcing 2026, TP. Hồ Chí Minh trở thành điểm kết nối để RISEP không chỉ được quảng bá rộng hơn mà còn tiếp cận các yêu cầu mới của nhà mua hàng và hệ thống phân phối. Từ một sản phẩm được công nhận tiêu biểu, bài toán tiếp theo là biến lợi thế ấy thành đơn hàng, thị trường và giá trị bền vững hơn cho doanh nghiệp công nghiệp nông thôn. ■

KHUYẾN CÔNG CAO BẰNG

ĐẶT NGUỒN LỰC VÀO ĐÚNG ĐIỂM NGHỀ SẢN XUẤT



Các sản phẩm được chế biến từ tre, trúc của Công ty TNHH MTV 688 Cao Bằng.

Ảnh: Thanh Tuấn

Từ hỗ trợ máy móc đến đổi mới công nghệ, khuyến công Cao Bằng đang đưa nguồn lực vào đúng nhu cầu, tạo sức bật cho các cơ sở sản xuất nông thôn.

► BÌNH MINH

Máy móc mở lối sản xuất

Ở Cao Bằng, hiệu quả của khuyến công có thể nhìn thấy rõ nhất không phải ở những con số lớn, mà trong chính các xưởng sản xuất nhỏ ở vùng nông thôn.

Một chiếc máy cắt mối, một thiết bị hấp nguyên liệu hay một máy chế biến phù hợp đôi khi đủ để thay đổi cách làm của cả cơ sở. Công việc bớt phụ thuộc vào sức người, thời gian sản xuất được rút ngắn, sản phẩm đồng đều hơn. Từ những thay đổi tưởng như nhỏ ấy, khuyến công đang từng bước tạo thêm sức bật cho công nghiệp nông thôn Cao Bằng.

Phần lớn cơ sở công nghiệp nông thôn của tỉnh có quy mô nhỏ, vốn đầu tư hạn chế, trong khi địa bàn rộng và khả năng tiếp cận công nghệ không đồng đều. Với nhiều cơ sở, đầu tư cả dây chuyền mới là bài toán khó. Nhưng nếu được hỗ trợ đúng thiết bị đang thiếu, hiệu quả có thể đến khá nhanh. Đây cũng là lý do hỗ trợ ứng dụng máy móc, thiết bị luôn là nội dung quan trọng trong hoạt động khuyến công của tỉnh.

Thực tế cho thấy, điều các cơ sở nhỏ cần không phải lúc nào cũng là công nghệ quá hiện đại. Quan trọng hơn là máy móc phải phù hợp với

quy mô, nguyên liệu và thị trường. Với cơ sở chế biến nông, lâm sản, nhu cầu có thể là máy sấy, thiết bị sơ chế, máy đóng gói. Với các xưởng cơ khí, đó có thể là máy cắt, máy hàn, máy khoan, máy tiện hay thiết bị gia công giúp tăng độ chính xác và rút ngắn thời gian hoàn thành sản phẩm.

Ở xã Nguyên Bình, Công ty TNHH MTV 688 Cao Bằng từng được hỗ trợ ứng dụng thiết bị trong sản xuất sản phẩm từ tre, trúc. Doanh nghiệp đầu tư nổi hấp chế biến tre, trúc dung tích 3 m³. Thiết bị không phải dây chuyền đồ sộ, nhưng lại đi đúng vào khâu xử lý nguyên liệu, giúp doanh nghiệp chủ động hơn trong sản xuất và tận dụng tốt hơn nguồn nguyên liệu tại địa phương. Cách hỗ trợ này cho thấy giá trị của khuyến công nằm nhiều ở việc lựa chọn đúng điểm rơi của nguồn vốn.

Một ví dụ khác là Hợp tác xã Nông nghiệp Cai Bộ, được hỗ trợ ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến trong sản xuất miến dong từ nguồn khuyến công quốc gia. Miến dong là sản phẩm có lợi thế từ nguyên liệu bản địa, nhưng để đi xa hơn, chất lượng chế biến phải ổn định. Khi máy móc tham gia sâu hơn vào sản xuất, cơ sở có thể giảm bớt công đoạn thủ công, kiểm soát chất lượng tốt hơn và từng bước chuẩn hóa sản phẩm.

Khuyến công đi sát nhu cầu

Cùng với chế biến nông, lâm sản, cơ khí là lĩnh vực cho thấy khá rõ tác động của đổi mới thiết bị. Ở vùng nông thôn, các xưởng cơ khí không chỉ làm cửa, khung, kết cấu kim loại mà còn sửa chữa máy móc, gia công công cụ và thiết bị phục vụ sản xuất. Một xưởng có máy móc tốt hơn sẽ



Sản phẩm Công ty TNHH MTV 688 Cao Bằng nhận được sự quan tâm của người tiêu dùng.
Ảnh: Thanh Tuấn

làm nhanh hơn, chính xác hơn, nhận được những đơn hàng khó hơn và phục vụ tốt hơn nhu cầu tại chỗ.

Từ thực tế đó, kinh nghiệm đầu tiên của khuyến công Cao Bằng là phải đi sát cơ sở. Cán bộ khuyến công cần biết cơ sở đang vướng ở khâu nào, thiết bị nào đang thiếu và nếu đầu tư máy mới thì sản lượng, chất lượng sẽ thay đổi ra sao. Nếu chỉ nhìn vào hồ sơ mà thiếu khảo sát thực tế, rất dễ xảy ra tình trạng thiết bị chưa phù hợp hoặc để án khó phát huy hiệu quả.

Bên cạnh đó, nhiều doanh nghiệp, hợp tác xã ở nông thôn có năng lực tài chính còn mỏng. Một đề án dù được hỗ trợ nhưng phần vốn đối ứng quá lớn vẫn có thể trở thành gánh nặng. Máy móc mới cũng chỉ phát huy giá trị khi có người biết vận hành, bảo dưỡng và khai thác đúng công suất. Vì vậy, hỗ trợ thiết bị cần đi cùng hướng dẫn kỹ thuật và nâng cao năng lực quản lý.

Không thể tách hỗ trợ máy móc khỏi bài toán thị trường. Một cơ sở tăng được sản lượng nhưng không mở rộng được đầu ra thì hiệu quả đầu tư sẽ sớm chạm giới hạn. Khuyến công

vì thế cần kết nối đổi mới thiết bị với xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu, hoàn thiện bao bì và quảng bá sản phẩm. Khi sản xuất và thị trường được nối với nhau, chiếc máy mới thực sự trở thành công cụ giúp cơ sở phát triển.

Trong điều kiện nguồn lực còn giới hạn, cách sử dụng vốn càng cần tính toán kỹ. Thay vì hỗ trợ dàn trải, Cao Bằng có thể tiếp tục ưu tiên những cơ sở có phương án sản xuất rõ ràng, có thị trường và khả năng đối ứng. Với chế biến nông, lâm sản, nên hướng vào các công đoạn còn thủ công, tiêu hao nhiều lao động hoặc ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng. Với cơ khí, ưu tiên thiết bị giúp tăng độ chính xác, năng suất và an toàn sản xuất.

Nhìn rộng hơn, kinh nghiệm của Cao Bằng cho thấy khuyến công hiệu quả không nhất thiết bắt đầu từ những dự án lớn. Nhiều khi, thay đổi được tạo ra từ một chiếc máy đặt đúng chỗ và đúng thời điểm. Khi người thợ cơ khí có thiết bị tốt hơn, cơ sở chế biến có công nghệ phù hợp hơn và doanh nghiệp mạnh dạn đầu tư thêm, năng lực sản xuất của địa phương cũng được bồi đắp từng bước. ■

HÀ NỘI

TĂNG HỖ TRỢ XÚC TIẾN THỊ TRƯỜNG CHO DOANH NGHIỆP CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN



Sản phẩm lụa Vạn Phúc khẳng định thương hiệu trên thị trường

Ảnh: Cấn Dũng

Thực hiện chương trình khuyến công năm 2026, thành phố Hà Nội tập trung nguồn lực hỗ trợ các cơ sở sản xuất mở rộng thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh, từng bước đưa sản phẩm công nghiệp nông thôn vươn xa hơn.

► BẢO THOA

Đổi mới sản xuất, nâng năng lực cạnh tranh

Hà Nội là nơi tập trung chủ yếu ở các nghề như: Mây tre đan, vàng bạc đồng kim khí, đồ gỗ mỹ nghệ, hoa nghệ thuật, sơn mài, khảm trai, gốm sứ, dệt lụa, thêu ren..., thành phố hiện có hơn 1.350 làng nghề và làng có nghề, trong đó nhiều làng nghề đã chuyển mình mạnh mẽ, phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn đặc trưng có giá trị cao, phục vụ xuất khẩu và du lịch.

Nhiều năm qua, theo Sở Công Thương, Hà Nội luôn dành sự quan tâm đặc biệt đến phát triển công nghiệp nông thôn - lĩnh vực góp phần bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống, đóng vai trò quan trọng trong chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo việc làm và nâng cao đời sống người dân khu vực

nông thôn. Nhiều sản phẩm đã từng bước nâng cao chất lượng, khẳng định giá trị văn hóa và thương hiệu, tiếp cận và chinh phục thị trường quốc tế.

Hà Nội xác định sản phẩm công nghiệp nông thôn có vai trò quan trọng trong chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo việc làm và nâng cao đời sống người dân, năm 2026, khuyến công Hà Nội tập trung hỗ trợ doanh nghiệp, cơ sở sản xuất công nghiệp nông thôn ứng dụng công nghệ để tăng giá trị sản phẩm. Nhiều làng nghề tiêu biểu như Bát Tràng (gốm sứ), Hạ Thái (sơn mài), Phú Vinh (mây tre đan), Vạn Phúc (lụa) đã mạnh dạn đầu tư máy móc hiện đại, áp dụng lò nung khí hóa, công nghệ sấy tự động, máy cắt CNC, vật liệu thân thiện môi trường.

Nhờ đổi mới công nghệ, năng suất lao động tại các cơ sở này tăng từ 25%-30%, tỷ lệ hàng lỗi giảm còn dưới 5%, đồng thời giảm đáng kể chi phí sản xuất và tiêu hao năng lượng. Một số sản phẩm đã đạt tiêu chuẩn xuất khẩu châu Âu (CE) và chứng nhận sản phẩm xanh, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nông thôn. Theo Kế hoạch khuyến công năm 2026, Hà Nội tiếp tục thúc đẩy ứng dụng khoa học, công nghệ và chuyển giao công nghệ gắn với Cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Thành phố dự kiến hỗ trợ 10-15 cơ sở công nghiệp nông thôn đầu tư đổi mới máy móc, thiết bị, cải tiến dây chuyền sản xuất, qua đó nâng cao năng suất, chất lượng và khả năng cạnh tranh của sản phẩm.

Điểm mới là các mô hình sau hỗ trợ sẽ được chuẩn hóa quy trình, xây dựng tài liệu và video kỹ thuật để nhân rộng, tránh tình trạng hỗ trợ đơn lẻ, thiếu lan tỏa. Cách tiếp cận này cho thấy chương trình khuyến công không chỉ dừng ở hỗ trợ trực tiếp từng cơ sở, mà còn hướng tới tạo ra những mô hình có khả năng áp dụng rộng rãi. Bên cạnh đó, nâng cao năng lực quản trị, tiếp cận kinh tế số, thương mại điện tử và hội nhập thị trường quốc tế được xác định là yêu cầu thiết yếu.

Khi hành vi tiêu dùng thay đổi nhanh, kênh phân phối truyền thống thu hẹp, việc giúp các cơ sở công nghiệp nông thôn tham gia chuỗi cung ứng và bán hàng trực tuyến không còn là lựa chọn, mà là điều kiện để tồn tại và phát triển. Đây cũng là yêu cầu đặt ra trong quá trình phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn của Hà Nội. Sản phẩm muốn mở rộng thị trường không chỉ cần bảo đảm chất lượng, mà còn phải thích ứng với phương thức kinh doanh mới, nâng cao khả năng tiếp cận người tiêu dùng qua các kênh phân phối hiện đại.

Kết nối mở rộng thị trường

Cùng với hỗ trợ phát triển sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm, năm 2026, Hà Nội tập trung nguồn lực đáng kể cho xúc tiến thương mại cho sản phẩm công nghiệp nông thôn theo hướng quy mô hơn, chuyên nghiệp hơn, gắn chặt hơn với nhu cầu thực tế của thị trường. Việc đưa sản phẩm đến gần hơn với thị trường, người tiêu dùng và hệ thống phân phối được đặt trong tổng thể giải pháp hỗ trợ sản xuất, xây dựng thương hiệu và nâng cao năng lực của cơ sở công nghiệp nông thôn.



Chương trình khuyến công hỗ trợ sản phẩm làng nghề Vạn Phúc cải tiến sản xuất

Ảnh: Bảo Thoa

Bên cạnh đó, Hà Nội đặc biệt chú trọng xây dựng thương hiệu và thiết kế sản phẩm: dự kiến trong năm nay sẽ hỗ trợ đăng ký nhãn hiệu cho khoảng 30-35 sản phẩm, xây dựng phòng trưng bày tại 10-15 cơ sở có

sản phẩm tiêu biểu, tổ chức cuộc thi thiết kế mẫu sản phẩm thủ công mỹ nghệ Hà Nội 2026 với kỳ vọng tạo ra 300 - 400 mẫu thiết kế mới. Thông qua đó nhằm góp phần giải quyết một trong những hạn chế của sản phẩm công nghiệp nông thôn hiện nay là thương hiệu và khả năng nhận diện, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường.

Ngoài ra, yếu tố con người tiếp tục được coi là trung tâm của chính sách khuyến công Hà Nội. Các lớp đào tạo nghề, tập huấn kỹ năng quản trị và bán hàng trực tuyến liên tục được tổ chức trong bối cảnh thương mại điện tử và kinh doanh trên các nền tảng số đang "bùng nổ". Đồng thời, việc trang bị kiến thức, kỹ năng số, kỹ năng tiếp cận khách hàng và tổ chức bán hàng trực tuyến càng trở nên cần thiết, giúp các cơ sở công nghiệp nông thôn chủ động thích ứng với những thay đổi của thị trường và mở rộng thêm cơ hội tiêu thụ sản phẩm một cách chủ động. ■

VỚI CÁCH LÀM SỚM, BÀI BẢN VÀ CÓ TRỌNG TÂM, KHUYẾN CÔNG HÀ NỘI NĂM 2026 ĐƯỢC KỲ VỌNG TẠO CHUYỂN BIẾN RÕ NÉT CẢ VỀ CHẤT LƯỢNG SẢN XUẤT LẪN NĂNG LỰC THỊ TRƯỜNG. KHÔNG CHỈ HỖ TRỢ CƠ SỞ ĐỔI MỚI MÁY MÓC, THIẾT BỊ, CHƯƠNG TRÌNH CÒN HƯỚNG TỚI NÂNG CAO NĂNG LỰC QUẢN TRỊ, XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU, THIẾT KẾ SẢN PHẨM, PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI.



Hoạt động sản xuất tại Công ty TNHH Hao Che (Đồng Nai)

Ảnh: Linh Đan

KHUYẾN CÔNG ĐỒNG NAI

Nâng năng lực doanh nghiệp công nghiệp nông thôn

Chương trình khuyến công Đồng Nai giai đoạn 2026-2030 không chỉ hỗ trợ máy móc, thiết bị mà mở rộng sang đào tạo quản trị, chuyển đổi số, sản xuất sạch hơn, phát triển thương hiệu và thị trường, qua đó nâng năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn.

► LINH ĐAN

Từ hỗ trợ thiết bị đến nâng năng lực toàn diện

Đồng Nai có số lượng lớn doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn (CNNT) hoạt động trong các lĩnh vực chế biến nông sản, thực phẩm, cơ khí, gỗ, thủ công mỹ nghệ, vật liệu xây dựng... Phần lớn cơ sở có quy mô nhỏ và vừa, nguồn lực tài chính, công nghệ và quản trị còn hạn chế, trong khi yêu cầu thị trường ngày càng cao.

Trong bối cảnh đó, Chương trình khuyến công trên địa bàn tỉnh Đồng Nai giai đoạn 2026-2030, được

UBND tỉnh phê duyệt tại Quyết định số 33/QĐ-UBND đã đặt ra cách tiếp cận hỗ trợ toàn diện hơn. Chương trình hướng tới huy động, sử dụng hiệu quả nguồn lực để phát triển công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp, ưu tiên chế biến nông, lâm, thủy sản, đồng thời gắn với bảo vệ môi trường, kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn và kinh tế số.

Đáng chú ý, nâng cao năng lực quản lý, tư vấn và trợ giúp các cơ sở CNNT được xác định là một nội dung trọng tâm. Các lớp đào tạo, bồi dưỡng tập trung vào khởi sự doanh

ngành, quản trị nhân sự, tài chính - kế toán, marketing, hội nhập kinh tế quốc tế, sản xuất sạch hơn, sản xuất và tiêu dùng bền vững.

Như vậy, khuyến công không chỉ hỗ trợ “phần cứng”, mà còn bổ sung những năng lực cần thiết để doanh nghiệp vận hành hiệu quả, kiểm soát chi phí, nâng chất lượng quản trị và tiếp cận thị trường. Đây là điểm quan trọng trong bối cảnh sức cạnh tranh của doanh nghiệp ngày càng phụ thuộc nhiều hơn vào công nghệ, quản trị, khả năng đáp ứng tiêu chuẩn và thích ứng với các xu hướng sản xuất mới.

Song song với đào tạo, chương trình hỗ trợ xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật; chuyển giao công nghệ; ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến; đổi mới quy trình công nghệ và sản xuất sạch hơn. Mục tiêu đến năm 2030 là hỗ trợ 48 cơ sở CNNT ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến; xây dựng 5 mô hình “Sản xuất và Tiêu dùng bền vững” gắn với kinh tế tuần hoàn; tổ chức 9 hội thảo chuyên đề về nâng cao năng lực quản lý, tiết kiệm chi phí và chuyển đổi số.

Chương trình cũng gắn hỗ trợ sản xuất với phát triển thị trường thông qua bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu, hội chợ, triển lãm và xây dựng thương hiệu. Cụ thể, dự kiến tổ chức 3 lần bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp tỉnh, tham gia 2 lần bình chọn cấp quốc gia, 15 hội chợ, triển lãm và hỗ trợ xây dựng, phát triển thương hiệu cho 9 sản phẩm.

Doanh nghiệp chủ động, chính sách tạo lực nâng

Thực tế tại Đồng Nai thời gian qua cho thấy, chính sách khuyến

công hỗ trợ đúng nhu cầu, đã giúp doanh nghiệp phát huy hiệu quả hoạt động rõ rệt. Điển hình là Công ty cổ phần Tập đoàn Gia Bảo, ở phường Bình Phước, có sản phẩm được Bộ Công Thương công nhận là sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp quốc gia năm 2025. Đây là sự ghi nhận cho nỗ lực của doanh nghiệp trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm, xây dựng thương hiệu và quảng bá đặc sản địa phương đến người tiêu dùng.

Tương tự, Công ty TNHH Thương mại sản xuất Thuận Hương, xã Thống Nhất, đã đầu tư dây chuyền sấy lạnh, sấy nhiệt và đóng gói chân không. Hệ thống giúp nâng chất lượng sản phẩm, kéo dài thời gian bảo quản và đáp ứng yêu cầu của nhiều thị trường xuất khẩu.

Theo bà Liu Thị Yến, Giám đốc điều hành công ty, đây là bước tiến quan trọng trong việc nâng cao giá trị nông sản Đồng Nai, đưa sản phẩm địa phương trở thành hàng hóa có sức cạnh tranh quốc tế.

Những mô hình trên cho thấy thiết bị mới chỉ là một phần của quá trình nâng cao năng lực. Để công nghệ thực sự tạo ra giá trị, doanh nghiệp còn cần quản trị tốt, kiểm

soát chất lượng, xây dựng thương hiệu, phát triển nhân lực và từng bước đáp ứng các yêu cầu về môi trường, truy xuất nguồn gốc, an toàn sản phẩm.

Điểm đáng chú ý của Chương trình khuyến công Đồng Nai giai đoạn 2026-2030 là các nội dung hỗ trợ được kết nối từ đào tạo, tư vấn, chuyển giao công nghệ đến phát triển sản phẩm, xúc tiến thương mại. Chương trình đồng thời khuyến khích liên kết sản xuất - tiêu thụ tại vùng nguyên liệu, nghiên cứu và ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật, đổi mới công nghệ, sản xuất xanh và chuyển đổi số.

Riêng năm 2026, theo ông Trần Minh Đạt, Giám đốc Trung tâm Khuyến công và Tư vấn phát triển công nghiệp, đơn vị đã tổ chức cho các cơ sở CNNT đăng ký nhu cầu hỗ trợ đầu tư máy móc, thiết bị và tiến hành khảo sát thực tế để lựa chọn nội dung phù hợp. Cách làm dựa trên nhu cầu cụ thể của cơ sở là điều kiện quan trọng để nguồn lực khuyến công đi đúng địa chỉ, hạn chế dàn trải và tạo tác động rõ hơn đến năng suất, chất lượng sản phẩm cũng như khả năng mở rộng thị trường.

KHI HỖ TRỢ CỦA NHÀ NƯỚC KẾT HỢP VỚI QUYẾT TÂM ĐẦU TƯ CỦA DOANH NGHIỆP, KHUYẾN CÔNG SẼ KHÔNG CHỈ GIÚP CƠ SỞ CÓ THÊM MÁY MÓC, THIẾT BỊ MÀ QUAN TRỌNG HƠN LÀ TẠO NỀN TẢNG ĐỂ DOANH NGHIỆP CNNT NÂNG NÂNG LỰC CẠNH TRANH, THAM GIA SÂU HƠN VÀO CHUỖI GIÁ TRỊ VÀ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG.

Hải Phòng đưa khuyến công thành đòn bẩy đổi mới sản xuất

Hải Phòng đang hướng nguồn lực khuyến công vào đổi mới máy móc, công nghệ và mở rộng thị trường, tạo động lực nâng sức cạnh tranh cho công nghiệp nông thôn.

Theo kế hoạch khuyến công năm 2026, Hải Phòng dự kiến hỗ trợ 17 cơ sở ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến, chuyển giao công nghệ và kỹ thuật sản xuất, với tổng kinh phí gần 4 tỷ đồng. Nguồn lực này được kỳ vọng giúp các cơ sở đầu tư chiều sâu, cải tiến quy trình.

Bên cạnh nhiệm vụ trong năm 2026, thành phố tiếp tục triển khai Chương trình khuyến công giai đoạn 2026 - 2030. Hải Phòng sẽ xây dựng 4 mô hình trình diễn kỹ thuật nhằm phổ biến công nghệ mới, sản xuất sản phẩm mới; hỗ trợ 143 cơ sở chuyển giao, ứng dụng máy móc, thiết bị và công nghệ tiên tiến.

Cùng với đổi mới công nghệ, 25 cơ sở dự kiến được hỗ trợ đầu tư phòng trưng bày, giới thiệu sản



Khuyến công Hải Phòng hỗ trợ Công ty TNHH Cơ khí Toàn Phát đầu tư máy móc, nâng cao năng lực sản xuất. Ảnh: Trần Khoa

phẩm công nghiệp nông thôn, hàng thủ công mỹ nghệ gắn với du lịch và xúc tiến thương mại.

Theo Trung tâm Khuyến công và Tư vấn phát triển công nghiệp Hải Phòng, hoạt động khuyến công đã hỗ trợ các cơ sở mở rộng sản xuất, tạo việc làm, nâng thu nhập cho người lao động; đồng thời góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế, lao động theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa và xây dựng nông thôn mới.

TP. Hà Nội tăng cơ hội cho sản phẩm RISEP

Với lợi thế từ hệ thống làng nghề lớn, sản phẩm thủ công giàu bản sắc và nhu cầu ngày càng tăng đối với hàng handmade, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu (RISEP) TP. Hà Nội có nhiều cơ hội mở rộng thị trường xuất khẩu.

Hà Nội hiện có 1.350 làng nghề và làng có nghề, trong đó 334 làng nghề, làng nghề truyền thống đã được công nhận, với tổng giá trị sản xuất hơn 24.000 tỷ đồng/năm. Đây là nền tảng quan trọng để thành phố phát triển các sản phẩm RISEP, hướng tới nâng cao giá trị và mở rộng thị trường.

Năm 2025, Hà Nội có 119 sản phẩm, bộ sản phẩm được công nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp thành phố. Nhiều sản phẩm có thể mạnh về thiết kế thủ công, sử dụng nguyên liệu tự nhiên và mang giá trị văn hóa đặc trưng.

Một số sản phẩm RISEP đã từng bước tiếp cận thị trường quốc tế. Điển hình, bộ sản phẩm Túi hoa đan chim - hoa nổi viền da của hộ kinh doanh Phạm Hồng Vũ, xã Hồng Vân, hiện đã được xuất khẩu sang Thái Lan, Nhật Bản và Pháp.



Sản phẩm công nghiệp nông thôn Hà Nội giới thiệu sản phẩm tại Hội chợ Mùa Thu. Ảnh: Nguyễn Hòa

Theo Sở Công Thương Hà Nội, hoạt động bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu không chỉ nhằm tôn vinh sản phẩm có chất lượng mà còn tạo động lực để các cơ sở đổi mới công nghệ, mẫu mã, nâng năng lực cạnh tranh và mở rộng thị trường.

Giai đoạn 2026 - 2030, Hà Nội tiếp tục tổ chức bình chọn RISEP cấp thành phố, đồng thời hướng dẫn các cơ sở tham gia bình chọn cấp khu vực và quốc gia.

Sản phẩm công nghiệp nông thôn Thanh Hóa hút khách

Sản phẩm công nghiệp nông thôn Thanh Hóa ghi nhận sức mua tích cực tại hội chợ miền Trung - Tây Nguyên, mở thêm cơ hội quảng bá thương hiệu và kết nối thị trường.

Hội chợ triển lãm sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu khu vực miền Trung - Tây Nguyên năm 2026 vừa diễn ra tại Hà Tĩnh, tạo không gian kết nối cung cầu, quảng bá sản phẩm cho doanh nghiệp, cơ sở sản xuất trong khu vực.

Tham gia hội chợ, gian hàng Thanh Hóa có 5 đơn vị, gồm: Công ty Cổ phần Nước mắm Tinh Gia, Công ty TNHH GRV Việt Nam, Công ty TNHH Sản xuất thương mại Nấm Ngọc Việt, Hộ kinh doanh Chè Chính Hà và Hợp tác xã Ngọc Thủy. Sản phẩm trưng bày tập trung vào thế mạnh nông nghiệp và chế biến sâu của địa phương.

Đáng chú ý, nhiều doanh nghiệp đã đầu tư bao bì, tem nhãn, ứng dụng mã QR truy xuất nguồn gốc nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng cao về chất lượng và tính minh bạch.



Các sản phẩm của tỉnh Thanh Hóa thu hút khách hàng tại Hội chợ triển lãm sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu khu vực miền Trung - Tây Nguyên năm 2026. Ảnh: Trọng Tùng

Ông Trịnh Quang Ngọc, đại diện Công ty TNHH Sản xuất thương mại Nấm Ngọc Việt cho biết, doanh nghiệp mang đến hơn 20 dòng sản phẩm, trong đó có các loại nấm từng được xuất khẩu. Sức mua tại hội chợ khá tích cực, doanh thu mỗi ngày đạt khoảng 6 - 7 triệu đồng.

Nhóm sản phẩm chế biến sâu từ thủy sản cũng thu hút người tiêu dùng. Đại diện Công ty Cổ phần Nước mắm Tinh Gia cho biết, nhiều khách hàng đã quay lại mua và giới thiệu sản phẩm cho bạn bè.

Lai Châu dành hơn 1 tỷ đồng tiếp sức công nghiệp nông thôn

Năm 2026, Lai Châu dành hơn 1,06 tỷ đồng triển khai 7 đề án khuyến công, hỗ trợ cơ sở công nghiệp nông thôn đổi mới thiết bị, xây dựng thương hiệu.

Toàn tỉnh Lai Châu hiện có khoảng 1.900 cơ sở công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp, trong đó có 200 doanh nghiệp, hợp tác xã; còn lại chủ yếu là cơ sở sản xuất, kinh doanh cá thể. Năm 2026, tỉnh bố trí hơn 1,06 tỷ đồng từ nguồn khuyến công địa phương để thực hiện 7 đề án, với tổng kinh phí hơn 1,81 tỷ đồng. Phần kinh phí còn lại, gần 749 triệu đồng, do các tổ chức, cá nhân thụ hưởng đóng góp.

Nguồn lực khuyến công tập trung hỗ trợ ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến; đăng ký bảo hộ nhãn hiệu; tư vấn thiết kế mẫu mã, bao bì và đóng gói sản phẩm.

Theo đó, Trung tâm Khuyến công tỉnh Lai Châu đã hỗ trợ xây dựng, đăng ký bảo hộ nhãn hiệu cho 6 sản phẩm công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp với kinh phí hơn 186 triệu đồng. Hợp tác xã Tân Tiến được hỗ trợ đầu tư một máy sao chè trị giá hơn 530 triệu đồng;



Khuyến công Lai Châu hỗ trợ Đề án "Xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật sản xuất gạch không nung" tại Công ty CP Đầu tư phát triển Bảo Dương. Ảnh: Bùi Việt

Công ty TNHH MTV Trường Giang Lai Châu đầu tư máy sấy hạt, máy hút chân không và máy chế hạt với tổng giá trị 478 triệu đồng.

Thời gian tới, Lai Châu tiếp tục ưu tiên đổi mới công nghệ gắn với chuyển đổi số, đào tạo nhân lực, nâng cao năng lực quản trị, xây dựng thương hiệu và thiết kế bao bì.

Quảng Ninh tăng nguồn lực thúc đẩy công nghiệp nông thôn xanh

Giai đoạn 2026 - 2030, Quảng Ninh tiếp tục hoàn thiện chính sách khuyến công, tăng hỗ trợ đối với công nghệ, sản xuất sạch hơn, tạo động lực cho công nghiệp nông thôn phát triển.

Bước vào giai đoạn 2026 - 2030, Quảng Ninh tiếp tục hoàn thiện cơ chế, chính sách khuyến công theo hướng thiết thực, đúng đối tượng, tạo động lực để các cơ sở công nghiệp nông thôn (CNNT) đổi mới sản xuất, nâng cao sức cạnh tranh.

Đáng chú ý, thành phố đã ban hành Nghị quyết số 07/2026/NQ-HĐND quy định mức chi cho hoạt động khuyến công địa phương giai đoạn 2026 - 2030 và Quyết định số 50/2026/QĐ-UBND quy định việc xây dựng kế hoạch, tổ chức thực hiện, quản lý kinh phí khuyến công địa phương.

Theo đó, cơ sở CNNT đầu tư máy móc, thiết bị tiên tiến, chuyển giao công nghệ và ứng dụng tiến bộ khoa



Gốm mông là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Công ty TNHH gốm sứ Quang Vinh tại TP. Quảng Ninh. Ảnh: Việt Nga

học kỹ thuật được hỗ trợ 50% chi phí, tối đa 300 triệu đồng/cơ sở. Trường hợp đầu tư dây chuyền công nghệ, mức hỗ trợ tối đa 450 triệu đồng.

Đối với mô hình sản xuất sạch hơn, sản xuất và tiêu dùng bền vững, mức hỗ trợ tối đa 500 triệu đồng/mô hình. Chính sách cũng dành nguồn lực cho xây dựng thương hiệu, phát triển sản phẩm CNNT tiêu biểu, xúc tiến thương mại, xử lý ô nhiễm và hình thành cụm liên kết doanh nghiệp.

Sơn La hỗ trợ 10 cơ sở công nghiệp nông thôn xây dựng thương hiệu

Năm 2026, Sơn La dành 350 triệu đồng hỗ trợ 10 cơ sở công nghiệp nông thôn xây dựng, đăng ký nhãn hiệu, góp phần nâng giá trị sản phẩm và mở rộng thị trường.

Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh Sơn La đang triển khai Đề án "Hỗ trợ xây dựng và đăng ký nhãn hiệu đối với các sản phẩm công nghiệp nông thôn trên địa bàn tỉnh Sơn La năm 2026".

Trước khi triển khai, Trung tâm đã khảo sát, làm việc trực tiếp với các cơ sở để đánh giá tình hình sản xuất, kinh doanh, năng lực phát triển sản phẩm và nhu cầu xây dựng thương hiệu. Trên cơ sở đó, 10 hợp tác xã, hộ kinh doanh được lựa chọn hỗ trợ với tổng kinh phí 350 triệu đồng.

Nội dung hỗ trợ tập trung vào tư vấn, thiết kế nhãn hiệu, đặt tên thương mại, logo, xây dựng bộ nhận diện và đăng ký bảo hộ nhãn hiệu; đồng thời đẩy mạnh tuyên truyền, quảng bá sản phẩm. Qua đó, các cơ sở có điều kiện nâng cao nhận thức về sở hữu trí tuệ, bảo



Nhà máy chế biến thực phẩm sạch Vân Hồ, Sơn La áp dụng công nghệ cao trong sản xuất. Ảnh: Xuyên Chi

vệ uy tín và từng bước chuyên nghiệp hóa hoạt động sản xuất, kinh doanh.

Cùng với xây dựng thương hiệu, năm 2026, khuyến công Sơn La còn hỗ trợ thiết kế mẫu mã, bao bì; ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến vào sản xuất, chế biến; hỗ trợ trưng bày, giới thiệu sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu.

Khuyến công tiếp sức doanh nghiệp Tuyên Quang đổi mới công nghệ

Từ chế biến chè đến dệt may, nguồn vốn khuyến công đang giúp doanh nghiệp Tuyên Quang đầu tư công nghệ, tăng năng suất, giảm chi phí và mở rộng thị trường.

Nguồn vốn khuyến công đang phát huy vai trò “vốn mồi”, khuyến khích các cơ sở công nghiệp nông thôn Tuyên Quang đầu tư máy móc, đổi mới công nghệ, nâng cao giá trị sản phẩm.

Tại phường Mỹ Lâm, Công ty TNHH Chè Phú Mỹ đã đầu tư máy tách màu chè trị giá hơn 2 tỷ đồng, trong đó nguồn khuyến công hỗ trợ gần 300 triệu đồng. Thiết bị mới giúp nâng chất lượng chè xuất khẩu, đồng thời giảm số lao động tại công đoạn tách từ khoảng 15 người xuống còn 2 người.

Trong lĩnh vực dệt may, Công ty TNHH Thương mại Xuất nhập khẩu Phường Đình tại phường Nông Tiến đầu tư 72 máy dệt len tiên tiến trị giá gần 800 triệu đồng, được hỗ trợ 290 triệu đồng. Doanh nghiệp



Khuyến công Tuyên Quang hỗ trợ Công ty TNHH Chè Phú Mỹ đầu tư máy móc hiện đại, nâng năng suất và hiệu quả sản xuất.

Ảnh: Trần Khoa

hiện sản xuất hàng xuất khẩu sang Nhật Bản, đồng thời mở thêm cơ sở tại xã Nhữ Khê và xã Chiêm Hóa, tạo việc làm cho người lao động. Thu nhập của công nhân mới học việc đạt 6 - 7 triệu đồng/tháng, thợ lành nghề đạt 10 - 20 triệu đồng/tháng.

Năm 2026, Tuyên Quang triển khai 17 đề án khuyến công trong các lĩnh vực chế biến nông, lâm sản, gia công cơ khí và ngành nghề công nghiệp nông thôn. Đến nay, 3 đề án đã được nghiệm thu, đưa vào vận hành.

Lào Cai triển khai mức chi khuyến công, đưa chính sách vào cuộc sống

Lào Cai triển khai mức chi khuyến công theo Nghị quyết 14/2026/NQ-HĐND, hướng nguồn lực đúng đối tượng, tạo động lực phát triển công nghiệp nông thôn.

UBND tỉnh Lào Cai vừa ban hành văn bản chỉ đạo triển khai Nghị quyết số 14/2026/NQ-HĐND của HĐND tỉnh quy định mức chi các hoạt động khuyến công trên địa bàn.

Nghị quyết tạo cơ sở để triển khai chính sách khuyến công đồng bộ, kịp thời, hỗ trợ các tổ chức, cá nhân thụ hưởng và thúc đẩy phát triển công nghiệp nông thôn.

Theo phân công, Sở Công Thương chủ trì, phối hợp với Sở Tài chính và Trung tâm Xúc tiến đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh hướng dẫn xây dựng, triển khai các chương trình, đề án; tổ chức thẩm định, tham mưu hỗ trợ kinh phí và tăng cường kiểm tra quá trình thực hiện.

Sở Tài chính hướng dẫn lập dự toán, quản lý, sử dụng, thanh quyết toán và tham mưu bố trí kinh phí khuyến công theo quy định.

UBND các xã, phường có trách nhiệm rà soát nhu



Gian trưng bày một số sản phẩm công nghiệp nông thôn của Hợp tác xã Mạnh Hương tại tỉnh Lào Cai. Ảnh: Linh Nhi

cầu hỗ trợ từ cơ sở, đề xuất chương trình, đề án đúng đối tượng, đủ điều kiện thụ hưởng và không trùng lặp với chính sách khác; phối hợp khảo sát, xây dựng hồ sơ và nghiệm thu đề án.

Trung tâm Xúc tiến đầu tư, Thương mại và Du lịch Lào Cai tiếp nhận, tổng hợp nhu cầu, hướng dẫn các tổ chức, cá nhân tiếp cận chính sách và tham gia các hoạt động khuyến công.

