



BẢN TIN

KHUYẾN CÔNG

BẢN TIN CỦA CỤC ĐỔI MỚI SÁNG TẠO, CHUYỂN ĐỔI XANH VÀ KHUYẾN CÔNG - BỘ CÔNG THƯƠNG

SỐ 2/2026



HỘI CHỢ HÙNG VƯƠNG NĂM 2026

DẤU ẤN KHUYẾN CÔNG QUỐC GIA



KHUYẾN CÔNG BẮC NINH

**TẬP TRUNG HỖ TRỢ
DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA**

Trang 30-31

KHUYẾN CÔNG QUỐC GIA

**Tạo động lực đổi mới
công nghệ ở Lâm Đồng**

Trang 12-13

**RISEP TẠO ĐÀ CHO
SẢN PHẨM VIỆT CHINH PHỤC
NGƯỜI TIÊU DÙNG**

Trang 16-17

HỆ THỐNG THIẾT BỊ CẮT TÁCH VỎ CỨNG HẠT ĐIỀU:

**CƠ KHÍ VIỆT TĂNG GIÁ TRỊ
SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN**

Trang 22-23

BẢN TIN KHUYẾN CÔNG

Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh
và Khuyến công
Báo Công Thương
congthuong.vn/khuyencong

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

CHIỤ TRÁCH NHIỆM NỘI DUNG:

NGUYỄN VĂN MINH

Tổng Biên tập Báo Công Thương

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP:

NGUYỄN THỊ LÂM GIANG

Cục trưởng

Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh
và Khuyến công

NGUYỄN VĂN MINH

Tổng Biên tập Báo Công Thương

ĐỖ THỊ MINH TRÂM

Phó Cục trưởng

Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh
và Khuyến công

NGUYỄN TIẾN CƯỜNG

Phó Tổng Biên tập Báo Công Thương

TỔ CHỨC SỬA XUẤT:

DƯƠNG ANH - 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

3-4-5. Hội chợ Hùng Vương năm 2026: Dấu ấn Khuyến công quốc gia

GÓC NHÌN - TRAO ĐỔI

6-7. Khuyến công quốc gia: Tiếp sức khu vực doanh nghiệp nhỏ và vừa

HOẠT ĐỘNG KHUYẾN CÔNG

8-9. Quyết định 1053/QĐ-BCT: Định vị vai trò khuyến công với công nghiệp nông thôn

12-13. Khuyến công quốc gia: Tạo động lực đổi mới công nghệ ở Lâm Đồng

14-15. Khuyến công Gia Lai: Lực đẩy kinh tế nông thôn

ĐẦU TƯ - HỘI NHẬP - THỊ TRƯỜNG

16-17. RISEP tạo đà cho sản phẩm Việt chinh phục người tiêu dùng

18-19. Quảng Trị: Khuyến công mở lối cho công nghiệp nông thôn bứt phá

SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU

22-23. Hệ thống thiết bị cắt tách vỏ cứng hạt điều: Cơ khí Việt tăng giá trị sản phẩm công nghiệp nông thôn

24-25. Đưa sản phẩm công nghiệp nông thôn Thanh Hóa ra thị trường lớn

KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN

26-27. Khuyến công Tuyên Quang: Tìm lối ra cho sản phẩm công nghiệp

DOANH NGHIỆP - LÀNG NGHỀ

28-29. Mây tre đan Bao La: Đổi mới công nghệ nâng tầm sản phẩm

CHÍNH SÁCH

30-31. Khuyến công Bắc Ninh: Tập trung hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa

KẾT NỐI GIAO THƯƠNG

32. Tinh hoa sản phẩm công nghiệp nông thôn Việt Nam hội tụ tại Ninh Bình

33. Thái Nguyên: Mở rộng thị trường cho sản phẩm công nghiệp nông thôn

35. An Giang thêm sân chơi cho sản phẩm khuyến công

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

PHÒNG CHUYÊN ĐỀ - SỰ KIỆN, BỘ PHẬN BIÊN TẬP BẢN TIN KHUYẾN CÔNG - BÁO CÔNG THƯƠNG

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

ĐT: 024.63260739; Fax: 024.39366402 - 39386300 Email: ngadt.baoct@moit.gov.vn



Thứ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Sinh Nhật Tân (ngoài cùng bên phải) tham dự Hội chợ Hùng Vương năm 2026

HỘI CHỢ HÙNG VƯƠNG NĂM 2026

DẤU ẤN KHUYẾN CÔNG QUỐC GIA

Với sự hỗ trợ của khuyến công quốc gia, Hội chợ Hùng Vương năm 2026 đã thu hút hơn 7.000 lượt khách tham quan. Đặc biệt, các doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn đã đạt doanh thu 60 tỷ đồng trong những ngày diễn ra hội chợ.

► CHU HOA

Dấu ấn khuyến công quốc gia

Hội chợ Hùng Vương năm 2026 diễn ra tại tỉnh Phú Thọ từ ngày 22-28/4/2026. Điều đặc biệt ấn tượng tại hội chợ năm nay đó là trong tổng số quy mô trên 400 gian hàng thì có tới 250 gian hàng được hỗ trợ từ nguồn kinh phí Khuyến công quốc gia, thu hút gần 200 tổ chức, doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh Phú Thọ tham gia.

Chị Trần Thị Thanh - khách tham quan hội chợ cho biết: Hội chợ năm nay đông hơn mọi năm, các gian hàng trưng bày tại hội chợ cũng phong phú, chất lượng hơn, đa số là

các đặc sản vùng miền, thuận lợi hơn cho bà con lựa chọn, mua sắm.

Theo dự kiến của Ban tổ chức Hội chợ Hùng Vương năm 2026, trong một tuần diễn ra hội chợ đã thu hút sự quan tâm của 7.000 lượt khách, với doanh thu khoảng 60 tỷ đồng. Các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở công nghiệp nông thôn tham gia hội chợ đánh giá cao cơ hội giao thương, quảng bá, giới thiệu sản phẩm tại hội chợ.

Theo bà Bùi Thanh Thủy - Hợp tác xã Nông nghiệp, thương mại thực phẩm sạch Bàn Mương, tỉnh Phú Thọ: Hợp tác xã đã bán được một lượng lớn sản phẩm trong những ngày tham

gia hội chợ cho khách tham quan và các đối tác. Đây thực sự là sự kiện ý nghĩa giúp doanh nghiệp tiếp cận trực tiếp với người tiêu dùng và các đối tác.

Cũng đánh giá cao về cơ hội giao thương tại Hội chợ Hùng Vương 2026, ông Trần Toàn - đại diện Doanh nghiệp đá mỹ nghệ TP. Đà Nẵng mong muốn: Những năm tới đây sẽ tiếp tục được tham dự hội chợ để quảng bá sản phẩm đến người tiêu dùng. Đồng thời, đánh giá cao sự hỗ trợ của Chương trình khuyến công quốc gia, đã tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp công nghiệp nông thôn

được giao lưu, quảng bá sản phẩm tại tỉnh Phú Thọ.

Mang đến Hội chợ Hùng Vương 2026 những sản phẩm tốt nhất, bà Nguyễn Thị Hương - Giám đốc Công ty TNHH Maika Food, xã Đào Xá, tỉnh Phú Thọ cho biết: Để tham gia hội chợ, doanh nghiệp đã có sự chuẩn bị kỹ lưỡng từ khâu lựa chọn nguyên liệu, hoàn thiện quy trình sản xuất đến thiết kế bao bì, nhãn mác sản phẩm.

“Các sản phẩm của Maika Food không chỉ đảm bảo chất lượng, an toàn mà còn được đầu tư về hình thức, phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng và yêu cầu của thị trường hiện đại” - bà Nguyễn Thị Hương khẳng định và cho biết, nhờ sự hỗ trợ của khuyến công quốc gia và tỉnh Phú Thọ, doanh nghiệp có cơ hội giới thiệu, quảng bá sản phẩm, kết nối khách hàng, đối tác và thúc đẩy tiêu thụ, mở rộng thị trường.

Có thể nói, việc dành ưu tiên cho gần 250 gian hàng từ nguồn vốn khuyến công quốc gia không chỉ là sự hỗ trợ về tài chính đơn thuần, mà còn trở thành chiến lược cụ thể nhằm hiện thực hóa mục tiêu thúc đẩy phát

triển sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu (RISEP). Thông qua hội chợ, các sản phẩm RISEP, cùng các sản phẩm đặc trưng, chủ lực của các tỉnh khu vực phía Bắc và cả nước có cơ hội tiếp cận trực tiếp với người tiêu dùng cũng như các đối tác tiềm năng.

Vai trò của công tác khuyến công tại sự kiện lần này được thể hiện rõ nét qua việc kết nối, hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã và cơ sở sản xuất vượt qua thách thức về thị trường, từ đó khẳng định giá trị và chất lượng của hàng Việt. Đây được xem là hoạt động thiết thực nhằm đẩy mạnh vai trò của hoạt động khuyến công trong hỗ trợ phát triển sản xuất, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

Mở rộng đối tượng, phạm vi hỗ trợ

Khuyến công quốc gia được Chính phủ quy định tại Nghị định số 45/2012/NĐ-CP. Trải qua hơn 1 thập kỷ hoạt động, rất nhiều doanh nghiệp, hợp tác xã và cơ sở công nghiệp nông thôn được hưởng lợi từ chính sách trên. Đặc biệt, thông qua chương trình

tôn vinh sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu (RISEP) cấp quốc gia trong khuôn khổ hoạt động Khuyến công quốc gia đã giúp trên 800 sản phẩm công nghiệp nông thôn được tôn vinh sản phẩm RISEP. Các sản phẩm này sau khi được tôn vinh đã trở thành “tấm vé thông hành” trong việc tạo niềm tin với người tiêu dùng và bước ra thị trường quốc tế.

Để hoạt động khuyến công quốc gia tiếp tục vai trò là “bà đỡ” cho các sản phẩm công nghiệp nông thôn vươn xa, năm 2025 Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Nghị định số 235/2025/NĐ-CP về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 45/2012/NĐ-CP về khuyến công. Theo bà Nguyễn Thị Lâm Giang - Cục trưởng Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công (Bộ Công Thương): Một trong những điểm đáng chú ý của Nghị định 235/2025/NĐ-CP là điều chỉnh lại cách tiếp cận đối với khuyến công theo hướng phù hợp với bối cảnh mới.

Trước hết, Nghị định đã mở rộng đáng kể phạm vi thụ hưởng, đối tượng áp dụng, quy định về tổ chức lại chính quyền địa phương hai





Thứ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Sinh Nhật Tân (thứ 2 từ trái qua) tham quan các gian hàng tại Hội chợ Hùng Vương năm 2026

cấp, tổ chức lại bộ máy đơn vị sự nghiệp công lập thực hiện nhiệm vụ về khuyến công tại địa phương, trách nhiệm của sở ngành, đơn vị liên quan... chính sách hướng đến doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ kinh doanh đầu tư vào sản xuất công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp cùng với các chủ thể đặc thù như nghệ nhân nhân dân, nghệ nhân ưu tú, theo tinh thần bộ đôi chính sách chiến lược của Bộ Chính trị đó là Nghị quyết số 57-NQ/TW và Nghị quyết số 68-NQ/TW tạo nền tảng đột phá cho doanh nghiệp tư nhân bứt phá trong kỷ nguyên số, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số trở thành động lực quan trọng của nền kinh tế, nâng cao năng lực cạnh tranh.

Cùng với đó, nghị định nhấn mạnh thúc đẩy chuyển đổi số trong khu vực công nghiệp nông thôn. Chính sách đã cụ thể hóa bằng việc hỗ trợ ứng dụng công nghệ số trong quản lý, sản xuất và kinh doanh, qua đó giúp doanh nghiệp nâng cao năng suất, giảm chi phí và gia tăng giá trị sản phẩm - điều mà khu vực này vốn còn yếu.

Về cơ chế tài chính, điểm mới là tính linh hoạt và khả năng huy động nguồn lực. Nghị định cho phép lồng ghép

nguồn vốn từ ngân sách trung ương, địa phương với các chương trình mục tiêu quốc gia, đồng thời bổ sung quy định rõ ràng hơn về quản lý, sử dụng kinh phí theo hướng minh bạch, hiệu quả.

Đáng chú ý, chính sách đối với sản phẩm RISEP đã được mở rộng theo hướng “đi đến cùng”. Nghị định bổ sung hàng loạt hỗ trợ sau công nhận như quảng bá, xúc tiến thương mại trong và ngoài nước, đăng ký nhãn hiệu, đầu tư không gian trưng bày, tổ chức thi thợ giỏi, thi thiết kế mẫu sản phẩm. Nghị định cũng thể hiện sự ưu tiên có chọn lọc khi khuyến khích phát triển các ngành nghề trọng điểm, đồng thời dành sự quan tâm cho nhóm yếu thế như cơ sở do phụ nữ làm chủ, sử dụng nhiều lao động nữ, lao động dân tộc thiểu số. Đây là cách tiếp cận gắn phát triển công

nh nghiệp với mục tiêu xã hội. Đồng thời, kiện toàn tổ chức khuyến công. Việc hình thành mạng lưới cộng tác viên đến cấp xã, cùng với đổi mới cơ cấu tổ chức theo hướng gắn với chuyển đổi xanh và đổi mới sáng tạo, cho thấy nỗ lực đưa chính sách “chạm” được đến tận cơ sở.

Có thể nói, Nghị định 235/2025/NĐ-CP tạo ra một bước chuyển đáng kể, hỗ trợ có trọng tâm, trọng điểm phù hợp với tiềm năng, lợi thế của vùng, địa phương.

“Nếu triển khai đúng hướng, đây sẽ không chỉ là công cụ hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ, mà còn là đòn bẩy để công nghiệp nông thôn phát triển bền vững, nâng sức cạnh tranh và từng bước mở rộng ra thị trường lớn hơn” - bà Nguyễn Thị Lâm Giang thông tin. ■

THÔNG QUA CÁC HOẠT ĐỘNG HỖ TRỢ GIAN HÀNG, XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI, QUẢNG BÁ SẢN PHẨM VÀ KẾT NỐI GIAO THƯƠNG, CHƯƠNG TRÌNH KHUYẾN CÔNG QUỐC GIA ĐANG TRỞ THÀNH “BỆ ĐỒ” QUAN TRỌNG GIÚP SẢN PHẨM RISEP MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG, NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH VÀ TỪNG BƯỚC KHẮNG ĐỊNH VỊ THỂ TRÊN THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC CŨNG NHƯ QUỐC TẾ.

KHUYẾN CÔNG QUỐC GIA

TIẾP SỨC KHU VỰC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA

Những năm qua, khuyến công quốc gia đã có nhiều hoạt động tiếp sức cho khu vực doanh nghiệp nhỏ và vừa ứng dụng công nghệ vào sản xuất, mở rộng thị trường. Trong bối cảnh Việt Nam đang đẩy mạnh phát triển khu vực kinh tế tư nhân, vai trò của khuyến công quốc gia càng trở nên quan trọng.

► NGUYỄN HÒA

Tiếp sức doanh nghiệp nông thôn

Những năm qua, rất nhiều doanh nghiệp công nghiệp nông thôn trên cả nước đã vươn lên làm chủ công nghệ nhờ được hỗ trợ từ Chương trình Khuyến công quốc gia. Cụ thể, tại tỉnh Vĩnh Long, Đề án “Hỗ trợ ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến vào sản xuất gạch không nung” triển khai tại Công ty TNHH sản xuất gạch không nung Vĩnh Long Phước đã trở thành “đòn bẩy” quan trọng giúp doanh nghiệp vượt qua rào cản này.

Đề án có tổng kinh phí thực hiện 660 triệu đồng, trong đó nguồn kinh phí khuyến công quốc gia hỗ trợ 300 triệu đồng, phần còn lại do doanh nghiệp đối ứng. Từ nguồn hỗ trợ trên, Công ty TNHH sản xuất gạch không nung Vĩnh Long Phước đã đầu tư hoàn chỉnh dây chuyền sản xuất gạch không nung bán tự động, bao gồm: máy ép chính, máy trộn nguyên liệu, hệ thống băng tải, máy xếp chồng và khuôn gạch đồng bộ.

Đây là các thiết bị mới 100%, vận hành ổn định, đáp ứng yêu cầu sản xuất với cường độ cao. Dây chuyền được thiết kế theo hướng bán tự động, giúp giảm sự phụ thuộc vào lao động thủ công, đồng thời nâng



Nhờ sự hỗ trợ từ nguồn khuyến công quốc gia năm 2025, Công ty Cổ phần công nghiệp - thương mại Nhuận Hưng đã đầu tư máy cán tôn, giúp tăng năng suất, chất lượng sản phẩm

cao độ chính xác và tính đồng đều của sản phẩm.

Bà Trần Nhụy Lan Thảo - Giám đốc Công ty TNHH sản xuất gạch không nung Vĩnh Long Phước cho biết: “Trước đây, hoạt động sản xuất của doanh nghiệp còn phụ thuộc nhiều vào lao động thủ công nên năng suất chưa cao, chi phí lớn. Nhờ sự hỗ trợ từ chương trình khuyến công, chúng tôi đã mạnh dạn đầu tư dây chuyền máy móc hiện đại, tạo bước chuyển biến rõ rệt trong sản xuất”.

Theo bà Thảo, việc đầu tư đồng

bộ thiết bị không chỉ giúp nâng cao năng lực sản xuất mà còn tạo nền tảng để doanh nghiệp mở rộng quy mô trong thời gian tới, đáp ứng tốt hơn nhu cầu thị trường.

Tương tự, thực hiện theo Nghị định số 45/2012/NĐ-CP của Chính phủ về Khuyến công, năm 2025, Trung tâm Khuyến công và Tư vấn phát triển công nghiệp (TTKC) tỉnh Thái Bình (nay là Hưng Yên) đã triển khai nhiều đề án hỗ trợ ứng dụng máy móc thiết bị hiện đại cho các doanh nghiệp. Trong đó, Công ty Cổ phần

công nghiệp - thương mại Nhuận Hưng (xã Đông Hưng, tỉnh Hưng Yên (mới) là một trong những đơn vị được thụ hưởng chính sách hỗ trợ từ nguồn kinh phí khuyến công quốc gia.

Với số vốn ban đầu còn hạn chế, hệ thống máy móc phục vụ sản xuất tại Công ty Nhuận Hưng vốn lạc hậu, không đồng bộ, năng suất thấp, sản phẩm thiếu tính cạnh tranh. Trước những yêu cầu ngày càng khắt khe của thị trường cơ khí, xây dựng, Công ty đã quyết định mạnh dạn đầu tư đổi mới công nghệ.

phẩm, từ đó đáp ứng tốt hơn các đơn hàng lớn cả trong và ngoài tỉnh”, ông Trịnh Quang Hưng - Giám đốc Công ty Cổ phần công nghiệp - thương mại Nhuận Hưng chia sẻ.

Phát huy vai trò trong bối cảnh mới

Có thể nói, nhờ sự hỗ trợ kịp thời từ Chương trình Khuyến công quốc gia không chỉ giúp giảm áp lực tài chính mà còn tạo động lực để doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa mạnh dạn đầu tư, đổi mới

trong quá trình phát triển sản xuất, đóng góp vào tăng trưởng kinh tế địa phương và đất nước.

Theo Ông Nguyễn Văn Đông Phương - Giám đốc Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại Vĩnh Long: Việc hỗ trợ doanh nghiệp đầu tư máy móc thiết bị tiên tiến không chỉ nâng cao năng lực sản xuất mà còn góp phần thay đổi phương thức sản xuất theo hướng hiện đại, thân thiện môi trường. Đây là định hướng quan trọng của Chương trình Khuyến công quốc gia.

Trong bối cảnh, Việt Nam đang đặt mục tiêu phát triển kinh tế tư nhân. Tại Nghị quyết 68-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân, Bộ Chính trị đặt mục tiêu, Kinh tế tư nhân là một động lực quan trọng nhất của nền kinh tế quốc gia; là lực lượng tiên phong trong phát triển khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số, góp phần thực hiện thắng lợi mục tiêu của Nghị quyết số 57-NQ/TW của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia và các chủ trương, đường lối khác của Đảng. Đặc biệt, Việt Nam đặt mục tiêu đến năm 2030 có 2 triệu doanh nghiệp hoạt động trong nền kinh tế, 20 doanh nghiệp hoạt động/ngìn dân. Có ít nhất 20 doanh nghiệp lớn tham gia chuỗi giá trị toàn cầu...

Để đạt được những mục tiêu trên, theo các chuyên gia, rất cần có các chính sách hỗ trợ khu vực doanh nghiệp tư nhân, đặc biệt là doanh nghiệp công nghiệp nông thôn, tạo điều kiện để doanh nghiệp đầu tư máy móc, đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm và đáp ứng tốt hơn nhu cầu thị trường. Do đó, Chương trình Khuyến công quốc gia càng trở nên quan trọng, tạo “đòn bẩy” để doanh nghiệp công nghiệp nông thôn vươn mình cùng đất nước. ■



Giai đoạn 2026 -2030, khuyến công quốc gia tiếp tục được kỳ vọng trở thành “bệ đỡ” cho doanh nghiệp nhỏ và vừa

CHƯƠNG TRÌNH KHUYẾN CÔNG QUỐC GIA LÀ “BỆ ĐỖ” CHO DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA KHU VỰC NÔNG THÔN THÔNG QUA HỖ TRỢ ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ, ỨNG DỤNG MÁY MÓC HIỆN ĐẠI, PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT XANH VÀ NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH TRÊN THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC CŨNG NHƯ XUẤT KHẨU.

“Nhờ sự hỗ trợ từ nguồn khuyến công quốc gia năm 2025, chúng tôi đã đầu tư hệ thống máy cán tôn và máy xả cuộn hiện đại. Thiết bị mới giúp tăng tốc độ sản xuất, đảm bảo chất lượng và đồng đều của sản

công nghệ. Cùng với đó, việc lựa chọn hỗ trợ đúng đối tượng, đúng nhu cầu của những đơn vị thực hiện đề án đã góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn vốn nhà nước, đồng thời tạo niềm tin cho doanh nghiệp

QUYẾT ĐỊNH 1053/QĐ-BCT

Định vị vai trò khuyến công với công nghiệp nông thôn

Việc Bộ Công Thương ban hành Quyết định 1053/QĐ-BCT phê duyệt Kế hoạch tăng cường xúc tiến thương mại cho các sản phẩm tiểu thủ công nghiệp tại các làng nghề là bước đi có ý nghĩa chiến lược, góp phần thực hiện mục tiêu tăng trưởng hai con số giai đoạn 2026 - 2030.

► HOA QUỲNH

Phát triển bền vững sản phẩm tiểu thủ công nghiệp

Bộ Công Thương vừa ban hành Quyết định 1053/QĐ-BCT phê duyệt Kế hoạch tăng cường xúc tiến thương mại cho các sản phẩm tiểu thủ công nghiệp tại các làng nghề. Mục tiêu của Quyết định nhằm nâng cao năng lực xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường tiêu thụ trong nước và xuất khẩu, góp phần nâng cao giá trị, năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững sản phẩm tiểu thủ công nghiệp tại các làng nghề.

Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu đang dịch chuyển mạnh theo hướng xanh, bền vững việc Bộ Công Thương ban hành Quyết định 1053/QĐ-BCT được xem là bước đi có ý nghĩa quan trọng, tạo thêm động lực cho khu vực sản xuất truyền thống phát triển theo hướng chuyên nghiệp và hiện đại hơn. Trao đổi về nội dung này, TS. Tô Hoài Nam, Phó Chủ tịch, kiêm Tổng Thư ký Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam cho rằng, đây không chỉ là một kế hoạch xúc tiến thương mại

đơn thuần mà còn thể hiện định hướng chính sách dài hạn nhằm tái định vị giá trị của các sản phẩm tiểu thủ công nghiệp làng nghề trong nền kinh tế.

Thực tế, Việt Nam hiện có hàng nghìn làng nghề truyền thống với hệ sinh thái sản phẩm phong phú. Đây không chỉ là khu vực sản xuất mang tính kinh tế mà còn là không gian lưu giữ văn hóa, kỹ năng thủ công và tri thức dân gian của nhiều thế hệ. Tuy nhiên, phần lớn cơ sở sản xuất có

quy mô nhỏ, thiếu chiến lược phát triển thị trường dài hạn, năng lực xây dựng thương hiệu còn hạn chế. Nhiều sản phẩm có giá trị văn hóa rất cao nhưng vẫn chủ yếu tiêu thụ theo phương thức truyền thống, thiếu kết nối với nhu cầu tiêu dùng mới. “*Vi vậy, việc Bộ Công Thương xây dựng kế hoạch tăng cường xúc tiến thương mại theo hướng chuyên nghiệp, lấy thị trường làm trung tâm là định hướng rất đúng và trúng*”, TS. Tô Hoài Nam nhận định.



Đổi mới xúc tiến thương mại để sản phẩm tiểu thủ công nghiệp vươn xa



Bà Nguyễn Thị Lâm Giang, Cục trưởng Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công (đứng giữa) thăm gian hàng sản phẩm công nghiệp nông thôn tại Hội chợ Triển lãm hàng công nghiệp nông thôn năm 2025.

QUYẾT ĐỊNH 1053/QĐ-BCT NÊU RÕ, CẦN QUẢNG BÁ, XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU, XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC THƯƠNG HIỆU TỔNG THỂ CHO SẢN PHẨM LÀNG NGHỀ THEO TỪNG NHÓM NGÀNH HÀNG VÀ ĐỊA PHƯƠNG.

Một trong những định hướng của Bộ Công Thương đó là gắn xúc tiến thương mại với phát triển sản xuất, xây dựng thương hiệu và nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm. Theo TS.Tô Hoài Nam, đây là cách tiếp cận phù hợp với xu thế phát triển hiện nay khi người tiêu dùng không chỉ mua một sản phẩm đơn thuần mà còn quan tâm tới câu chuyện văn hóa, yếu tố thủ công, tính bền vững và nguồn gốc sản phẩm. Với hướng đi này, sẽ giúp nhiều sản phẩm hoàn toàn có khả năng tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu.

Xúc tiến thương mại phải gắn với chuyển đổi số

Đặc biệt, việc Bộ Công Thương nhấn mạnh yêu cầu đẩy mạnh ứng dụng chuyển đổi số và thương mại điện tử trong hoạt động xúc tiến thương mại sản phẩm tiểu thủ công

ng nghiệp làng nghề được nhìn nhận là bước đi đúng đắn, quan trọng. Bởi, trước đây hoạt động xúc tiến thương mại của nhiều cơ sở làng nghề chủ yếu phụ thuộc vào hội chợ, triển lãm hoặc khách hàng truyền thống nên khả năng mở rộng thị trường còn hạn chế. *“Hiện nay, chỉ cần một sản phẩm có câu chuyện tốt, hình ảnh đẹp và được quảng bá hiệu quả trên nền tảng số thì hoàn toàn có thể tiếp cận thị trường quốc tế”*, theo TS. Tô Hoài Nam.

Ngoài ra, đẩy mạnh liên kết giữa Nhà nước, doanh nghiệp, hiệp hội và địa phương nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực xúc tiến thương mại cũng được kỳ vọng mở ra cơ hội tiêu thụ cho sản phẩm tiểu thủ công nghiệp. Theo đó, việc phát triển sản phẩm tiểu thủ công nghiệp làng nghề không thể chỉ dựa vào từng hộ sản xuất nhỏ lẻ mà cần xây dựng hệ sinh

thái liên kết đồng bộ từ nguyên liệu, sản xuất, thiết kế, thương mại đến logistics và du lịch trải nghiệm. Hiện nay, nhiều làng nghề vẫn thiếu sự liên kết nên khả năng đáp ứng đơn hàng lớn còn hạn chế. Điều này khiến sức cạnh tranh của sản phẩm chưa tương xứng với tiềm năng thực tế.

Tuy nhiên, để kế hoạch xúc tiến thương mại phát huy hiệu quả thực chất, theo TS. Tô Hoài Nam, cần có các chương trình hỗ trợ đồng bộ hơn cho doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ sản xuất tại làng nghề. Trong đó, Nhà nước cần hỗ trợ đào tạo kỹ năng số, xây dựng thương hiệu, thiết kế bao bì, phát triển nội dung quảng bá và kết nối với các sàn thương mại điện tử lớn trong nước và quốc tế. Các hội chợ, triển lãm truyền thống vẫn cần thiết để quảng bá sản phẩm, nhưng cần được kết nối mạnh hơn với nền tảng số nhằm mở rộng phạm vi tiếp cận khách hàng. Đặc biệt, cần thay đổi tư duy xúc tiến thương mại từ ngắn hạn sang dài hạn. Thay vì chỉ tập trung bán sản phẩm theo mùa vụ hoặc theo hội chợ, các địa phương cần xây dựng chiến lược phát triển thương hiệu cho từng nhóm sản phẩm đặc trưng, từng làng nghề và từng vùng nguyên liệu.

Bên cạnh đó, trong giai đoạn tới, cần thúc đẩy mạnh hơn mô hình hợp tác xã, tổ hợp tác và liên kết chuỗi trong sản xuất tiểu thủ công nghiệp. Đây sẽ là nền tảng để chuẩn hóa chất lượng, nâng cao năng lực sản xuất và tăng khả năng tiếp cận thị trường lớn.

Mặt khác, cần tăng cường kết nối sản phẩm làng nghề với du lịch trải nghiệm. *“Hiện, nhiều sản phẩm tiểu thủ công nghiệp không chỉ mang giá trị sử dụng mà còn là sản phẩm văn hóa, sản phẩm du lịch. Nếu biết khai thác tốt, đây sẽ kênh quảng bá hiệu quả, gia tăng tiêu thụ và nguồn thu tại chỗ”*, TS. Tô Hoài Nam nói. ■

KHUYẾN CÔNG SƠN LA

TIẾP SỨC CƠ SỞ CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIẾP CẬN THỊ TRƯỜNG

Chính sách khuyến công đang trở thành “đòn bẩy” quan trọng giúp các cơ sở công nghiệp nông thôn trên địa bàn tỉnh Sơn La đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm, xây dựng thương hiệu và từng bước mở rộng thị trường theo hướng bền vững.

► TUỆ ANH

Chính sách “mở đường” cho công nghiệp nông thôn

Những năm qua, chương trình khuyến công tại tỉnh Sơn La đã thể hiện rõ vai trò thúc đẩy phát triển công nghiệp nông thôn phát triển. Các chính sách hỗ trợ phát triển công nghiệp nông thôn từ các chương trình khuyến công trên địa không phải là những hỗ trợ đơn lẻ mà đã thể hiện rõ vai trò của một chính sách thúc đẩy phát triển công nghiệp nông thôn theo chiều sâu. Thông qua việc hỗ trợ có trọng tâm, trọng điểm, chương trình tạo điều kiện để các cơ sở sản xuất, hợp tác xã và hộ kinh doanh từng bước nâng cao năng lực, cải thiện chất lượng sản phẩm và tham gia sâu hơn vào thị trường.

Trung tâm Xúc tiến đầu tư, thương mại và du lịch tỉnh Sơn La là đơn vị trực tiếp triển khai các chương trình khuyến công đã chủ động phối hợp với các địa phương xây dựng các đề án sát với nhu cầu thực tế. Nội dung hỗ trợ được triển khai đồng bộ, từ ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến; phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu; xây dựng, bảo hộ nhãn hiệu;

đến xúc tiến thương mại và nâng cao nhận thức về sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả.

Năm 2025, toàn tỉnh triển khai 9 nhiệm vụ khuyến công địa phương với tổng kinh phí hơn 1,6 tỷ đồng. Bước sang năm 2026, các đề án tiếp tục được lựa chọn theo hướng ưu tiên hiệu quả và khả năng lan tỏa. Theo đó, từ đầu năm đến nay, Trung tâm đã hỗ trợ, nghiệm thu đề án ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến vào sản xuất, chế biến hoa quả cho một hợp tác xã, đồng thời hỗ trợ xây dựng gian hàng trưng bày, quảng bá sản phẩm

công nghiệp nông thôn tiêu biểu cho một hộ kinh doanh.

Hiệu quả từ chính sách thể hiện rõ khi nhiều cơ sở sau khi được hỗ trợ đã nâng năng suất từ 20-30%, giảm chi phí sản xuất và kiểm soát tốt hơn chất lượng sản phẩm. Quan trọng hơn, khuyến công không chỉ “giải bài toán sản xuất” mà còn giúp các đơn vị định hình tư duy phát triển thương hiệu, từ thiết kế bao bì đến đăng ký nhãn hiệu, qua đó nâng cao giá trị và sức cạnh tranh của sản phẩm.

Một điểm nhấn là mô hình gian hàng trưng bày tại phố đi bộ Mộc Châu,



Gian hàng sản phẩm công nghiệp nông thôn được xây dựng từ nguồn kinh phí khuyến công



Khuyến công Sơn La hỗ trợ doanh nghiệp đầu tư máy móc, nâng cao chất lượng sản phẩm

phường Thảo Nguyên. Từ nguồn kinh phí khuyến công, gian hàng được đầu tư thiết kế hiện đại, trưng bày hơn 30 sản phẩm đặc sản của địa phương. Đây không chỉ là không gian giới thiệu sản phẩm mà còn là kênh kết nối thị trường hiệu quả.

Anh Lương Văn Tuấn, đại diện một hộ kinh doanh trực tiếp vận hành gian hàng cho biết, việc được hỗ trợ hệ thống trưng bày và thiết bị quảng bá đã giúp nâng cao đáng kể hiệu quả kinh doanh. Bên cạnh phục vụ khách du lịch, cơ sở còn tận dụng các nền tảng mạng xã hội để livestream bán hàng, mở rộng thị trường tiêu thụ ra phạm vi cả nước. Nhờ đó, lượng khách tiếp cận và tiêu thụ sản phẩm tăng lên rõ rệt.

Gia tăng giá trị, mở rộng đầu ra sản phẩm

Không chỉ dừng lại ở hoạt động quảng bá, chính sách khuyến công còn tạo chuyển biến rõ nét trong sản xuất, chế biến tại các hợp tác xã. Điển hình như Hợp tác xã Nông nghiệp và Dịch vụ hoa quả sấu Cường Hoa, xã Chiềng Sơn. Thành lập năm 2025 với 6 thành viên, hợp tác xã hoạt động

trong lĩnh vực thu mua, chế biến nông sản, tận dụng lợi thế nguồn nguyên liệu sẵn có. Đến nay, đơn vị đã phát triển 7 sản phẩm chế biến từ các loại quả, từng bước khẳng định vị thế trên thị trường. Đầu năm 2026, từ nguồn hỗ trợ khuyến công, hợp tác xã được đầu tư hệ thống máy sấy lạnh công nghệ mới, giúp kiểm soát nhiệt độ chính xác, giữ chất lượng sản phẩm và rút ngắn thời gian chế biến.

Bà Hoàng Thị Hoa - Giám đốc Hợp tác xã Nông nghiệp và Dịch vụ hoa quả sấu Cường Hoa, cho biết: Nhờ hệ thống máy móc mới, công suất sản xuất tăng thêm khoảng 60 tấn sản phẩm mỗi năm. Không chỉ nâng cao hiệu quả kinh tế, mô hình còn tạo việc làm ổn định cho lao động địa phương, góp phần giải quyết đầu ra cho nông sản và nâng cao giá trị sản phẩm.

Từ những mô hình cụ thể có thể

thấy, khuyến công đã góp phần thay đổi nhận thức của doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ sản xuất về vai trò của đổi mới công nghệ, xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường. Đây là yếu tố then chốt giúp nâng cao năng lực cạnh tranh trong bối cảnh thị trường ngày càng đòi hỏi cao về chất lượng.

Ông Đào Văn Quang - Phó Giám đốc Trung tâm Xúc tiến đầu tư, thương mại và du lịch tỉnh Sơn La, cho biết: Thời gian tới, hoạt động khuyến công sẽ tiếp tục được đổi mới theo hướng gắn với chuỗi giá trị. Trọng tâm là xây dựng chương trình khuyến công giai đoạn 2026 - 2030, ưu tiên các đề án ứng dụng công nghệ, chuyển đổi số, phát triển thương hiệu và mở rộng thị trường. Đồng thời, khuyến khích các mô hình sản xuất sạch hơn, tiết kiệm năng lượng, hướng tới phát triển bền vững. ■

HOẠT ĐỘNG KHUYẾN CÔNG TỈNH SƠN LA ĐANG TRỞ THÀNH ĐỘNG LỰC QUAN TRỌNG THÚC ĐẨY CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN ĐỊA PHƯƠNG PHÁT TRIỂN. TỪ NHỮNG ĐỀ ÁN CỤ THỂ, HIỆU QUẢ THIẾT THỰC ĐÃ GÓP PHẦN NÂNG CAO GIÁ TRỊ SẢN PHẨM, TẠO NỀN TẢNG CHO TĂNG TRƯỞNG BỀN VỮNG TRONG GIAI ĐOẠN MỚI.

KHUYẾN CÔNG QUỐC GIA

Tạo động lực đổi mới công nghệ ở Lâm Đồng

Nguồn kinh phí khuyến công quốc gia đang trở thành điểm tựa quan trọng giúp nhiều doanh nghiệp công nghiệp nông thôn tại Lâm Đồng mạnh dạn đầu tư máy móc hiện đại, nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm và từng bước chuyển dịch sang sản xuất bền vững.

► MINH ANH

Nguồn hỗ trợ nhỏ tạo cú hích đổi mới công nghệ

Năm 2025, Chương Trình khuyến công quốc gia tiếp tục triển khai nhiều đề án hỗ trợ doanh nghiệp công nghiệp nông thôn tại Lâm Đồng. Trong đó, đề án “Hỗ trợ ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến trong chế biến thủy hải sản” được xem là một trong những điểm nhấn đáng chú ý.

Theo kế hoạch ban đầu, tổng kinh phí hỗ trợ cho đề án là 1 tỷ đồng. Tuy nhiên, do một doanh nghiệp gặp khó khăn trong tiến độ nhập khẩu thiết bị, chương trình thực tế đã hỗ trợ 3 doanh nghiệp với tổng kinh phí khoảng 700 triệu đồng.

Các đơn vị thụ hưởng gồm Công ty TNHH Nước mắm Bà Hai, Công ty TNHH Thương mại - Sản xuất nước mắm Kim Ngư và Công ty TNHH Hải sản Kim Châu. Từ nguồn hỗ trợ này, các doanh nghiệp đã đầu tư thêm vốn đối ứng để triển khai hàng loạt thiết bị hiện đại như hệ thống phơi nhiệt công suất lớn, dây chuyền nghiền - trộn nguyên liệu, máy in phun và dán nhãn tự động.

Toàn bộ thiết bị đều là máy mới, công nghệ tiên tiến, được lắp đặt và vận hành đúng tiến độ. Quan trọng hơn, tổng mức đầu tư của doanh nghiệp cao hơn đáng kể so với phần kinh phí được hỗ trợ. Điều đó cho thấy vai trò rõ nét của nguồn vốn khuyến công như một “vốn môi”, giúp doanh nghiệp tự tin hơn khi bước vào quá trình đổi mới công nghệ vốn đòi hỏi chi phí lớn. Nếu trước đây nhiều cơ sở chế biến vẫn phụ thuộc vào lao động thủ công, thì nay nhiều công đoạn đã được tự động hóa. Sự thay đổi ấy không chỉ giúp tăng năng suất mà còn tạo ra sự đồng đều về chất lượng sản phẩm, giúp nâng sức cạnh tranh trên thị trường.

Đại diện đơn vị thụ hưởng chia sẻ, việc đưa máy móc hiện đại vào sản xuất đã giúp các cơ sở cải thiện đáng kể hiệu quả hoạt động. Một số khâu được tự động hóa nên năng suất tăng lên, trong khi chất lượng sản phẩm ổn định hơn và đáp ứng tốt hơn yêu cầu thị trường.

Hơn nữa, hệ thống thiết bị mới đầu tư hỗ trợ đáng kể cho khâu đóng gói, ghi nhãn, giúp sản phẩm chuyên nghiệp hơn và nâng cao giá trị thương mại. Nhờ đó, doanh thu và lợi nhuận của doanh nghiệp cũng có xu hướng cải thiện.

Hiệu quả nguồn kinh phí khuyến công quốc gia mang lại cho các đối tượng thụ hưởng trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng có ý nghĩa rất lớn. Bởi lẽ, với nhiều doanh nghiệp nông thôn, chỉ cần giảm được một phần chi phí sản xuất, nâng thêm một chút năng suất hay cải thiện chất lượng sản phẩm cũng đã là bước tiến đáng kể trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng khắt khe.

Nhiệm vụ quan trọng của “vốn môi”

Từ thực tế triển khai các đề án khuyến công quốc gia trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng năm vừa qua cho thấy, tác động của chương trình không chỉ dừng ở hỗ trợ tài chính, quan trọng hơn là đang tạo ra tâm lý sẵn sàng đổi mới trong doanh nghiệp nông thôn.

Khi máy móc hiện đại được đưa vào sản xuất, doanh nghiệp không chỉ tăng doanh thu, lợi nhuận mà còn tạo thêm việc làm, nâng thu nhập cho lao động địa phương và đóng góp nhiều hơn cho ngân sách.

Trong chuyến kiểm tra tình hình thực hiện đề án khuyến công quốc gia tại Lâm Đồng từ ngày 22 - 24/4/2026, bà

Đỗ Thị Minh Trâm - Phó Cục trưởng Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công (ĐCK), Bộ Công Thương nhấn mạnh, công tác khuyến công đang trở thành “điểm tựa quan trọng” hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới công nghệ, phát triển sản xuất và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Theo bà, để các đề án phát huy hiệu quả cao hơn, địa phương cần tiếp tục tăng cường kiểm tra, giám sát, kịp thời tháo gỡ khó khăn và bảo đảm sử dụng kinh phí đúng mục tiêu.

Ở góc độ địa phương, theo đại diện Trung tâm Khuyến công tỉnh Lâm Đồng, các đề án đều triển khai đúng tiến độ, máy móc đầu tư là công nghệ mới và đang phát huy hiệu quả rõ rệt trong thực tế sản xuất.

Tuy vậy, thực tế cũng cho thấy đổi mới công nghệ không thể chỉ dừng ở việc hỗ trợ máy móc. Nhiều doanh nghiệp công nghiệp nông thôn hiện vẫn thiếu lao động kỹ thuật cao, hạn chế về quản trị sản xuất và khả năng mở rộng thị trường.

Bởi vậy, bên cạnh hỗ trợ thiết bị, việc đào tạo nguồn nhân lực, thúc đẩy chuyển đổi số và kết nối tiêu thụ sản phẩm sẽ là những mắt xích quan trọng để khuyến công phát huy hiệu quả bền vững hơn trong thời gian tới.

Bước sang năm 2026, ngành Công Thương Lâm Đồng xác định tiếp tục phát triển công nghiệp theo hướng công nghệ cao, xanh và bền vững; ưu tiên công nghiệp chế biến nông, lâm, thủy sản và triển khai hiệu quả các chương trình khuyến công là một trong những nhiệm vụ trọng tâm nhằm đạt mục tiêu trên.

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng mạnh và yêu cầu thị trường ngày càng cao, những nguồn hỗ trợ đúng lúc như khuyến công quốc gia đang cho thấy giá trị không chỉ ở những thiết bị được hỗ trợ, mà còn ở khả năng tạo động lực để doanh nghiệp nông thôn tự thay đổi mình, từng bước tham gia sâu hơn vào chuỗi sản xuất hiện đại và phát triển dài hạn. ■

TỪ NGÀY 22/4 ĐẾN NGÀY 24/4/2026, ĐOÀN KIỂM TRA CỦA CỤC ĐCK ĐÃ TIẾN HÀNH KIỂM TRA TẠI 5 CƠ SỞ CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN THỤ HƯỞNG KINH PHÍ KHUYẾN CÔNG QUỐC GIA NĂM 2025 TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LÂM ĐỒNG. QUA GHI NHẬN, CÁC ĐƠN VỊ THỰC HIỆN ĐÚNG NỘI DUNG, ĐẢM BẢO SỬ DỤNG HIỆU QUẢ NGUỒN KINH PHÍ HỖ TRỢ.



Thiết bị được hỗ trợ từ nguồn kinh phí khuyến công quốc gia năm 2025 tại Công ty TNHH nước mắm Bà Hai.



Thiết bị được hỗ trợ từ nguồn kinh phí khuyến công quốc gia năm 2025 tại Công ty TNHH thương mại chế biến hải sản Đầm Sen. Ảnh: IGIP

KHUYẾN CÔNG GIA LAI

LỰC ĐẨY KINH TẾ NÔNG THÔN

Chương trình khuyến công đang được Gia Lai xác định là một trong những công cụ quan trọng để thúc đẩy công nghiệp nông thôn phát triển theo hướng hiện đại, xanh và bền vững. Giai đoạn 2026 - 2030, tỉnh đặt mục tiêu tăng trưởng công nghiệp nông thôn bình quân 13,5 - 14,5%/năm, tạo thêm động lực mới cho kinh tế địa phương.

► BẢO NGỌC

Hướng tới công nghiệp nông thôn xanh và hiện đại

Theo Quyết định 1829/QĐ-UBND tỉnh Gia Lai phê duyệt Chương trình Khuyến công giai đoạn 2026 - 2030 của tỉnh dự kiến triển khai khoảng 456 đề án. Trong đó có 377 đề án khuyến công địa phương và 79 đề án khuyến công quốc gia. Địa phương dành ưu

tiên cho chế biến nông sản, ứng dụng công nghệ cao và chuyển đổi số.

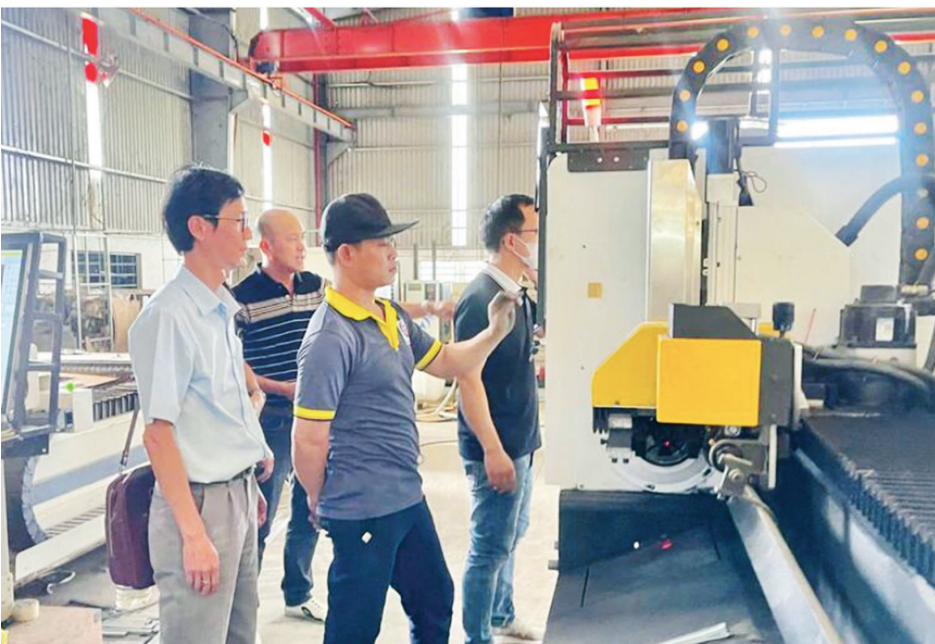
Một trọng tâm lớn nữa là hỗ trợ ứng dụng máy móc tiên tiến, tự động hóa và công nghệ mới vào sản xuất. Dự kiến sẽ có 312 đề án hỗ trợ đổi mới thiết bị, dây chuyền công nghệ được triển khai tại các cơ sở công nghiệp nông thôn.

Gia Lai cũng đặt mục tiêu hình

thành 2 “cứ điểm nông - công nghiệp” về sản xuất, chế biến cà phê và chanh dây - hai ngành hàng có thế mạnh của địa phương. Đi cùng với đó là định hướng phát triển công nghiệp xanh, kinh tế tuần hoàn và sản xuất carbon thấp. Các mô hình sản xuất sạch hơn, tiết kiệm năng lượng, tiêu dùng bền vững sẽ tiếp tục được hỗ trợ, nhất là ở các địa bàn miền núi và vùng đồng bào dân tộc thiểu số.

Có thể thấy, Gia Lai đang cố gắng đi theo xu hướng phát triển công nghiệp mới: Không chỉ tăng sản lượng mà phải nâng chất lượng tăng trưởng. Điều này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh các thị trường xuất khẩu ngày càng siết chặt tiêu chuẩn môi trường, truy xuất nguồn gốc và phát thải carbon.

Ngoài sản xuất, tỉnh cũng dành nguồn lực đáng kể cho phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu. Giai đoạn tới, Gia Lai đặt mục tiêu có trên 500 sản phẩm tham gia bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp tỉnh; đồng thời hỗ trợ xây dựng nhãn hiệu, truy xuất nguồn gốc, phát triển gian hàng số và thương mại điện tử.



Giai đoạn 2026-2030, khuyến công Gia Lai đặt mục tiêu hỗ trợ 456 đề án.

Ảnh: Hiền Mai



Nhiều cơ sở công nghiệp nông thôn được hỗ trợ từ máy móc thiết bị tiên tiến.

Ảnh: Vũ Thảo

Bên cạnh hỗ trợ sản xuất, chương trình khuyến công giai đoạn mới còn chú trọng đào tạo nguồn nhân lực, hỗ trợ chuyển đổi hộ kinh doanh thành doanh nghiệp, nâng cao kỹ năng quản trị, marketing, chuyển đổi số và chuyển đổi xanh cho các cơ sở công nghiệp nông thôn.

Từ những con số hỗ trợ đến hiệu quả lan tỏa

Thực tế giai đoạn 2021-2025 cho thấy, khuyến công tại Gia Lai đã tạo ra những chuyển biến khá rõ ở khu vực công nghiệp nông thôn.

Trong 5 năm qua, toàn tỉnh triển khai 328 chương trình, đề án khuyến công với tổng kinh phí hỗ trợ khoảng 43 tỷ đồng. Trong đó, khuyến công quốc gia thực hiện 33 chương trình với kinh phí 10,6 tỷ đồng; khuyến công địa phương triển khai 295 chương trình với kinh phí hơn 32,3 tỷ đồng.

Nguồn lực này tập trung vào hỗ trợ ứng dụng máy móc tiên tiến, xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật, phát triển sản phẩm công nghiệp nông

thôn tiêu biểu và đầu tư hạ tầng cụm công nghiệp.

Đáng nói, hiệu quả đạt được không chỉ nằm ở số lượng đề án. Nhiều cơ sở công nghiệp nông thôn đã mạnh dạn đầu tư đổi mới công nghệ sau khi được hỗ trợ ban đầu.

Doanh thu hằng năm từ các cơ sở công nghiệp nông thôn đạt trên 1.500 tỷ đồng, đóng góp khoảng 6 tỷ đồng cho ngân sách địa phương mỗi năm và tạo việc làm cho khoảng 2.000 lao động nông thôn.

Các sản phẩm gỗ, cơ khí, nông sản chế biến, thủ công mỹ nghệ của Gia Lai cũng từng bước xây dựng được chỗ đứng trên thị trường thông qua hoạt động bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu.

Song song với khuyến công, hoạt động xúc tiến thương mại cũng tạo dấu ấn khá rõ nét. Giai đoạn 2021-2025, Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại Gia Lai triển khai 300 chương trình xúc tiến với tổng kinh phí gần 28 tỷ đồng. Hàng chục hội chợ, phiên chợ hàng Việt về nông

thôn, chương trình kết nối cung - cầu và quảng bá sản phẩm đã được tổ chức, giúp doanh nghiệp mở rộng thị trường tiêu thụ.

Dù vậy, hoạt động khuyến công của Gia Lai vẫn còn những khó khăn khi nhiều doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ còn e dè khi tiếp cận chương trình hỗ trợ. Năng lực cạnh tranh của hàng hóa địa phương chưa đồng đều, sản xuất còn phụ thuộc mùa vụ, chi phí logistics cao.

Đây cũng là lý do chương trình giai đoạn 2026 - 2030 đặt nặng hơn vào chuyển đổi công nghệ, xây dựng chuỗi giá trị và nâng cao năng lực quản trị cho doanh nghiệp.

Khuyến công cho dù đã chứng minh được tính hiệu quả nhưng vẫn không thể thay doanh nghiệp làm kinh tế. Nhưng nếu được triển khai đúng hướng, đây sẽ là cú hích quan trọng để khu vực công nghiệp nông thôn Gia Lai chuyển từ sản xuất nhỏ sang sản xuất bài bản hơn, từ gia công sang chế biến sâu và từ bán sản phẩm sang bán giá trị thương hiệu. ■

Hai lần liên tiếp đạt danh hiệu sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu (RISEP) cấp quốc gia vào các năm 2023 và 2025, bộ sản phẩm ly, bát, đĩa, thớt gỗ của Công ty TNHH sản xuất, thương mại Chân Tình đang có thêm cơ hội mở rộng thị trường xuất khẩu.

► NGUYỄN HÒA



RISEP giúp định vị thương hiệu cho sản phẩm, tạo niềm tin với người tiêu dùng và đối tác

RISEP TẠO ĐÀ CHO **sản phẩm Việt** CHINH PHỤC NGƯỜI TIÊU DÙNG

Chia sẻ với phóng viên Bản tin Khuyến công, ông Lê Thọ Tình - Giám đốc Công ty TNHH sản xuất, thương mại Chân Tình (phường Tân Uyên, TP. Hồ Chí Minh) cho biết, hiện các sản phẩm của doanh nghiệp đã xuất khẩu sang nhiều thị trường châu Á như Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc... Đây đều là những thị trường có yêu cầu khắt khe về chất lượng, nguồn gốc và tiêu chuẩn an toàn sản phẩm.

Có thể nói, trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt, yếu tố thương hiệu và sự công nhận từ các chương trình uy tín đóng vai trò rất quan trọng. Việc hai lần liên tiếp đạt danh hiệu RISEP cấp quốc gia đã

giúp doanh nghiệp tạo dựng niềm tin với khách hàng, đồng thời mở ra cơ hội tham gia sâu hơn vào các chuỗi phân phối quốc tế. Danh hiệu RISEP được xem là đòn bẩy quan trọng giúp doanh nghiệp nâng tầm thương hiệu và gia tăng sức cạnh tranh.

Lợi thế của các sản phẩm như thớt, ly, bát, đĩa gỗ không chỉ nằm ở tính thẩm mỹ mà còn ở yếu tố an toàn, thân thiện với môi trường, xu hướng tiêu dùng đang ngày càng được ưa chuộng trên thế giới. Theo ông Lê Thọ Tình, đó cũng là lý do các sản phẩm của doanh nghiệp đã chinh phục được những thị trường khó tính nhất của châu Á.

Theo thống kê của Cục Đổi mới

sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công (Bộ Công Thương), sau 6 kỳ bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia, cả nước đã có khoảng 800 sản phẩm công nghiệp nông thôn đạt danh hiệu này. Trên 80% sản phẩm trong số đó đã tiếp tục nhận được hỗ trợ từ các chương trình khuyến công như đổi mới máy móc thiết bị, ứng dụng công nghệ, xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật và xúc tiến thương mại.

Bên cạnh đó, hơn 70% sản phẩm đã tham gia các kênh phân phối, chuỗi cung ứng trên thị trường toàn quốc. Điều này cho thấy chương trình không chỉ dừng ở việc vinh danh mà còn tạo ra chuỗi hỗ trợ thiết thực giúp



Cả nước đã có khoảng 800 sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia

các doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh và mở rộng thị trường.

Theo bà Nguyễn Thị Lâm Giang - Cục trưởng Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công, việc được công nhận là sản phẩm RISEP mang lại nhiều lợi ích thiết thực cho các cơ sở công nghiệp nông thôn. Không chỉ được sử dụng logo chương trình trên sản phẩm, các cơ sở còn được ưu tiên hỗ trợ kinh phí khuyến công, tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại và quảng bá trên các phương tiện truyền thông.

“Quan trọng hơn, RISEP giúp định vị thương hiệu cho sản phẩm, tạo niềm tin với người tiêu dùng và đối tác. Đây là 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”, bà Nguyễn Thị Lâm Giang cho biết.

Theo đánh giá của các chuyên gia, điểm nổi bật của hệ thống RISEP là quy trình bình chọn được tổ chức chặt chẽ qua nhiều cấp, từ cơ sở đến quốc gia, bảo đảm công khai, minh bạch và khách quan, đảm bảo sự

công bằng và khuyến khích sự tham gia của các doanh nghiệp, hợp tác xã và cơ sở công nghiệp nông thôn. Đặc biệt, các sản phẩm được đánh giá dựa trên nhiều tiêu chí như năng lực phát triển sản xuất, khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường, yếu tố kinh tế - kỹ thuật - xã hội - môi trường, tính văn hóa, thẩm mỹ và tiềm năng xuất khẩu.

Trong bối cảnh Việt Nam đang thúc đẩy phát triển kinh tế xanh, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số, chương trình RISEP tiếp tục được kỳ vọng trở thành “cánh tay nối dài” của hoạt động khuyến công, góp phần phát hiện, quảng bá và nâng tầm các sản phẩm công nghiệp nông thôn Việt Nam.

Từ câu chuyện của Công ty TNHH sản xuất, thương mại Chân Tình có thể thấy, khi sản phẩm hội tụ đủ các yếu tố về chất lượng, tính an toàn, thân thiện môi trường và giá trị sử dụng, cùng với sự bảo chứng từ danh hiệu RISEP, cơ hội vươn ra thị trường quốc tế đang ngày càng rộng mở. ■

SAU 6 KỲ BÌNH CHỌN, CẢ NƯỚC ĐÃ CÓ KHOẢNG 800 SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU CẤP QUỐC GIA. HƠN 80% SẢN PHẨM ĐƯỢC HỖ TRỢ TỪ CÁC CHƯƠNG TRÌNH KHUYẾN CÔNG VÀ TRÊN 70% ĐÃ THAM GIA CÁC KÊNH PHÂN PHỐI, CHUỖI CUNG ỨNG TRÊN TOÀN QUỐC. RISEP ĐANG TỪNG BƯỚC TRỞ THÀNH CÔNG CỤ QUAN TRỌNG GIÚP NÂNG TẦM THƯƠNG HIỆU, THÚC ĐẨY ĐỔI MỚI SÁNG TẠO VÀ MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG CHO SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN VIỆT NAM.

QUẢNG TRỊ Khuyến công mở lối cho công nghiệp nông thôn bứt phá

Nhiều sản phẩm công nghiệp nông thôn trên địa bàn tỉnh Quảng Trị sau khi có danh hiệu cấp quốc gia, cấp tỉnh đã được đầu tư mạnh mẽ, từng bước khẳng định vị thế trên thị trường thế giới.

► LINH ĐÀN

Khuyến công “đòn bẩy” cho công nghiệp nông thôn

Năm 2025, bộ đồ dùng nhà bếp theo công nghệ sơn ta organic của Hợp tác xã Quảng Thủy, xã Nam Ba Đồn, tỉnh Quảng Trị đã được Bộ Công Thương vinh danh là sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia.

Như vậy, từ món đồ gia dụng truyền thống, Hợp tác xã Sản xuất kinh doanh thương mại dưa gỗ Quảng Thủy đã nâng tầm sản phẩm thành dòng mỹ nghệ tinh xảo. Điểm khác biệt nằm ở kỹ thuật khảm xà cừ và công nghệ sơn ta organic, loại sơn được đánh bóng từ hỗn hợp tinh dầu cây sơn ta cùng nhựa thông. Nhờ giá trị thẩm mỹ cao và độ bền tốt, dòng dưa cao cấp này rất được thị trường Đông Á ưa chuộng.

Được chứng nhận đạt chuẩn FDA, sản phẩm của hợp tác xã không những khẳng định uy tín trong nước mà còn là cơ sở để xuất khẩu hơn 1 triệu sản phẩm mỗi năm sang các thị trường khó tính như Đức và Hàn Quốc. Hiện nay, mô hình đạt doanh thu trên 10 tỷ đồng/năm, tạo việc làm ổn định cho hàng trăm lao động địa phương. Đặc biệt, năm 2025, bộ



UBND tỉnh Quảng Trị ban hành kế hoạch bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp tỉnh năm 2026

đồ dùng nhà bếp theo công nghệ sơn ta organic của Hợp tác xã Quảng Thủy đã được vinh danh là sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia.

Ông Lê Thanh Triển, Giám đốc Hợp tác xã Quảng Thủy chia sẻ: Từ danh hiệu sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia, chúng tôi sẽ tiếp tục đầu tư sản xuất, tận dụng tối đa nguồn nguyên liệu tại chỗ để đưa sản phẩm đi xa hơn.

“Đây là điều kiện thuận lợi để dưa gỗ Quảng Thủy không chỉ phủ sóng thị trường trong nước mà còn tự tin đẩy mạnh xuất khẩu sang các thị trường lớn như Hàn Quốc, Nhật Bản và Hoa Kỳ” - ông Lê Thanh Triển khẳng định.

Thành lập từ năm 2013, thời gian đầu cơ sở miền Loan Hảo vận hành với quy mô gia đình nhỏ lẻ. Mỗi ngày, chị Nguyễn Thị Hảo cùng người thân làm ra khoảng 15 - 20 kg miến thủ công. Thay vì chỉ làm miến trắng



Triển lãm, trưng bày, giới thiệu sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu của tỉnh Quảng Trị năm 2025

truyền thống, chị tìm tòi làm thêm miến ngũ sắc từ rau củ quả, vừa đẹp mắt lại giữ được chất dinh dưỡng. Trên diện tích 150m², chị trang bị đồng bộ từ máy xay bột, máy ép đến giàn phơi hiện đại. Nhờ máy móc hỗ trợ, năng suất hiện đạt khoảng 60-70 tấn/năm, mang về doanh thu 1,5 tỷ đồng mỗi năm.

Đặc biệt, với sự chủ động của cơ sở sản xuất, năm 2024, sản phẩm miến ngũ sắc của cơ sở tiếp tục được vinh danh là sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp tỉnh. Chị Nguyễn Thị Hào - chủ cơ sở sản xuất miến Loan Hào chia sẻ, sự tiếp sức của ngành Công Thương và các cấp hội không chỉ giúp cơ sở chuyên nghiệp hơn mà còn là tấm “vé thông hành” để miến Loan Hào vào được các siêu thị và vươn xa đến nhiều tỉnh, thành phố trong cả nước.

Tạo động lực phát triển bền vững

Có thể nói, không chỉ là hoạt động hỗ trợ, chính sách khuyến công đang mở ra dư địa phát triển rõ nét cho các sản phẩm công nghiệp nông thôn

trên địa bàn tỉnh Quảng Trị. Từ nền tảng này, nhiều cơ sở sản xuất đã có điều kiện đầu tư máy móc, cải tiến công nghệ, từng bước nâng cao chất lượng và giá trị sản phẩm, hướng tới các thị trường lớn hơn.

Theo Giám đốc Sở Công Thương tỉnh Quảng Trị Hồ Xuân Hòa, bên cạnh việc bình chọn, tôn vinh sản phẩm, ngành Công Thương đã tập trung hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng thiết bị tiên tiến, xây dựng thương hiệu, phát triển nhãn hiệu hàng hóa và đẩy mạnh xúc tiến thương mại. Đây chính là “cánh cửa” giúp các sản phẩm công nghiệp nông thôn không

chỉ nâng cao năng lực cạnh tranh mà còn từng bước tham gia sâu hơn vào hệ thống phân phối hiện đại.

Đáng chú ý, các chương trình tập huấn, hỗ trợ chuyển đổi số, thương mại điện tử và sản xuất xanh đang tạo thêm cơ hội để sản phẩm công nghiệp nông thôn thích ứng với xu hướng thị trường mới. Khi đáp ứng tốt các tiêu chuẩn về chất lượng, môi trường và truy xuất nguồn gốc, sản phẩm địa phương sẽ thuận lợi hơn trong việc mở rộng thị trường, đặc biệt là các thị trường có yêu cầu cao.

Việc UBND tỉnh ban hành kế hoạch bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp tỉnh năm 2026 tiếp tục cho thấy định hướng phát hiện và bồi dưỡng những sản phẩm có tiềm năng. Không chỉ dừng lại ở tôn vinh, đây còn là cơ hội để các cơ sở sản xuất tiếp cận các chính sách hỗ trợ sâu hơn, từ đó nâng cấp sản xuất và gia tăng khả năng vươn xa.

Thực tế cho thấy, thông qua các kỳ bình chọn, nhiều sản phẩm công nghiệp nông thôn của Quảng Trị đã từng bước khẳng định vị thế trên thị trường. Đây là nền tảng quan trọng để khu vực công nghiệp nông thôn tiếp tục phát triển theo hướng bền vững, gia tăng giá trị và đóng góp tích cực vào tăng trưởng kinh tế địa phương. ■

UBND TỈNH QUẢNG TRỊ VỪA BAN HÀNH KẾ HOẠCH VỀ VIỆC TỔ CHỨC BÌNH CHỌN SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU CẤP TỈNH NĂM 2026. MỤC TIÊU NHẪM PHÁT HIỆN VÀ ƯU TIÊN CÁC SẢN PHẨM CÓ TIỀM NĂNG ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ CAO CŨNG NHƯ PHÁT HUY ĐƯỢC LỢI THẾ ĐẶC SẢN VÙNG MIỀN, ĐỒNG THỜI MỞ RỘNG ĐỐI TƯỢNG THAM GIA TỪ CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA ĐẾN CÁC HỢP TÁC XÃ VÀ HỘ KINH DOANH TẠI CÁC LÀNG NGHỀ.



BÁNH PHỒNG TÔM NĂM CĂN

SẢN PHẨM TRUYỀN THỐNG “PHỦ SỐNG” THỊ TRƯỜNG

Không chỉ mang đậm dấu ấn ẩm thực miền sông nước, bánh phồng tôm Năm Căn (Cà Mau) đang từng bước khẳng định thương hiệu và “phủ sóng” thị trường trong và ngoài nước.

► QUỲNH HOA

Sức hút hương vị đặc trưng xứ biển

Nhắc đến Cà Mau, nhiều người nghĩ ngay đến vùng đất cuối trời Nam với hệ sinh thái rừng ngập mặn đặc trưng cùng nguồn thủy sản phong phú, đặc biệt là con tôm. Chính điều kiện tự nhiên ưu đãi đã tạo nên những sản vật mang hương vị riêng của vùng Đất Mũi, trong đó bánh phồng tôm Năm Căn từ lâu đã trở thành đặc sản nổi tiếng, được người tiêu dùng trong và ngoài nước biết đến. Vùng đất Cà Mau có điều kiện tự nhiên thuận lợi để nhiều loài tôm sinh sống và phát triển. Những con tôm đất, tôm bạc, tôm sú được nuôi dưỡng trong môi trường tự

nhiên dưới tán rừng ngập mặn nên thịt chắc, thơm và có vị ngọt đặc trưng. Đây cũng chính là yếu tố tạo nên hương vị riêng biệt cho bánh phồng tôm Cà Mau mà khó nơi nào có thể sánh được.

Trong các địa phương làm nghề, bánh phồng tôm của làng nghề truyền thống Năm Căn được nhiều người biết đến nhờ giữ được hương vị đặc trưng của xứ biển. Bánh có tỷ lệ tôm khá cao, dày bánh, đậm vị tôm, khi chiên nở đều và giòn tan. Từ lâu, các cơ sở sản xuất tại đây luôn chú trọng đến chất lượng sản phẩm, cải tiến mẫu mã và bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường.

Theo những người gắn bó lâu năm với nghề, để làm ra bánh phồng tôm không quá khó, nhưng để tạo nên hương vị thơm ngon đặc trưng như bánh phồng tôm Năm Căn lại đòi hỏi kinh nghiệm, sự khéo léo và nguồn nguyên liệu đạt chất lượng. Tôm dùng làm bánh phải là tôm tươi sống, được sơ chế và cấp đông ngay sau khi thu mua để giữ được độ tươi ngon. Đặc biệt, loại tôm được ưu tiên sử dụng là tôm đất và tôm bạc nuôi tự nhiên bởi thịt thơm và cho vị đậm đà hơn.

Sau khi sơ chế, tôm được luộc chín rồi xay nhuyễn, trộn cùng bột năng, lòng trắng trứng gà, bột nở, hành lá, tiêu và các loại gia vị theo bí quyết riêng của từng cơ sở. Thông

thường, khoảng 10kg tôm nguyên liệu sẽ sản xuất được khoảng 13kg bánh thành phẩm. Nhờ tỷ lệ tôm cao cùng độ ngọt tự nhiên của nguồn nguyên liệu địa phương, bánh phồng tôm Năm Căn luôn giữ được hương vị thơm ngon đặc trưng vốn có. Chính chất lượng ổn định ấy đã giúp sản phẩm giữ được chỗ đứng trên thị trường suốt nhiều năm qua.

Chuyển đổi sản xuất để nâng chất sản phẩm

Trong bối cảnh nhu cầu thị trường ngày càng tăng, nhiều cơ sở sản xuất bánh phồng tôm ở Cà Mau đã từng bước chuyển đổi phương thức sản xuất theo hướng hiện đại hơn. Nếu trước đây chủ yếu làm thủ công với quy mô nhỏ lẻ thì nay nhiều cơ sở đã đầu tư máy sấy, máy cắt và các thiết bị hỗ trợ nhằm nâng cao năng suất, bảo đảm chất lượng đồng đều và đáp ứng số lượng lớn đơn hàng. Quá trình chuyển đổi này không làm mất đi giá trị truyền thống của nghề mà ngược lại còn giúp sản phẩm nâng cao khả năng cạnh tranh.

Với nét đặc trưng truyền thống, cùng với nỗ lực cải thiện, nâng cao chất lượng sản phẩm, đẩy mạnh xúc tiến thương mại đang được địa phương và doanh nghiệp quan tâm đã tạo đòn bẩy mở rộng đầu ra cho bánh phồng tôm Năm Căn. Đặc biệt, nhiều cơ sở sản xuất bánh phồng tôm tại làng nghề Năm Căn được bình chọn là sản phẩm công nghiệp

nông thôn tiêu biểu cấp tỉnh. Trong đó, năm 2025, Chủ tịch UBND tỉnh Cà Mau đã ký quyết định công nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp tỉnh đối với bánh phồng tôm của Công ty Cổ phần Xuất nhập khẩu Vinh Hòa Phát và Công ty TNHH Sản xuất - Thương mại - Dịch vụ Kiên Cường Năm Căn.

Theo ông Mai Sáu, Giám đốc doanh nghiệp sản xuất bánh phồng tôm Vinh Hòa Phát, lợi thế lớn nhất của địa phương là nguồn nguyên liệu tôm đất thiên nhiên dồi dào, có thể khai thác quanh năm. Kết hợp với quy trình sản xuất quy mô cùng bí quyết riêng



Bánh phồng tôm Năm Căn

của từng cơ sở đã giúp bánh phồng tôm Năm Căn giữ được vị thơm ngon đặc trưng. Hiện nhà máy của doanh nghiệp có thể sản xuất hơn 1 tấn bánh phồng tôm mỗi ngày theo quy trình khép kín, thân thiện với môi trường.

Điều đáng chú ý là các cơ sở sản xuất hiện không chỉ hướng đến thị trường nội địa mà còn chủ động nâng cao chất lượng để phục vụ xuất khẩu. Từ năm 2019, sản phẩm bánh phồng tôm của Vinh Hòa Phát đã được xuất khẩu chính ngạch sang Đài Loan, Trung Quốc và một số thị trường khác.

Hiện toàn xã Năm Căn có khoảng 28 cơ sở sản xuất bánh phồng truyền thống, tạo việc làm cho khoảng 200 lao động. Tổng sản lượng hàng năm đạt gần 1.000 tấn, trong đó bánh phồng tôm chiếm khoảng 70%. Nghề làm bánh phồng không chỉ góp phần nâng cao thu nhập cho người dân mà

còn tạo việc làm ổn định cho lao động địa phương. Vào các dịp lễ, Tết, thị trường tiêu thụ bánh phồng tôm luôn sôi động. Theo địa phương, sản lượng tiêu thụ trong dịp Tết tăng khoảng 25-30% so với cùng kỳ. Nhiều cơ sở đã ký hợp đồng cung ứng cho các đầu mối tại Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Cần Thơ và nhiều tỉnh thành phía Nam. Giá bán ổn định cùng nhu cầu thị trường tăng đã tạo động lực để các cơ sở tiếp tục đầu tư mở rộng sản xuất, phát huy thế mạnh sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu.

VIỆC ĐƯỢC CÔNG NHẬN LÀ SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU KHÔNG CHỈ LÀ SỰ GHI NHẬN ĐỐI VỚI NỖ LỰC GIỮ NGHỀ CỦA NGƯỜI DÂN ĐỊA PHƯƠNG MÀ CÒN MỞ RA CƠ HỘI ĐỂ SẢN PHẨM TIẾP TỤC NÂNG CAO GIÁ TRỊ, MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG VÀ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG TRONG THỜI GIAN TỚI.



HỆ THỐNG THIẾT BỊ CẮT TÁCH VỎ CỨNG HẠT ĐIỀU **CƠ KHÍ VIỆT TĂNG GIÁ TRỊ SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN**

Năm 2025, tỉnh Đồng Nai có 6 sản phẩm và bộ sản phẩm được công nhận là sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp quốc gia. Trong đó, Hệ thống thiết bị cắt tách vỏ cứng hạt điều của Công ty Cổ phần Đại Hoàng Kim Bình Phước được xem là dấu ấn nổi bật của cơ khí chế tạo đối với việc thúc đẩy tự động hóa cho ngành chế biến điều Việt Nam.

► BẢO THOA

Hệ thống máy móc tự động hóa thương hiệu Việt

Tỉnh Bình Phước (cũ) được mệnh danh là “thủ phủ” điều của cả nước, nơi hoạt động sản xuất, chế biến và kinh doanh hạt điều diễn ra sôi động nhất Việt Nam. Toàn tỉnh hiện có gần 3.000 cơ sở chế biến, doanh nghiệp vừa và nhỏ, siêu nhỏ, tổ hợp sản xuất với hơn 500 hội viên tham gia hoạt động. Tuy nhiên, trước sức ép cạnh tranh lớn trên thị trường quốc tế, ngành điều Việt Nam đứng trước yêu cầu phải xây dựng vùng nguyên liệu ổn định, giảm phụ thuộc vào nguồn điều nhập khẩu, đồng thời đẩy

mạnh chế biến sâu để gia tăng giá trị sản phẩm. Trong xu thế đó, việc cơ giới hóa, tự động hóa các công đoạn sản xuất trở thành yêu cầu cấp thiết nhằm nâng cao năng suất, chất lượng và sức cạnh tranh cho hạt điều Việt Nam.

Xuất phát từ thực tế đó cùng mong muốn góp phần tháo gỡ khó khăn về công nghệ phục vụ cho ngành chế biến điều, từ năm 2010, Công ty Cổ phần Đại Hoàng Kim Bình Phước bắt đầu nghiên cứu, chế tạo máy chế và máy cắt hạt điều. Sau nhiều năm thử nghiệm và cải tiến, đến năm 2013, hệ thống thiết bị tách vỏ cứng hạt điều

đầu tiên đã ra đời. Đây được xem là bước chuyển quan trọng đối với ngành chế biến điều khi một doanh nghiệp trong nước có thể tự nghiên cứu, thiết kế và sản xuất hệ thống máy móc tự động phục vụ ngành công nghiệp chế biến nông sản vốn đòi hỏi độ chính xác cao.

Nhờ công suất từ 1 - 1,2 tấn nguyên liệu mỗi giờ hoạt động, hệ thống thiết bị tách vỏ cứng hạt điều của Công ty Cổ phần Đại Hoàng Kim Bình Phước giúp tiết giảm tới 100 lao động so với phương thức thủ công trước đây. Đặc biệt, chi phí sản xuất chỉ bằng khoảng 1/10 so với làm thủ

công, góp phần đáng kể vào việc giảm giá thành chế biến cho doanh nghiệp. Không dừng lại ở đó, Công ty Đại Hoàng Kim còn đầu tư hơn 100 máy móc, thiết bị hiện đại để sản xuất, lắp ghép hệ thống thiết bị cắt tách vỏ cứng hạt điều.

Với hệ thống sản xuất khép kín, máy móc công nghệ cao cùng đội ngũ kỹ sư thiết kế và công nhân lành nghề, doanh nghiệp đã rút ngắn thời gian sản xuất, tăng năng suất và nâng cao mức độ tự động hóa trong toàn bộ quy trình tách vỏ điều. Điểm nổi bật của hệ thống này là khả năng giúp doanh nghiệp chế biến điều giảm chi phí trong quá trình sản xuất, tăng lợi nhuận và giảm sự phụ thuộc vào lao động thủ công. Sản phẩm đầu máy chế 8 dao do công ty sản xuất có thể đạt công suất từ 1 - 1,2 tấn trong 8 giờ hoạt động và một dàn máy có thể lắp tối đa 4 đầu máy.

Năm 2019, hệ thống thiết bị tách vỏ cứng hạt điều của Công ty Đại Hoàng Kim Bình Phước được Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam cấp bằng độc quyền giải pháp hữu ích. Đây là cột mốc quan trọng, ghi nhận những nỗ lực nghiên cứu và đổi mới công nghệ của doanh nghiệp cơ khí chế tạo trong nước.

Khẳng định giá trị cơ khí chế tạo trong nước

Công ty Cổ phần Đại Hoàng Kim

Bình Phước hiện là một trong số ít doanh nghiệp trong nước tự thiết kế, sản xuất và phân phối máy móc và linh kiện phụ trợ cho ngành chế biến hạt điều của Việt Nam. Với phương châm “Xây dựng giá trị cốt lõi vì cộng đồng”, doanh nghiệp không ngừng đầu tư công nghệ và mở rộng quy mô sản xuất nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm cơ khí chế tạo trong nước. Song song với việc mở rộng quy mô nhà máy, doanh nghiệp cũng đầu tư mạnh cho công nghệ tự động hóa hiện đại nhằm tối ưu hóa quy trình sản xuất, tăng năng suất và giảm chi phí. Theo đó, Công ty hiện áp dụng



Máy tách vỏ nâng tầm cho ngành chế biến điều Việt Nam

máy CNC (dòng máy hiện đại và tiên tiến trên thị trường) để sản xuất các thiết bị trong hệ thống máy tách vỏ

lựa hạt điều. Theo đại diện Công ty Đại Hoàng Kim Bình Phước, dây chuyền sản xuất của doanh nghiệp đáp ứng đa dạng nhu cầu khách hàng, từ hộ gia đình có nhu cầu bóc tách hạt điều quy mô nhỏ đến các doanh nghiệp chế biến điều công suất lớn. Điểm đáng chú ý là doanh nghiệp không ngừng thực hiện cải tiến, đổi mới sản phẩm dựa trên phản hồi thực tế từ khách hàng và đối tác. Chính quá trình hoàn thiện liên tục đó đã giúp các sản phẩm ngày càng nâng cao độ chính xác, chất lượng và đạt hiệu quả vận hành.

Bên cạnh đó, nhiều dòng sản

phẩm máy móc và linh kiện phụ trợ cho ngành chế biến điều như máy chế điều, máy bóc vỏ lụa và các thiết bị phụ trợ khác mang thương hiệu Đại Hoàng Kim Bình Phước được gia công từ nguyên vật liệu đạt chuẩn, trải qua quy trình kiểm tra chất lượng nghiêm ngặt nhằm đảm bảo hiệu suất và độ bền cao trong quá trình vận hành. Những bước đi này không chỉ nâng cao sức cạnh tranh cho sản phẩm của doanh nghiệp mà còn góp phần khẳng định vị thế của cơ khí chế tạo Việt Nam trong lĩnh vực chế biến nông sản. ■

HỆ THỐNG THIẾT BỊ CẮT TÁCH VỎ CỨNG HẠT ĐIỀU CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẠI HOÀNG KIM BÌNH PHƯỚC ĐÃ TRỞ THÀNH SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN TIÊU BIỂU CẤP QUỐC GIA. THÀNH CÔNG ĐÓ KHÔNG CHỈ MANG Ý NGHĨA ĐỐI VỚI RIÊNG DOANH NGHIỆP MÀ CÒN CHO THẤY VAI TRÒ NGÀY Càng QUAN TRỌNG CỦA CƠ KHÍ CHẾ TẠO VÀ TỰ ĐỘNG HÓA TRONG PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN.

ĐƯA SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN THANH HÓA RA THỊ TRƯỜNG LỚN

Sở hữu nhiều sản phẩm đặc trưng giàu bản sắc, Thanh Hóa đang đẩy mạnh nâng tầm sản phẩm công nghiệp nông thôn, từng bước đưa hàng hóa địa phương tiếp cận thị trường lớn hơn.

► HÒA BÌNH

Từ làng nghề ra thị trường lớn

Thanh Hóa được biết đến là vùng đất giàu tiềm năng phát triển công nghiệp nông thôn với hệ sinh thái sản phẩm phong phú, từ thực phẩm chế biến, dược liệu, sản phẩm thủ công mỹ nghệ truyền thống đến các mặt hàng gắn với đặc trưng văn hóa địa phương. Tuy nhiên, để những sản phẩm ấy không chỉ dừng lại ở phạm vi làng nghề, hộ sản xuất nhỏ mà từng bước trở thành hàng hóa có sức cạnh tranh trên thị trường, vai trò của chính sách hỗ trợ, xúc tiến thương mại và định hướng phát triển từ ngành Công Thương là đặc biệt quan trọng. Trong hành trình ấy, chương trình bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cùng các hoạt động đồng hành của Bộ Công Thương đang trở thành “bệ đỡ” quan trọng, tiếp sức cho sản phẩm xứ Thanh vươn xa.

Không phải ngẫu nhiên mà Thanh Hóa luôn nằm trong nhóm địa phương có số lượng sản phẩm công nghiệp nông thôn đa dạng, giàu bản sắc. Là địa phương có diện tích lớn, dân số đông, nguồn nguyên liệu phong phú cùng hệ thống làng nghề



Từ làng nghề truyền thống, sản phẩm công nghiệp nông thôn Thanh Hóa đang từng bước chinh phục thị trường.

truyền thống phát triển, Thanh Hóa sở hữu nhiều điều kiện thuận lợi để hình thành các sản phẩm đặc trưng mang dấu ấn riêng.

Từ những làng nghề có lâu đời ở Quảng Xương, Nông Cống; các cơ sở chế biến nước mắm, mắm tôm truyền thống ven biển; đến các sản phẩm trà thảo dược, tinh dầu thiên nhiên hay đông trùng hạ thảo... bức tranh công nghiệp nông thôn của Thanh Hóa cho thấy sự kết hợp giữa giá trị truyền thống và xu hướng tiêu dùng hiện đại.

Thực tế, những năm gần đây, nhiều sản phẩm của Thanh Hóa đã được công nhận là sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu các cấp. Danh mục này trải rộng ở nhiều nhóm ngành, từ thực phẩm chế biến, đồ uống, sản phẩm chăm sóc sức khỏe đến thủ công mỹ nghệ. Đây không chỉ là sự ghi nhận về chất lượng sản phẩm mà còn là bước đệm để các cơ sở sản xuất nâng cao năng lực cạnh tranh.

Tuy nhiên, một thực tế để nhận



Thông qua hệ thống khuyến công, nhiều cơ sở công nghiệp nông thôn được hỗ trợ đầu tư máy móc để mở rộng sản xuất

thấy là phần lớn cơ sở công nghiệp nông thôn vẫn có quy mô nhỏ, nguồn lực hạn chế, năng lực đầu tư cho công nghệ, thiết kế bao bì, xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường còn nhiều khó khăn. Nhiều sản phẩm tốt nhưng chưa mạnh về tiếp thị, chưa tạo dựng được chuỗi phân phối ổn định, sức lan tỏa còn hạn chế.

Chính vì vậy, chương trình bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu do Bộ Công Thương chỉ đạo triển khai trên phạm vi cả nước mang ý nghĩa vượt ra ngoài khuôn khổ một hoạt động tôn vinh đơn thuần. Đây là chính sách quan trọng nhằm phát hiện, lựa chọn, hỗ trợ và thúc đẩy phát triển những sản phẩm có tiềm năng.

Bộ Công Thương đồng hành

Thông qua hệ thống khuyến công, Bộ Công Thương đã tạo ra cơ chế hỗ trợ tương đối đồng bộ cho các cơ sở công nghiệp nông thôn, từ hỗ trợ đổi mới máy móc thiết bị, ứng dụng công nghệ mới, đào tạo

nâng cao năng lực quản trị, đến xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu và quảng bá sản phẩm.

Với Thanh Hóa, vai trò này càng thể hiện rõ nét khi nhiều sản phẩm sau khi được công nhận không chỉ gia tăng độ nhận diện thương hiệu mà còn có thêm cơ hội tiếp cận thị trường rộng lớn hơn.

Quan trọng hơn, trong bối cảnh tiêu dùng thay đổi nhanh chóng, chuyển đổi số đang trở thành xu hướng tất yếu, Bộ Công Thương cũng đóng vai trò định hướng để các địa phương chuyển dịch mô hình phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn.

Nếu trước đây, sản phẩm công nghiệp nông thôn chủ yếu phát triển theo hướng truyền thống, phụ thuộc nhiều vào thị trường địa phương, thì nay yêu cầu đã khác. Sản phẩm không chỉ cần tốt mà còn phải có câu chuyện thương hiệu, bao bì chuyên nghiệp, truy xuất nguồn gốc rõ ràng và khả năng hiện diện trên môi trường số.

Đây cũng là hướng đi mà Thanh

Hóa đang theo đuổi khi xây dựng chương trình thúc đẩy tiêu dùng sản phẩm trên nền tảng số, trong đó nhóm sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu được xác định là một trong những đối tượng ưu tiên.

Sự đồng hành của Bộ Công Thương giúp tạo ra chuỗi hỗ trợ mang tính hệ thống từ phát hiện sản phẩm tiềm năng, hỗ trợ nâng cấp năng lực sản xuất, xây dựng thương hiệu đến mở rộng đầu ra.

Với Thanh Hóa, đây là nền tảng quan trọng để chuyển dịch từ tư duy phát triển sản phẩm nhỏ lẻ sang xây dựng chuỗi giá trị bền vững. Bởi thực tế, nếu chỉ dừng ở việc công nhận danh hiệu, sản phẩm khó có thể đi xa. Điều doanh nghiệp cần là thị trường, công nghệ, thương hiệu và năng lực cạnh tranh thực chất.

Thanh Hóa có lợi thế lớn về tài nguyên bản địa, truyền thống sản xuất và lực lượng lao động. Nhưng để những lợi thế ấy thực sự chuyển hóa thành giá trị kinh tế lớn hơn, cần tiếp tục tận dụng hiệu quả các chương trình hỗ trợ từ Bộ Công Thương. ■

KHUYẾN CÔNG TUYÊN QUANG

TÌM LỐI RA

CHO SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP

Kinh nghiệm từ Tuyên Quang cho thấy, khuyến công chỉ thực sự hiệu quả khi không dừng ở hỗ trợ sản xuất mà trở thành đòn bẩy phát triển sản phẩm và thị trường.

► BÌNH MINH

Từ hỗ trợ đến phát triển

Khuyến công được xem là một trong những chính sách quan trọng để thúc đẩy phát triển công nghiệp nông thôn, hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ, hợp tác xã và các cơ sở sản xuất tại địa phương nâng cao năng lực cạnh tranh, từng bước chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn theo hướng sản xuất hàng hóa.

Tuy nhiên, trên thực tế, hiệu quả hoạt động khuyến công giữa các địa phương vẫn có sự khác biệt, tùy thuộc vào cách tổ chức thực hiện, mức độ chủ động trong triển khai cũng như khả năng phát huy lợi thế riêng của từng địa phương. Trong bức tranh đó, Tuyên Quang là kinh nghiệm đáng tham khảo, không chỉ bởi những kết quả tích cực đã đạt được, mà còn bởi cách địa phương này từng bước vận dụng linh hoạt các định hướng, cơ chế từ Bộ Công Thương để thúc đẩy phát triển công nghiệp nông thôn theo hướng bài bản, thực chất và bền vững hơn.

Điều dễ nhận thấy trong cách làm của Tuyên Quang là sự thay đổi về tư duy tiếp cận. Nếu trước đây, khuyến công thường được hiểu đơn



Khuyến công giúp sản phẩm địa phương Tuyên Quang từng bước vươn xa.

giản là hỗ trợ một phần kinh phí để doanh nghiệp hoặc cơ sở sản xuất đầu tư thiết bị, thì hiện nay cách tiếp cận đã toàn diện hơn. Tuyên Quang cho thấy khuyến công không chỉ là hỗ trợ sản xuất, mà là quá trình đồng hành cùng doanh nghiệp từ nâng cao năng lực chế biến, cải tiến công nghệ đến xây dựng thương hiệu và

mở rộng đầu ra cho sản phẩm. Đây cũng chính là tinh thần xuyên suốt mà Bộ Công Thương đã định hướng trong nhiều năm qua, khi từng bước đưa hoạt động khuyến công thoát khỏi khuôn khổ hỗ trợ mang tính ngắn hạn để trở thành công cụ thúc đẩy phát triển công nghiệp nông thôn theo chiều sâu.



Từ hỗ trợ sản xuất, khuyến công ở Tuyên Quang đang tạo giá trị mới cho sản phẩm địa phương.

Một trong những bài học rõ nét nhất từ Tuyên Quang là lựa chọn đúng trọng tâm hỗ trợ. Là tỉnh miền núi với lợi thế về nông, lâm sản và nhiều sản phẩm đặc trưng địa phương, Tuyên Quang không triển khai khuyến công theo hướng phân bổ nguồn lực dàn đều cho mọi lĩnh vực, mà tập trung vào những ngành có tiềm năng tạo giá trị gia tăng như chế biến chè, nông sản, thực phẩm, cơ khí nhỏ phục vụ sản xuất và các sản phẩm thủ công gắn với lợi thế bản địa.

Đổi mới để phát triển

Một điểm sáng khác trong kinh nghiệm của Tuyên Quang là xác định đúng nút thắt của công nghiệp nông thôn, đó là công nghệ sản xuất. Phần lớn doanh nghiệp nhỏ, hợp tác xã hay hộ sản xuất ở khu vực nông thôn đều đối mặt với hạn chế chung là công nghệ lạc hậu, sản xuất quy mô nhỏ, năng suất thấp, chi phí cao và chất lượng sản phẩm thiếu ổn định. Nếu không giải quyết được bài toán này, rất khó để sản phẩm địa phương cạnh tranh trên thị trường ngày càng khắt

khe. Chính vì vậy, Tuyên Quang đã tập trung nguồn lực khuyến công để hỗ trợ doanh nghiệp đầu tư máy móc, thiết bị sản xuất, từ dây chuyền chế biến chè, máy sấy, thiết bị đóng gói đến các loại máy móc phục vụ chế biến nông sản và cơ khí. Đây là cách hỗ trợ tạo ra tác động thực chất, bởi khi năng lực sản xuất được nâng lên, doanh nghiệp không chỉ tăng năng suất mà còn cải thiện chất lượng, giảm chi phí và tăng khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn thị trường.

Thực tế, định hướng lấy đổi mới công nghệ làm trọng tâm cũng là

một trong những trụ cột quan trọng trong chính sách khuyến công của Bộ Công Thương. Điều này cho thấy Tuyên Quang không chỉ thực hiện đúng định hướng, mà còn vận dụng khá linh hoạt vào điều kiện thực tế của địa phương. Quan trọng hơn, cách làm này giúp khuyến công không dừng ở việc hỗ trợ cho có, mà thực sự tạo năng lực cạnh tranh mới cho doanh nghiệp.

Tuy nhiên, hỗ trợ công nghệ mới chỉ là một phần của câu chuyện. Thực tế cho thấy, không ít doanh nghiệp sau khi được nâng công suất sản xuất vẫn gặp khó trong tìm đầu ra cho sản phẩm. Tuyên Quang cho thấy cách tiếp cận toàn diện hơn khi gắn khuyến công với xây dựng thương hiệu, hoàn thiện mẫu mã, bao bì và xúc tiến thương mại.

Một điểm đáng chú ý khác là cách tổ chức hoạt động khuyến công theo hướng gắn với xúc tiến công thương, thay vì tách rời từng khâu hỗ trợ. Cách làm này phù hợp với thực tế doanh nghiệp nhỏ không chỉ thiếu vốn hay công nghệ, mà còn hạn chế về thông tin thị trường, kỹ năng tiếp cận khách hàng và kết nối tiêu thụ. Khi bộ máy hỗ trợ được tổ chức theo hướng liên thông, hiệu quả đồng hành cùng doanh nghiệp cũng trở nên thực chất hơn. ■

TỪ KINH NGHIỆM CỦA TUYÊN QUANG CÓ THỂ THẤY, KHUYẾN CÔNG HIỆU QUẢ KHÔNG CHỈ DỪNG Ở HỖ TRỢ MÁY MÓC, THIẾT BỊ, MÀ LÀ QUÁ TRÌNH NÂNG CAO NĂNG LỰC SẢN XUẤT, PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM VÀ MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG CHO CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN. VỚI ĐỊNH HƯỚNG ĐÚNG TỪ BỘ CÔNG THƯƠNG CÙNG SỰ CHỦ ĐỘNG, LINH HOẠT CỦA ĐỊA PHƯƠNG, KHUYẾN CÔNG HOÀN TOÀN CÓ THỂ TRỞ THÀNH ĐỘNG LỰC QUAN TRỌNG THỨC ĐẨY CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG, NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG.

MÂY TRE ĐAN BAO LA

Đổi mới công nghệ nâng tầm sản phẩm

Trải qua hơn 600 năm hình thành và phát triển, gần 4 thế kỷ gắn bó với nghề đan lát, người dân Bao La (xã Đan Điền, Thành phố Huế) vẫn bền bỉ giữ gìn, phát triển sản phẩm mây tre đan truyền thống.

► BẢO THOA

Giữ nhịp nghề xưa

Năm 2017, Hợp tác xã Sản xuất dịch vụ Mây tre đan Bao La được thành lập đã mở ra hướng đi mới cho người dân làng nghề Bao La khi chuyển từ sản xuất manh mún sang mô hình liên kết tập trung, chú trọng cải tiến mẫu mã, đầu tư máy móc và tìm kiếm thị trường tiêu thụ. Nếu như trước đây mọi công đoạn đều được thực hiện thủ công nên năng suất thấp, thu nhập bấp bênh, thì khi được hỗ trợ máy móc, tập huấn kỹ thuật và tiếp cận các chương trình khuyến công, người dân đã dần thay đổi phương thức sản xuất.

Nhiều người thợ trong làng hiện sử dụng thành thạo máy cưa, máy xử lý nguyên liệu, giúp rút ngắn thời gian sản xuất và tạo ra các sản phẩm đồng đều hơn. Từ những cây tre, cây mây bình dị, người thợ Bao La đã tạo nên hàng trăm sản phẩm đa dạng, vừa mang tính ứng dụng cao, vừa giàu giá trị nghệ thuật. Những chiếc lồng đèn, khay mút, giỏ xách, chụp đèn, đồ trang trí nội thất hay các mô hình kiến trúc di



Sản phẩm mây tre đan Bao La không ngừng vươn xa ra nhiều thị trường

sản Huế như Phu Văn Lâu, cung điện triều Nguyễn đã trở thành sản phẩm đặc trưng, góp phần tạo nên bản sắc riêng cho mây tre đan Bao La trên thị trường trong và ngoài nước.

Điều làm nên sức hút của sản phẩm Bao La không chỉ nằm ở sự tinh xảo của kỹ thuật đan lát truyền thống

mà còn ở khả năng thích ứng nhanh với nhu cầu thị trường. Người dân nơi đây đã biết kết hợp hài hòa giữa kỹ thuật thủ công lâu đời với kiến thức khoa học hiện đại để nâng cao năng suất, cải thiện chất lượng và tạo ra các sản phẩm có tính thẩm mỹ cao hơn. Chính sự đổi mới ấy đã giúp làng



Không gian trưng bày mây tre đan Bao La

NĂM 2023, BAO LA ĐƯỢC CÔNG NHẬN LÀ LÀNG DU LỊCH CỦA TỈNH THỪA THIÊN HUẾ, NAY LÀ THÀNH PHỐ HUẾ. NHỮNG NĂM GẦN ĐÂY, LƯỢNG DU KHÁCH TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC ĐẾN THAM QUAN NGÀY Càng NHIỀU, QUA ĐÓ TẠO CẦU NỐI, MỞ THÊM CƠ HỘI ĐỂ SẢN PHẨM MÂY TRE ĐAN TRUYỀN THỐNG VƯƠN XA ĐẾN NHIỀU THỊ TRƯỜNG QUỐC TẾ.

nghề vượt qua giai đoạn khó khăn khi hàng nhựa giá rẻ tràn ngập thị trường, khiến nhiều nghề truyền thống rơi vào cảnh lao đao.

Năm 2025, mây tre đan Bao La là một trong 39 sản phẩm thuộc nhóm sản phẩm thủ công mỹ nghệ công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp thành phố Huế. Việc được công nhận không chỉ khẳng định giá trị của sản phẩm làng nghề truyền thống mà còn mở ra cơ hội lớn để các cơ sở sản xuất tiếp cận các chương trình hỗ trợ về đổi mới công nghệ, xây dựng thương hiệu và xúc tiến thương mại. Đây cũng là động lực quan trọng để người dân làng nghề

Bao La tiếp tục đầu tư sáng tạo, nâng cao chất lượng sản phẩm trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng khốc liệt của thị trường hàng thủ công mỹ nghệ.

Thích ứng với xu hướng xanh

Không chỉ chú trọng đổi mới sản phẩm, hợp tác xã còn quan tâm đào tạo nguồn nhân lực để duy trì và phát triển nghề truyền thống. Hiện nay, hợp tác xã tạo việc làm thường xuyên cho hơn 140 lao động, bao gồm cả lao động làm việc tập trung và làm tại hộ gia đình. Thu nhập bình quân của người lao động năm 2024 đạt khoảng

4,7 triệu đồng/người/tháng, góp phần nâng cao đời sống người dân nông thôn. Đáng chú ý, hợp tác xã đã có hai nghề nhân được UBND thành phố Huế công nhận và hàng năm đều tổ chức các lớp đào tạo nghề nhằm nâng cao tay nghề cho lao động trẻ, phụ nữ và người lớn tuổi. Điều này không chỉ giúp duy trì lực lượng lao động lành nghề mà còn góp phần giữ gìn giá trị văn hóa của làng nghề truyền thống qua nhiều thế hệ.

Trong bối cảnh xu hướng tiêu dùng xanh và sử dụng vật liệu thân thiện với môi trường ngày càng được ưa chuộng, mây tre đan Bao La đang có nhiều cơ hội để mở rộng thị trường. Các sản phẩm thủ công từ tre, mây không chỉ đáp ứng nhu cầu thẩm mỹ mà còn phù hợp với xu hướng tiêu dùng bền vững trên thế giới. Ngoài bán hàng trực tiếp cho khách du lịch, Hợp tác xã Mây tre đan Bao La đã từng bước xây dựng được các đơn hàng xuất khẩu tới những thị trường khó tính như Nhật Bản, Trung Quốc và nhiều quốc gia khác. Những sản phẩm mang đậm bản sắc Huế được khách hàng quốc tế đánh giá cao nhờ sự tinh tế, thân thiện môi trường và tính thủ công độc đáo.

Để mở rộng thị trường, công tác xúc tiến thương mại cũng được triển khai khá bài bản. Không chỉ tham gia các hội chợ triển lãm trong và ngoài địa phương, Hợp tác xã Mây tre đan Bao La còn chủ động xây dựng website, phát triển các kênh mạng xã hội và quảng bá sản phẩm thông qua video ngắn nhằm tiếp cận khách hàng trực tuyến. Đây là hướng đi phù hợp trong bối cảnh chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ, giúp sản phẩm làng nghề tiếp cận thị trường rộng lớn hơn với chi phí thấp hơn. ■

KHUYẾN CÔNG BẮC NINH

TẬP TRUNG HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA

Giai đoạn 2026 - 2030, hoạt động khuyến công trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh sẽ tập trung hỗ trợ khu vực doanh nghiệp nhỏ và vừa, hộ kinh doanh và hợp tác xã nâng cao năng lực, ứng dụng công nghệ, đổi mới quy trình sản xuất.

► **CHU HẰNG**

Hoạt động khuyến công hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận khách hàng

Chia sẻ với phóng viên Bản tin Khuyến công, bà Đặng Thị Tâm - Giám đốc Hợp tác xã Gốm và Du lịch Minh Tâm (thôn Phù Lãng, xã Phù Lãng, tỉnh Bắc Ninh) cho rằng, những năm qua, chương trình khuyến công trên địa bàn đã có nhiều hoạt động thiết thực, hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa, cơ sở công nghiệp nông thôn tiếp cận thị trường, khách hàng. Hợp tác xã Gốm và Du lịch Minh Tâm cũng được hưởng lợi từ các chương trình đó.

Phát huy những kết quả từ các chương trình khuyến công, UBND tỉnh Bắc Ninh vừa ký Quyết định số 568/QĐ-UBND phê duyệt Chương trình khuyến công giai đoạn 2026 - 2030, nhằm tạo động lực thúc đẩy phát triển công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp trên địa bàn theo hướng hiện đại, bền vững và hiệu quả.

Theo đó, Chương trình đặt mục tiêu kích hoạt, huy động và sử dụng hiệu quả mọi nguồn lực xã hội cho phát triển công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp gắn với xây dựng nông thôn mới và chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa.



Hoạt động khuyến công hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới công nghệ

Tăng cường hỗ trợ các cơ sở công nghiệp nông thôn ứng dụng khoa học - công nghệ, đổi mới thiết bị, quy trình sản xuất, qua đó chuyển dịch từ các ngành thâm dụng tài nguyên và lao động sang các ngành thâm dụng vốn và công nghệ. Đây là bước đi quan trọng nhằm nâng cao năng suất, chất lượng và giá trị gia tăng của sản phẩm công nghiệp nông thôn.

Cụ thể, giai đoạn 2026 - 2030, tỉnh Bắc Ninh dự kiến xây dựng 7 mô

hình trình diễn kỹ thuật nhằm phổ biến công nghệ mới, sản xuất sản phẩm mới tại các cơ sở công nghiệp nông thôn; hỗ trợ 182 cơ sở ứng dụng máy móc, thiết bị tiên tiến, chuyển giao công nghệ và tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất.

Chương trình đặt mục tiêu hỗ trợ xây dựng 5 mô hình áp dụng sản xuất sạch hơn tại các cơ sở công nghiệp; tổ chức 2 đợt bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp



Chương trình Khuyến công giai đoạn 2026 - 2030 của Bắc Ninh tập trung hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, cơ sở công nghiệp nông thôn tiếp cận thị trường

tỉnh nhằm tôn vinh, quảng bá các sản phẩm có chất lượng, giá trị cao. Tỉnh cũng sẽ hỗ trợ xây dựng phòng trưng bày, giới thiệu sản phẩm tại 10 cơ sở có sản phẩm tiêu biểu; hỗ trợ 40 cơ sở đăng ký nhãn hiệu, xây dựng thương hiệu cho sản phẩm công nghiệp nông thôn.

Cơ hội cho doanh nghiệp công nghiệp nông thôn

Đối tượng thụ hưởng của Chương trình Khuyến công giai đoạn 2026 - 2030 trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh bao gồm: doanh nghiệp nhỏ và vừa, tổ hợp tác, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã, hộ kinh doanh trực tiếp sản xuất công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp tại các xã, phường; các làng nghề được công nhận; các cơ sở áp dụng sản xuất sạch hơn; doanh nghiệp đầu tư hạ tầng cụm công nghiệp; các nghệ nhân trong lĩnh vực thủ công mỹ nghệ; các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước tham gia hoạt động khuyến công.

Để đạt được mục tiêu đề ra, chương trình tập trung vào nhiều nhóm nhiệm vụ trọng tâm như: xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật; hỗ

trợ phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn; xúc tiến đầu tư phát triển cụm công nghiệp; xử lý ô nhiễm môi trường tại các cụm công nghiệp và cơ sở sản xuất; phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao; nâng cao năng lực quản lý, tư vấn và hỗ trợ doanh nghiệp; tăng cường công tác thông tin, truyền thông về phát triển công nghiệp nông thôn.

Tổng kinh phí dự kiến thực hiện Chương trình trong giai đoạn 2026 - 2030 là 381.700 triệu đồng, được huy động từ ngân sách Trung ương, ngân sách địa phương, vốn đối ứng của

các cơ sở công nghiệp nông thôn và các nguồn hợp pháp khác.

Để triển khai hiệu quả chương trình, UBND tỉnh Bắc Ninh giao Sở Công Thương Bắc Ninh - cơ quan chủ trì, xây dựng kế hoạch chi tiết; trình Bộ Công Thương tổng hợp, thẩm định và phê duyệt các đề án khuyến công quốc gia; đồng thời phối hợp với các sở, ngành, địa phương tổ chức triển khai thực hiện. Tham mưu UBND tỉnh trình HĐND tỉnh ban hành quy định về nội dung, mức chi cho các hoạt động khuyến công từ nguồn ngân sách địa phương, bảo đảm phù hợp với thực tiễn. ■

QUYẾT ĐỊNH SỐ 568/QĐ-UBND TỈNH BẮC NINH NÊU RÕ: CHƯƠNG TRÌNH KHUYẾN CÔNG GIAI ĐOẠN 2026 - 2030 CỦA TỈNH TẬP TRUNG HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA, CƠ SỞ CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ, NÂNG CAO NĂNG SUẤT VÀ XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU. VỚI ĐỊNH HƯỚNG GẮN PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT VỚI BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG, SỬ DỤNG HIỆU QUẢ NGUỒN LỰC VÀ THÚC ĐẨY CHUYỂN DỊCH CƠ CẤU KINH TẾ, KHUYẾN CÔNG ĐƯỢC KỶ VỌNG TRỞ THÀNH ĐỘNG LỰC QUAN TRỌNG CHO PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN BỀN VỮNG.

Tinh hoa sản phẩm công nghiệp nông thôn Việt Nam hội tụ tại Ninh Bình

Với chủ đề “Tinh hoa công nghiệp nông thôn Việt Nam: Sáng tạo, xanh và bền vững”, cuối tháng 1/2026, Trung tâm Đổi mới sáng tạo và Khuyến công (Cục Đổi mới sáng tạo, Chuyển đổi xanh và Khuyến công - Bộ Công Thương) đã chính thức khai trương Không gian trưng bày, giới thiệu và xúc tiến tiêu thụ sản phẩm công nghiệp nông thôn 3 miền tại số 173 Trần Hưng Đạo, phường Nam Định, tỉnh Ninh Bình.

Đây không chỉ là hoạt động xúc tiến thương mại đơn thuần, mà còn là điểm kết nối nhằm quảng bá những sản phẩm tiêu biểu của khu vực công nghiệp nông thôn trên cả nước, qua đó thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm gắn với đổi mới sáng tạo và chuyển đổi xanh.

Không gian trưng bày quy tụ hàng trăm sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu của ba miền Bắc - Trung - Nam, phản ánh sự đa dạng, phong phú của khu vực sản xuất nông thôn Việt Nam. Các nhóm sản phẩm được giới thiệu bao gồm sản phẩm chế biến nông, lâm, thủy sản; thực phẩm truyền thống; sản phẩm thủ công mỹ nghệ; sản phẩm làng nghề; sản phẩm ứng dụng công nghệ mới... Nhiều sản phẩm mang đậm bản sắc văn hóa vùng miền, được đầu tư nâng cao chất lượng, cải tiến mẫu mã, bao bì để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường.

Các sản phẩm tham gia trưng bày đều được lựa chọn kỹ lưỡng trên cơ sở bảo đảm chất lượng, an toàn thực phẩm, có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng và đáp ứng các tiêu chí về tính sáng tạo, khả năng thương mại hóa cũng như tiềm năng phát triển thị trường. Không ít sản phẩm đã đạt

danh hiệu sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp khu vực, cấp quốc gia, từng bước khẳng định vị thế trên thị trường trong nước và hướng tới xuất khẩu.

Thông qua hoạt động trưng bày và giới thiệu sản phẩm, Trung tâm Đổi mới sáng tạo và Khuyến công kỳ vọng tạo ra kênh xúc tiến tiêu thụ sản phẩm trực tiếp, hiệu quả cho các doanh nghiệp, hợp tác xã và cơ sở sản xuất công nghiệp nông thôn. Đây là cơ hội để các đơn vị sản xuất tiếp cận người tiêu dùng, quảng bá thương hiệu, mở rộng thị trường tiêu thụ cũng như tìm kiếm đối tác, nhà phân phối tiềm năng.

Không gian trưng bày cũng được kỳ vọng trở thành nơi kết nối giữa doanh nghiệp sản xuất với các hệ thống phân phối, siêu thị, sàn thương mại điện tử và các đối tác trong và ngoài nước. Thông qua đó, các sản phẩm công nghiệp nông thôn có thêm cơ hội tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng hiện đại, nâng cao năng lực cạnh tranh và từng bước xây dựng thương hiệu bền vững.

Điểm nhấn nổi bật của không gian lần này là việc lồng ghép mạnh mẽ các yếu tố đổi mới sáng tạo và chuyển đổi xanh trong quá trình sản xuất, trưng bày và quảng bá sản phẩm. Nhiều cơ sở sản xuất đã mạnh dạn đầu tư công nghệ mới, ứng dụng máy móc hiện đại nhằm nâng cao năng suất, tiết kiệm nguyên liệu và giảm tác động tới môi trường. Không ít sản phẩm sử dụng nguyên liệu tái chế, nguyên liệu thân thiện môi trường hoặc áp dụng quy trình sản xuất tuần hoàn, tiết kiệm năng lượng.

AN TUỆ

VIỆC HÌNH THÀNH KHÔNG GIAN TRƯNG BÀY, XÚC TIẾN TIÊU THỤ SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP NÔNG THÔN 3 MIỀN LÀ HOẠT ĐỘNG THIẾT THỰC TRONG CÔNG TÁC KHUYẾN CÔNG, HỖ TRỢ CÁC DOANH NGHIỆP VÀ CƠ SỞ SẢN XUẤT NÔNG THÔN NÂNG CAO NĂNG LỰC SẢN XUẤT, MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG VÀ GIA TĂNG GIÁ TRỊ SẢN PHẨM.



Không gian trưng bày, giới thiệu nhiều sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu 3 miền

THÁI NGUYÊN

Mở rộng thị trường cho sản phẩm công nghiệp nông thôn

Hội chợ triển lãm Công Thương - Thái Nguyên năm 2026 diễn ra đầu tháng 5 với sự tham gia của 21 tỉnh, thành phố đang cho thấy vai trò ngày càng rõ nét trong việc thúc đẩy phát triển công nghiệp nông thôn, khuyến công và mở rộng thị trường tiêu thụ cho sản phẩm địa phương.

Hội chợ quy tụ hơn 160 gian hàng, trưng bày các sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu và hàng hóa đặc trưng của nhiều địa phương trên cả nước. Không chỉ đơn thuần là hoạt động giới thiệu sản phẩm, đây còn là không gian kết nối cung - cầu, xúc tiến thương mại, đầu tư và tìm kiếm cơ hội hợp tác giữa doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất công nghiệp nông thôn.

Trong bối cảnh nhiều cơ sở công nghiệp nông thôn vẫn đối mặt với bài toán đầu ra, thiếu kênh phân phối ổn định và hạn chế về năng lực tiếp cận thị trường, các hội chợ quy mô liên vùng như tại Thái Nguyên được xem là “cánh tay nối dài” của chính sách khuyến công.



Việc 21 tỉnh, thành cùng tham gia cho thấy nhu cầu kết nối thị trường cho sản phẩm công nghiệp nông thôn ngày càng lớn. Đây cũng là tín hiệu cho thấy hoạt động khuyến công đang chuyển dần từ mô hình hỗ trợ sản xuất sang tư duy phát triển chuỗi giá trị.

Khuyến công Hà Nội tìm đầu ra cho sản phẩm



Việc Hà Nội tổ chức Hội chợ hàng công nghiệp nông thôn tiêu biểu gắn với Lễ hội truyền thống quốc gia chùa Tây Phương năm 2026 tiếp tục cho thấy hướng đi mới của hoạt động khuyến công khi không chỉ hỗ trợ sản xuất mà còn chủ động tạo không gian xúc tiến

thương mại, kết nối thị trường và gia tăng giá trị cho sản phẩm địa phương.

Diễn ra vào cuối tháng 4, hội chợ quy tụ khoảng 100 gian hàng, trưng bày các sản phẩm thủ công mỹ nghệ, hàng làng nghề truyền thống của Hà Nội và nhiều địa phương.

Không gian hội chợ được đặt trong dòng chảy của một lễ hội văn hóa tâm linh lớn, qua đó giúp sản phẩm công nghiệp nông thôn tiếp cận trực tiếp đông đảo người dân, du khách và đối tác thương mại.

Điểm đáng chú ý, đây là hoạt động nằm trong Chương trình khuyến công năm 2026 của thành phố Hà Nội. Nếu trước đây khuyến công thường được nhìn qua lăng kính hỗ trợ máy móc, thiết bị hay đổi mới công nghệ, thì cách làm này cho thấy tư duy rộng hơn: đưa sản phẩm ra thị trường, tạo đầu ra và hình thành chuỗi giá trị bền vững.

Với việc kết hợp giữa xúc tiến thương mại với không gian lễ hội truyền thống cũng mở ra hướng đi đáng chú ý cho công tác khuyến công, khi sản phẩm không chỉ được bán mà còn được kể câu chuyện văn hóa, bản sắc và làng nghề phía sau.

Khuyến công Gia Lai thúc đẩy hiện đại hóa sản xuất nông thôn

Gia Lai đang cho thấy quyết tâm mạnh mẽ trong thúc đẩy hoạt động khuyến công khi ban hành Chương trình khuyến công giai đoạn 2026-2030 với quy mô 456 đề án, tổng kinh phí dự kiến hơn 366 tỷ đồng. Đây được xem là bước đi đáng chú ý nhằm hỗ trợ khu vực công nghiệp nông thôn chuyển dịch theo hướng hiện đại, nâng cao năng lực cạnh tranh và mở rộng dư địa phát triển sản xuất.

Theo kế hoạch, 377 đề án sẽ do khuyến công địa phương triển khai, trong khi 79 đề án thuộc chương trình khuyến công quốc gia. Nội dung hỗ trợ tập trung vào các lĩnh vực then chốt như xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật, ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến, chuyển giao công nghệ, phát triển sản xuất sạch hơn, hỗ trợ hạ tầng cụm công nghiệp và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

Điểm đáng chú ý là chương trình không chỉ dừng ở hỗ trợ thiết bị hay công nghệ đơn lẻ mà hướng tới mục tiêu dài hạn là tái cấu trúc khu vực công nghiệp nông



thôn theo hướng hiệu quả, bền vững. Gia Lai đặt mục tiêu tăng trưởng bình quân khu vực công nghiệp nông thôn đạt 13,5-14,5%/năm, đồng thời kỳ vọng mỗi đồng vốn khuyến công có thể kéo thêm 4 đồng vốn xã hội hóa từ doanh nghiệp và cơ sở sản xuất.

Quảng Trị mở rộng dư địa phát triển cho công nghiệp địa phương

Không chỉ hỗ trợ trực tiếp về sản xuất, Quảng Trị đang cho thấy cách làm mới trong thúc đẩy hoạt động khuyến công khi chú trọng tạo dư địa phát triển cho khu vực công nghiệp nông thôn thông qua các hoạt động phát hiện, lựa chọn và hỗ trợ những sản phẩm có tiềm năng. Đây được xem là hướng đi quan trọng nhằm khơi thông động lực phát triển cho doanh nghiệp, hợp tác xã và các cơ sở sản xuất địa phương.

Thực tế cho thấy, nhiều cơ sở công nghiệp nông thôn vẫn gặp khó trong việc khẳng định vị thế trên thị trường do hạn chế về quy mô, công nghệ, mẫu mã và khả năng

xây dựng thương hiệu. Trong bối cảnh đó, việc tổ chức các hoạt động bình chọn, quảng bá sản phẩm không chỉ mang tính tôn vinh mà còn đóng vai trò như một công cụ khuyến công để tạo cú hích cho sản xuất.

Thông qua những hoạt động này, sản phẩm địa phương có thêm cơ hội được nhận diện, kết nối với hệ thống phân phối, tham gia xúc tiến thương mại và từng bước mở rộng thị trường tiêu thụ. Quan trọng hơn, điều này tạo áp lực tích cực để các cơ sở sản xuất chủ động đổi mới công nghệ, cải tiến chất lượng, nâng cao giá trị sản phẩm nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường.



Cà Mau cải tiến chất lượng sản phẩm nhờ công nghệ

Ở nhiều địa phương, khuyến công vẫn thường được nhìn như câu chuyện hỗ trợ một phần kinh phí mua máy móc hay cải tiến thiết bị. Nhưng cách Cà Mau đang triển khai cho thấy một tư duy khác khi dùng khuyến công như công cụ giúp doanh nghiệp công nghiệp nông thôn “nâng đời” năng lực sản xuất, từng bước thoát khỏi mô hình gia công nhỏ lẻ, giá trị thấp.

Với địa phương có thế mạnh về chế biến thủy sản, nông sản như Cà Mau, bài toán không chỉ là sản xuất được hàng hóa, mà là sản xuất ra sản phẩm có giá trị cao hơn, chất lượng ổn định hơn và đủ sức cạnh tranh trên thị trường lớn. Trong bối cảnh đó, hỗ trợ

đổi mới công nghệ không đơn thuần là thay máy cũ bằng máy mới, mà là thay đổi cả cách doanh nghiệp tạo ra giá trị. Khi công nghệ được nâng cấp, doanh nghiệp không chỉ tăng năng

suất mà còn có cơ hội chuẩn hóa quy trình, cải thiện chất lượng sản phẩm, giảm phụ thuộc vào lao động thủ công và đáp ứng tốt hơn các yêu cầu ngày càng khắt khe của thị trường.



Đồng Nai mở rộng không gian xúc tiến thương mại

Gần đây, hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại và du lịch mà Đồng Nai đẩy mạnh trong năm 2026 không chỉ mang ý nghĩa phát triển kinh tế địa phương, mà còn mở thêm dư địa cho công tác khuyến công. Với nhiều cơ sở công nghiệp nông thôn, điểm nghẽn lớn nhất không nằm ở năng lực sản xuất mà ở khả năng tiếp cận thị trường, tìm kiếm đối tác và mở rộng đầu ra cho sản phẩm. Vì vậy, việc tăng cường các hoạt động kết nối giao thương có thể trở thành cầu nối của khuyến công, giúp doanh nghiệp địa phương tiến gần hơn tới thị trường.

Nếu trước đây khuyến công thường gắn với hỗ trợ máy móc, thiết bị hay đổi mới công nghệ, thì cách tiếp cận này cho thấy hướng đi rộng hơn khi hỗ trợ doanh nghiệp không chỉ sản xuất tốt hơn mà còn bán hàng tốt hơn.

KHUYẾN CÔNG TP. HỒ CHÍ MINH

Tìm đầu ra cho sản phẩm công nghiệp

TP. Hồ Chí Minh giữ vai trò đặc biệt trong chuỗi hỗ trợ khuyến công khi trở thành “cửa ra thị trường” cho nhiều sản phẩm công nghiệp nông thôn khu vực phía Nam. Dù không phải địa phương có thế mạnh về công nghiệp nông thôn, thành phố lại sở hữu lợi thế lớn về thị trường tiêu thụ, hệ thống phân phối và năng lực kết nối giao thương. Thông qua các sự kiện như hội chợ kết nối cung - cầu, xúc tiến thương mại vùng, Vietnam International Sourcing hay các hội chợ chuyên ngành, nhiều sản phẩm công nghiệp nông thôn có cơ hội tiếp cận nhà phân phối, doanh nghiệp xuất khẩu và đối tác lớn. Điều này cho thấy khuyến công hôm nay không chỉ dừng ở hỗ trợ sản xuất, mà cần gắn chặt với bài toán thị trường, giúp sản phẩm địa phương mở rộng đầu ra và gia tăng giá trị.

An Giang thêm sân chơi cho công nghiệp nông thôn

Khuyến công không chỉ là hỗ trợ máy móc hay chuyển giao công nghệ, mà còn cần tạo ra cơ hội để sản phẩm gặp thị trường. Từ góc nhìn đó, Hội chợ triển lãm Công Thương An Giang năm 2026 mang ý nghĩa như mắt xích hỗ trợ quan trọng cho khu vực công nghiệp nông thôn. Với hàng trăm gian hàng quy tụ doanh nghiệp trong và ngoài địa phương, đây là cơ hội để các cơ sở sản xuất nhỏ đưa sản phẩm ra khỏi phạm vi quen thuộc, tiếp cận khách hàng mới và thăm dò nhu cầu thị trường. Với nhiều cơ sở công nghiệp nông thôn, thiếu đầu ra vẫn là rào cản lớn nhất trong hành trình phát triển. Những không gian xúc tiến như vậy vì thế không chỉ giúp bán hàng, mà còn góp phần định hình tư duy thị trường cho doanh nghiệp.



Ảnh: CẦN DŨNG