

BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG



THAM LUẬN

**HỘI NGHỊ SƠ KẾT CÔNG TÁC 6 THÁNG ĐẦU NĂM 2022
VÀ PHƯƠNG HƯỚNG NHIỆM VỤ 6 THÁNG CUỐI NĂM 2022**

Hà Nội, ngày 18 tháng 7 năm 2022

BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

THAM LUẬN

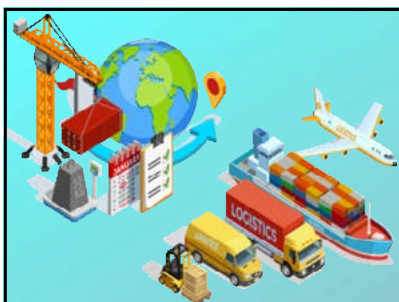
**HỘI NGHỊ SƠ KẾT CÔNG TÁC 6 THÁNG ĐẦU NĂM 2022
VÀ PHƯƠNG HƯỚNG NHIỆM VỤ 6 THÁNG CUỐI NĂM 2022**

Hà Nội, ngày 18 tháng 7 năm 2022

MỤC LỤC

STT	Tên tham luận	Trình bày	
LĨNH VỰC BƯU CHÍNH			
1.	Xu hướng xây dựng, phát triển các ứng dụng công nghệ tại các doanh nghiệp bưu chính và một số định hướng quản lý	Bà Hoàng Bảo Ngọc <i>Phó Vụ trưởng Vụ Bưu chính</i>	5
LĨNH VỰC VIỄN THÔNG			
2.	Báo cáo kết quả triển khai Mobile Money	Tập đoàn Công nghiệp - Viễn thông Quân đội (Viettel)	8
3.	Tình hình phát triển 5G ở băng tần C trên thế giới	Ông Lê Thái Hòa <i>Phó Cục trưởng Cục Tần số vô tuyến điện</i>	13
4.	Định hướng mới về Mạng điện báo hệ đặc biệt	Ông Trần Duy Ninh <i>Cục trưởng Cục Bưu điện Trung ương</i>	18
5.	Chuyển đổi Internet Việt Nam sang thế hệ địa chỉ mới IPV6	Ông Nguyễn Hồng Thắng <i>Giám đốc Trung tâm Internet Việt Nam</i>	23
LĨNH VỰC ỨNG DỤNG CNTT			
6.	Báo cáo sơ kết công tác 06 tháng đầu năm 2022 và nhiệm vụ công tác 06 tháng cuối năm 2022	Ông Đỗ Công Anh <i>Cục trưởng Cục Tin học hóa</i>	27
LĨNH VỰC AN TOÀN THÔNG TIN MẠNG			
7.	Hệ sinh thái xác thực mạnh không mặt khẩu Make In VietNam	Ông Đỗ Ngọc Duy Trác <i>Tổng giám đốc Công ty An ninh mạng VINCSS (VinGroup)</i>	33
8.	Ký số từ xa - Giải pháp cho mỗi người dân	Ông Nguyễn Thiện Nghĩa <i>Phó Giám đốc phụ trách Trung tâm Chứng thực điện tử quốc gia</i>	41
LĨNH VỰC KINH TẾ SỐ, XÃ HỘI SỐ			
9.	Chiến lược Quốc gia phát triển kinh tế số & xã hội số	Ông Nguyễn Trọng Đường <i>Phó Vụ trưởng phụ trách Vụ Quản lý doanh nghiệp</i>	45
10.	Đo lường hoạt động của người dân Việt Nam trên môi trường số	Ông Trần Minh Tuấn <i>Phó Viện trưởng phụ trách Viện Chiến lược TTTT</i>	51

STT	Tên tham luận	Trình bày	
11.	Sự cần thiết triển khai bộ chỉ số đánh giá mức độ chuyển đổi số doanh nghiệp (DBI) & chương trình hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa chuyển đổi số (SMEDX)	Bà Đinh Thị Thúy <i>Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần MISA</i>	55
LĨNH VỰC CÔNG NGHIỆP ICT			
12.	Đo lường phần giá trị Việt trong tổng doanh thu công nghiệp ICT Việt Nam	Ông Nguyễn Thanh Tuyên <i>Phó Vụ trưởng Vụ Công nghệ thông tin</i>	61
13.	Kinh nghiệm của VMO tại thị trường nước ngoài	Ông Hoàng Tuấn Hải <i>Tổng Giám đốc Công ty CP Công nghệ VMO</i>	68
LĨNH VỰC BÁO CHÍ, TRUYỀN THÔNG			
14.	Chấn chỉnh tình trạng “báo hóa” tạp chí	Ông Nguyễn Thanh Lâm <i>Cục trưởng Cục Báo chí</i>	72
15.	Xu thế Podcast giải trí và những vấn đề đặt ra đối với công tác quản lý	Ông Lưu Đình Phúc <i>Cục trưởng Cục Phát thanh, Truyền hình và Thông tin điện tử</i>	80
16.	Phát triển nội dung đặc sắc, thuần Việt trên dịch vụ phát thanh truyền hình trả tiền	Ông Bùi Huy Năm, <i>Tổng Giám đốc VTVcab</i>	95
17.	Phát triển sách tóm tắt (sách tinh gọn) trong xu thế mới hiện nay	Ông Nguyễn Nguyên <i>Cục trưởng Cục Xuất bản, In và Phát hành</i>	99
18.	Voiz FM - Ứng dụng sách nói và Podcast hàng đầu Việt Nam	Ông Lê Hoàng Thạch <i>Tổng Giám đốc Công ty TNHH Wewe</i>	107
19.	Đề xuất, kiến nghị xây dựng, hoàn thiện chính sách, pháp luật trong lĩnh vực thông tin cơ sở	Ông Nguyễn Văn Tạo <i>Cục trưởng Cục Thông tin cơ sở</i>	110
20.	Truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài theo cách làm mới	Ông Nguyễn Văn Thuật <i>Phó Cục trưởng Cục Thông tin đối ngoại</i>	113
LĨNH VỰC TỔNG HỢP			
21.	Báo cáo công tác Thanh tra 06 tháng đầu năm 2022	Ông Bùi Hoàng Phương <i>Chánh Thanh tra Bộ TTTT</i>	120



THAM LUẬN

XU HƯỚNG XÂY DỰNG, PHÁT TRIỂN CÁC ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ TẠI CÁC DOANH NGHIỆP BƯU CHÍNH VÀ MỘT SỐ ĐỊNH HƯỚNG QUẢN LÝ

Hoàng Bảo Ngọc
Phó Vụ trưởng Vụ Bưu chính

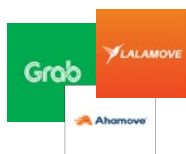
Hà Nội, ngày 18 tháng 7 năm 2022

XU HƯỚNG HIỆN NAY



DNBC ĐẨY MẠNH CDS

Ứng dụng CN
hiện đại, đẩy
mạnh CDS trở
nên phổ biến



DNBC LÀM CHỦ CÔNG NGHỆ

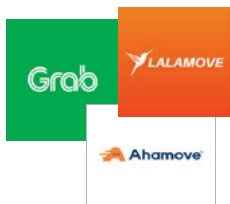
DNBC làm chủ các nền tảng
số: Grab delivery (Cty Grab);
Ahamove (Cty Tức thời);
Lalamove



DNBC TRUYỀN THỐNG

Cũng không nằm ngoài
xu hướng làm chủ
công nghệ

VẤN ĐỀ ĐẶT RA



DNBC CÔNG NGHỆ

Chủ yếu là DNBC có yếu tố nước ngoài



NGUY CƠ

Vấn đề ATTT mạng; Lộ
lọt, dữ liệu người sử dụng
DVBC

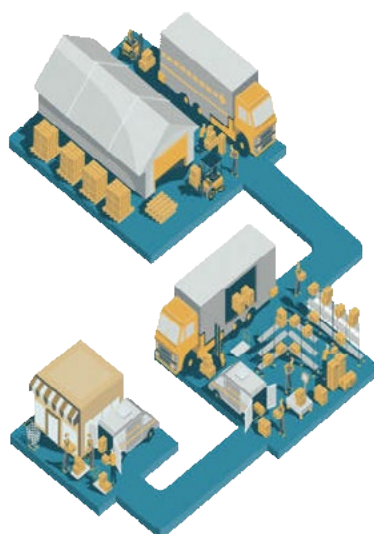
3

QUAN ĐIỂM NHÌN NHẬN CỦA CHUYÊN GIA TRÊN THẾ GIỚI

Khi các doanh nghiệp xác định mình chỉ thuần kinh doanh dịch vụ kỹ thuật số dựa vào kết nối điện tử thì sẽ không coi đó là DVBC

Trách nhiệm đảm bảo an toàn thông tin người sử dụng dịch vụ bưu chính thuộc về DNBC.

DN vừa cung cấp nền tảng kết nối giữa người gửi và người nhận, vừa tham gia vào quá trình hỗ trợ triển khai các giao dịch đó là họ đã bắt đầu tham gia vào các hoạt động truyền thống thuộc về lĩnh vực bưu chính



4

MỘT SỐ ĐỊNH HƯỚNG QUẢN LÝ TẠI VIỆT NAM



NĐ số 85/2016/NĐ-CP

Quy định hững doanh nghiệp cung cấp dịch vụ trực tuyến thuộc danh mục ngành nghề có điều kiện thì phải xây dựng hệ thống đảm bảo an toàn thông tin theo cấp độ 3



Bưu chính là LV kinh doanh có điều kiện

Các hệ thống cơ bản của doanh nghiệp bưu chính đều ở mức phải xây dựng hệ thống an toàn thông tin cấp độ 3, đây là cấp độ tối thiểu để đảm bảo an toàn thông tin hệ thống theo quy định Luật an toàn thông tin mạng.



CV số 1920/BTTTT-BC
ngày 25/4/2022

Yêu cầu các doanh nghiệp bưu chính công nghệ nghiên cứu xây dựng hệ thống an toàn thông tin cấp độ 3 theo quy định Luật an toàn thông tin mạng



Trân trọng cảm ơn!

BÁO CÁO KẾT QUẢ TRIỂN KHAI THÍ ĐIỂM MOBILE MONEY

Tập đoàn Công nghiệp
Viễn thông Quân đội (Viettel)

Hà Nội, tháng 7 năm 2022

Lời mở đầu

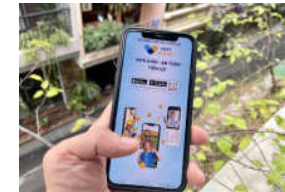
Mobile Money (còn được gọi là tiền di động) được hiểu là hình thức thanh toán được thực hiện thông qua thiết bị di động và vận hành theo quy định tài chính của mỗi quốc gia. Qua đó cung cấp cho khách hàng nghiệp vụ **nạp/rút/thanh toán/chuyển tiền** qua điện thoại di động mà không cần liên kết với tài khoản ngân hàng. Ngoài ra, khách hàng có thể nạp/rút/chuyển tiền tại các điểm đại lý của Nhà mạng.

Mobile Money ra đời với mục tiêu **phát triển hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt, tăng cường việc tiếp cận và sử dụng các dịch vụ tài chính**, đặc biệt tại khu vực **nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, biên giới và hải đảo của Việt Nam**.



● Về việc tuân thủ các quy định triển khai thí điểm

Các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ đều đảm bảo tuân thủ các quy định về mục tiêu, phạm vi thực hiện thí điểm, nội dung thí điểm, tổ chức thực hiện, **không vi phạm các hành vi bị cấm theo quy định tại Quyết định 316/QĐ-TTg.**



● Về phát triển quy mô dịch vụ tính đến hết T6/2022

Khách hàng lũy kế đăng ký và sử dụng dịch vụ Mobile Money **1.769.291**

↑ **388%** So với tổng số khách hàng lũy kế cuối năm 2021

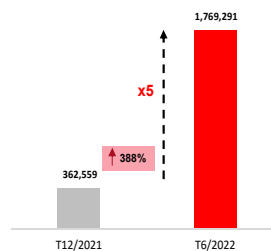
Khách hàng đăng ký và sử dụng ở nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, biên giới và hải đảo **1.189.821**

→ Chiếm 2/3 tổng số khách hàng đăng ký và sử dụng dịch vụ

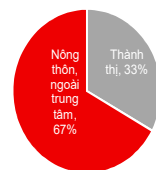
1.720.827 tài khoản Mobile Money

đang hoạt động (có phát sinh ít nhất một giao dịch trong vòng 6 tháng)

Số tài khoản Mobile Money



Tỷ lệ khách hàng Mobile Money theo khu vực



Việc triển khai Mobile Money thời gian qua đã đảm bảo thực hiện đúng sứ mệnh phổ cập tài chính toàn diện quốc gia.

● Về việc phát triển hạ tầng tính đến cuối T6/2022

Điểm kinh doanh

7.834 Điểm kinh doanh đã được thiết lập

3.757 Điểm kinh doanh thuộc vùng nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa biên giới và hải đảo

Điểm CNTT

14.443 Đơn vị, trong đó chủ yếu là các ĐVCNTT cung ứng dịch vụ thiết yếu và các dịch vụ khác như xổ số, tài chính

8 triệu Số lượng giao dịch thanh toán mua hàng hóa, dịch vụ tại ĐVCNTT bằng dịch vụ Mobile Money

125 tỷ Giá trị các giao dịch thanh toán



HẠ TẦNG CHỢ 4.0 Viettel Money

Hạ tầng Mobile money đã phát triển tại 63 tỉnh thành

- Viettel chính thức triển khai mô hình “**Chợ 4.0 - chợ không tiền mặt**”, phủ **63/63** tỉnh thành.
- Số chợ triển khai bán hàng: **122** chợ.
- Tổng số điểm CNTT phát triển tại dự án chợ đạt **12.132** điểm.





Dịch vụ Mobile Money đang góp phần thực hiện sứ mệnh phổ cập thanh toán không dùng tiền mặt đến các khu vực ngoài trung tâm, đến những người dân đang gặp khó khăn trong việc tiếp cận dịch vụ tài chính – ngân hàng, để đảm bảo không ai bị bỏ lại phía sau trong cuộc cách mạng 4.0, **đạt được mục tiêu đề ra của Quyết định 316/QĐ-TTg về thí điểm Mobile Money.**

- Sau 6 tháng đầu năm 2022, dịch vụ Mobile Money đạt được **1.769.291 khách hàng, tăng trưởng 388% so với cuối năm 2021**. → Đây là một con số tăng trưởng tích cực nếu so với quy mô toàn bộ thị trường ví điện tử đã phát triển từ những năm 2010, với hơn 40 tổ chức cung cấp dịch vụ - đạt được quy mô 16,4 triệu ví điện tử hoạt động trên toàn quốc.

- Mobile Money là cần thiết trong điều kiện hệ thống ngân hàng và ví điện tử tập trung phục vụ người dân ở khu vực thành thị (hệ thống chi nhánh và ATM của các ngân hàng lớn nhất như BIDV, Vietcombank, Vietinbank, Techcombank, MBBank... đều tập trung ít nhất 50% ở Hà Nội và TP.HCM).



Đề xuất

- Bộ TTTT hỗ trợ đề xuất Chính phủ cho phép các nhà mạng được kết nối, tra cứu, sử dụng thông tin thuộc Cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư để thực hiện quy trình định danh, xác thực điện tử
- Bộ TTTT tiếp tục phối hợp với các cơ quan báo chí, truyền thông triển khai các hoạt động để thúc đẩy, định hướng nhận thức người dân về lợi ích của tiền di động, từ đó xây dựng cái nhìn chân thật, gần gũi, dần xóa bỏ tâm lý nghi ngại của người dân.
- Bộ TTTT hỗ trợ đề xuất Chính phủ thực hiện các hoạt động hỗ trợ tới các đối tượng yếu thế, người dân ở vùng sâu, vùng xa như giải ngân các khoản trợ cấp, hỗ trợ an sinh xã hội, cấp vốn, cho vay thông qua tài khoản tiền di động.
- Bộ TTTT hỗ trợ đề xuất Chính phủ đánh giá kết quả thí điểm, xem xét mở rộng một số quy định giới hạn về đối tượng, phạm vi, hạn mức sử dụng dịch vụ... để các doanh nghiệp kinh doanh có cơ sở nâng cao tính hấp dẫn của dịch vụ, đẩy nhanh tiến độ thực hiện sứ mệnh phổ cập thanh toán không dùng tiền mặt cho Quốc gia.



“

Trên đây là báo cáo về kết quả triển khai thí điểm dịch vụ Mobile Money đến tháng 6 năm 2022 và một số đề xuất để đẩy nhanh tốc độ phát triển thanh toán không dùng tiền mặt thông qua Mobile Money trong thời gian tới. Một lần nữa, xin kính chúc Đồng chí Bộ trưởng và các đồng chí Lãnh đạo Bộ, Lãnh đạo các cơ quan, đơn vị và các đồng chí tham dự Hội nghị sức khỏe, hạnh phúc, thành công.

”

Trân trọng cảm ơn!

Tình hình phát triển 5G ở băng tần C trên thế giới

Lê Thái Hòa
Phó Cục trưởng Cục Tần số vô tuyến điện

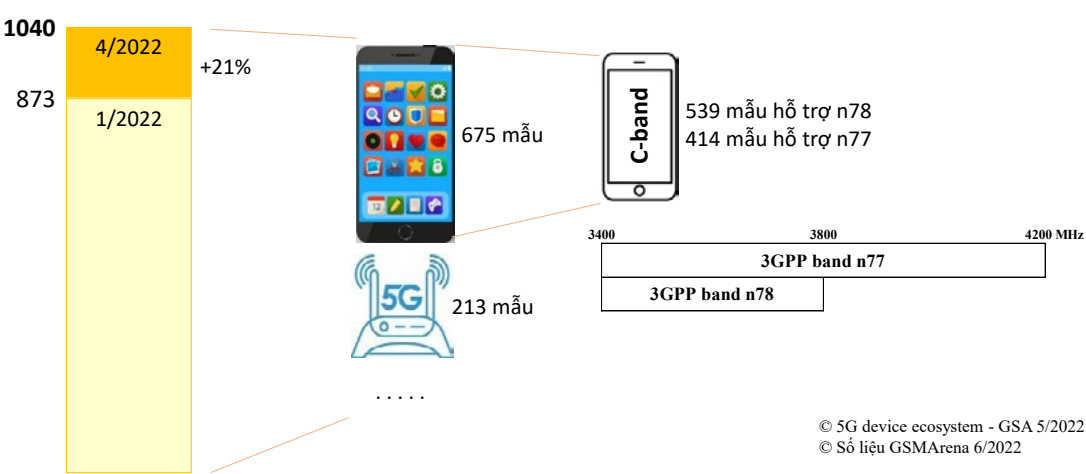
Tần số triển khai 5G trong băng tần C



Tần số triển khai 5G trong băng tần C



Hệ sinh thái thiết bị 5G băng tần C



Thiết bị đầu cuối 5G

Hệ sinh thái thiết bị 5G băng tần C

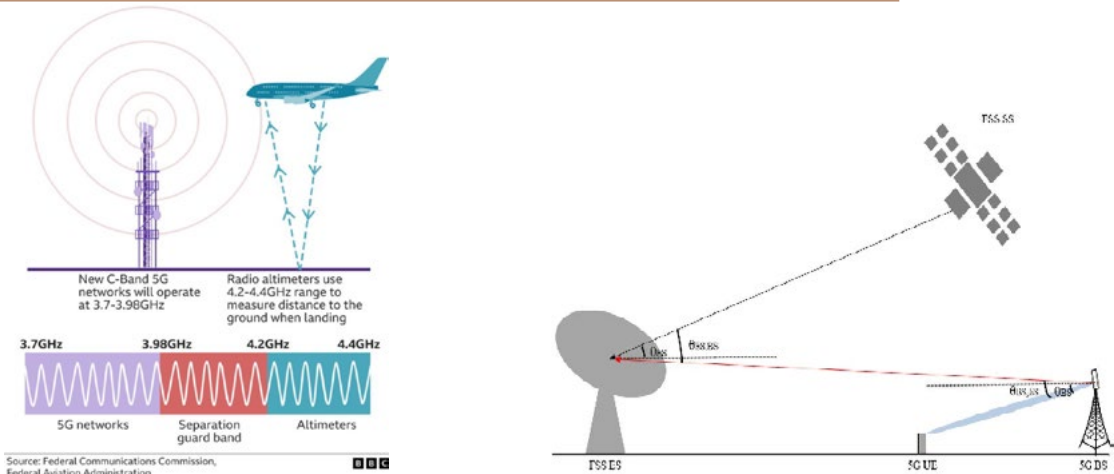
Thiết bị mạng hỗ trợ băng tần 3,6-3,96 GHz Việt Nam dự kiến quy hoạch

		5G Việt Nam		Altimeter	
3400	3600	3800	3960	4200	4400 MHz
Vendor	Ericsson	Nokia	Samsung	Huawei	ZTE
Hỗ trợ băng tần	3,6-3,96 GHz	3,6-3,96 GHz	3,6-3,96 GHz	3,6-3,8 GHz	3,6-3,8 GHz

Thị trường thiết bị mạng ở Châu Âu © 5G Observatory Report - EC 5/2022

Vendor	Ericsson	Nokia	Ericsson và Nokia	Huawei	ZTE
Số nhà mạng	27	20	11	3	1
Số nước	12	8	5	3	1

5G và các hệ thống khác ở băng tần C



5G ở băng tần C có khả năng ảnh hưởng tới các trạm vệ tinh mặt đất (TT&C, VSAT, Inmarsat LES) và các máy đo cao hàng không (Altimeter)*.

Song song với việc hoàn thiện trình ban hành Thông tư Quy hoạch băng tần 3,5 GHz, Cục Tần số VTD đang xây dựng Thông tư hướng dẫn sử dụng băng tần C cho 5G và các hệ thống khác.

*Một số quốc gia đã đưa ra các cảnh báo / hướng dẫn triển khai 5G liên quan đến Altimeter (FSMP-WG/12 IP08 – ICAO 2/2022).

Tình hình triển khai mạng 5G-SA

Số lượng nhà mạng thương mại đầu tư vào 5G nói chung và 5G-SA



Các quốc gia/vùng lãnh thổ có nhà mạng thương mại đầu tư 5G-SA



Đến hết năm 2021, đã có 99 nhà mạng (~ 20% tổng số mạng 5G toàn cầu) ở 50 quốc gia đầu tư 5G-SA, trong đó có 20 mạng ở 16 quốc gia đang khai thác thương mại.

Nhận xét, Kiến nghị

	5G Việt Nam		Altimeter
--	-------------	--	-----------

3400 3600 3800 3960 4200 4400 MHz

3,4-3,8 GHz: Được sử dụng phổ biến, hệ sinh thái phát triển nhất.

3,8-4,2 GHz: Đã được đa số thiết bị đầu cuối và điện thoại hỗ trợ, tuy nhiên nhà mạng cần làm rõ về khả năng cung cấp, giá thành thiết bị mạng ở băng tần này của các vendor.

ITU, ICAO và các nước đang quan tâm nghiên cứu về ảnh hưởng nhiễu từ 5G tới thiết bị Altimeter trên tàu bay.

❖ 5G-SA hiệu quả, tiết kiệm chi phí cần băng tần thấp + trung bình + cao.

Việt Nam đã QH 700 MHz, 26 GHz và đang hoàn thiện QH 2,6 GHz/3,5 GHz $\Rightarrow$ thuận lợi cho triển khai 5G-SA.

TRÂN TRỌNG CẢM ƠN !



ĐỊNH HƯỚNG MỚI VỀ MẠNG ĐIỆN BÁO HỆ ĐẶC BIỆT

THAM LUẬN

Trần Duy Ninh

Cục trưởng Cục Bưu điện Trung ương



NỘI DUNG

- ▶ Tổng quan về mạng điện báo hệ đặc biệt
- ▶ Định hướng về mô hình tổ chức
- ▶ Định hướng về công nghệ
- ▶ Tham luận

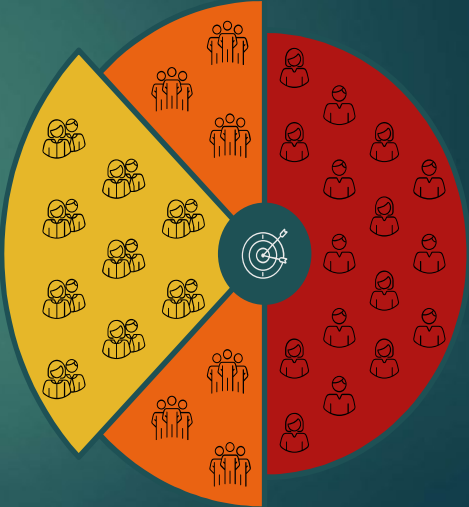
Tổng quan về mạng điện báo hệ đặc biệt

- Ra đời vào năm 1965 trên cơ sở sáp nhập Đài vô tuyến điện của VPTW vào Cục đặc biệt.
- Sẵn sàng 24/7, đảm bảo độ an toàn và tính bảo mật cao
- Phương thức truyền tải thông tin cuối cùng thay thế cho mọi phương thức liên lạc khác



Định hướng mạng điện báo

- Tính chiến lược, Công nghệ hiện đại ngang tầm quốc gia trong khu vực và trên thế giới**
- Tính dự phòng cao, khả năng ứng cứu thông tin trong mọi trường hợp**
- Đảm bảo an toàn bảo mật, tích hợp giải pháp mã hóa Cơ yếu**



**“CỤC BĐTW MUỐN TỒN TẠI VÀ PHÁT TRIỂN LUÔN XÁC
ĐỊNH PHẢI ĐỨNG VỮNG 2 CHÂN - CHÂN CÔNG NGHỆ
VÀ CHÂN CON NGƯỜI”**

Bộ trưởng Nguyễn Mạnh Hùng

Về con người

Đưa đài điện báo vào các tỉnh/thành ủy

Tiêu chuẩn đối với đội ngũ trực vận hành theo QĐ TTg

**Quy trình vận hành/ khai thác theo quy chế phối hợp giữa Bộ TTTT và
Tỉnh/thành ủy**

TÍNH DỰ PHÒNG MẠNG LƯỚI



- ▶ Duy trì hệ thống và tăng cường công tác đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ Morse
- ▶ Triển khai kết nối mạng vô tuyến của CA, QĐ trong trường hợp cần thiết.

Về công nghệ

Trang thiết bị vô tuyến tại các đài điện báo với công nghệ cũ được nâng cấp sử dụng công nghệ mới như vô tuyến băng rộng, thiết kế theo tiêu chuẩn quân sự, hỗ trợ nhảy tần, bảo đảm chống nhiễu cao, tích hợp mã hóa Cơ yếu

Xe thông tin chuyên dùng được trang bị nhiều phương thức liên lạc hiện đại (vệ tinh, bộ đàm TETRA, vô tuyến sóng ngắn, video hiện trường, truyền hình hội nghị,



Về chính sách

Đã thực hiện

- ▶ Tham mưu Lãnh đạo Bộ trình Thủ tướng Chính phủ phê duyệt đề án tổng thể nâng cấp Mạng điện báo hệ đặc biệt .
- ▶ Xác định vị trí, vai trò tổ chức hoạt động của mạng lưới

Dự kiến

- ▶ Bổ sung quy định của mạng vào Luật tần số vô tuyến điện
- ▶ Xây dựng thông tư hướng dẫn về vận hành mạng.
- ▶ Ban hành quy chế phối hợp trên phạm vi toàn quốc

THẢO LUẬN!



BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG
TRUNG TÂM INTERNET VIỆT NAM

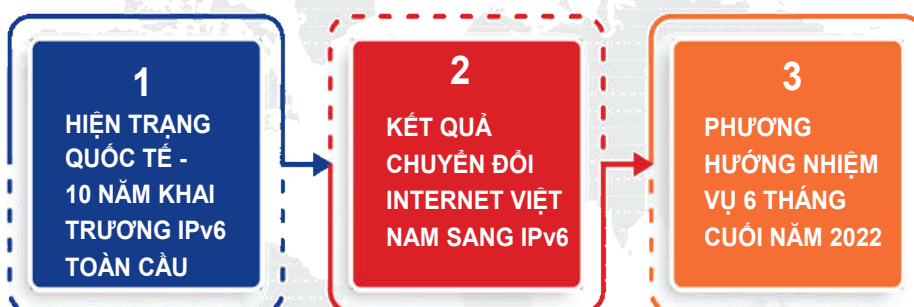
CHUYỂN ĐỔI INTERNET VIỆT NAM SANG THỂ HỆ ĐỊA CHỈ MỚI IPV6

Nguyễn Hồng Thắng

Giám đốc Trung tâm Internet Việt Nam

Hà Nội, ngày 18 tháng 7 năm 2022

NỘI DUNG CHÍNH



<https://vnnic.vn>

HIỆN TRẠNG QUỐC TẾ - 10 NĂM KHAI TRƯƠNG IPv6 TOÀN CẦU

Quốc gia tiêu biểu

- Ấn Độ (1st): 76%
- Malaysia (3rd): 61%
- Hoa Kỳ (9th): 51%
- **Việt Nam (10th): 50%**
- Trung Quốc (41st): 25%

Chương trình về IPv6, IPv6 For Gov, gắn IPv6 với IoT, 5G, Smart City

Dịch vụ/ doanh nghiệp tiêu biểu

- Reliance Jio (Ấn Độ): 93%
- T-mobile (Hoa Kỳ): 91%
- Mytel (Malaysia): 70%
- Google, Youtube, CNN, ...
- Facebook (**IPv6 nhanh hơn 50% IPv4**)

Dự báo xu hướng 2030

- Toàn cầu: 80-85% IPv6
- IPv6-only (IoT)
- IPv6+ (AI, 5G/6G, SRv6)



<https://vnnic.vn>

KẾT QUẢ CHUYỂN ĐỔI INTERNET SANG IPv6



ĐÁNH GIÁ

MỤC TIÊU 2022

Công nghệ

50% Tỷ lệ sử dụng Thứ 2 ASEAN; Thứ 10 toàn cầu

58% FTTH
69% Mobile

Cloud, IDC hosting VNIX, .VN DNS

Chính sách

- 04** Chỉ thị/Nghị định
- 05** Thông tư/ Quyết định
- 06** Văn bản hướng dẫn

Kết quả

Việt Nam tiêu biểu về công tác IPv6, tiên phong về IPv6 For Gov

Đào tạo nguồn nhân lực

3318 Tổng cán bộ **80** Khóa học

Công nghệ

52% Tỷ lệ sử dụng Thứ 2 ASEAN; Thứ 10 toàn cầu

60 - 65% FTTH
70 - 75% Mobile

100% kết nối VNIX, NĐK hỗ trợ DNS IPv6.



KẾT QUẢ CHUYỂN ĐỔI INTERNET SANG IPv6 FOR GOV



Kế hoạch IPv6

98% 62/63 Tỉnh/thành phố
64% 14/22 Bộ/ngành
 Tăng **72,7%** so với cùng kỳ năm trước
 và tăng 7% so với 2021

Cổng TTĐT, DVC IPv6

52% 33/63 Tỉnh/thành phố
36% 8/22 Bộ/ngành
 Tăng **141%** so với cùng kỳ năm trước
 Tăng **86%** so với 2021

Kết quả

Công tác IPv6 For Gov **tăng trưởng đột phá**; nhất là **khối địa phương**.
4/9 Chỉ tiêu IPv6 For Gov hoàn thành sớm:
 ○ Kế hoạch: **89%** (vượt 39%)
 ○ Đào tạo: **92%** (vượt 42%);
 ○ Tư vấn, hỗ trợ: **76%** (vượt 26%);
 ○ Truyền thông: **100%** đạt

Kế hoạch IPv6

100% Tỉnh/Thành phố
70 - 80% Bộ/ngành

Cổng TTĐT, DVC IPv6

60% Tỉnh/Thành phố
50% Bộ/ngành



NHẬN ĐỊNH



1. KẾT QUẢ

Việt Nam đang đi đúng với lộ trình chuyển đổi và phát triển IPv6 toàn cầu.

2. BÀI HỌC KINH NGHIỆM

Làm trực tiếp, đúng trọng điểm;
 Phát triển thành mô hình và nhân rộng cách làm.

3. ĐỊNH HƯỚNG

Giai đoạn trước là thúc đẩy chuyển đổi IPv6; **giai đoạn tiếp theo là phát triển bền vững.**



Bộ TTTT (VNNIC chủ trì)

- Đồng hành và hỗ trợ về Con người – Kế hoạch/ tài nguyên – Công nghệ.
- Hoàn thiện cơ chế chính sách: 5G, Content ...

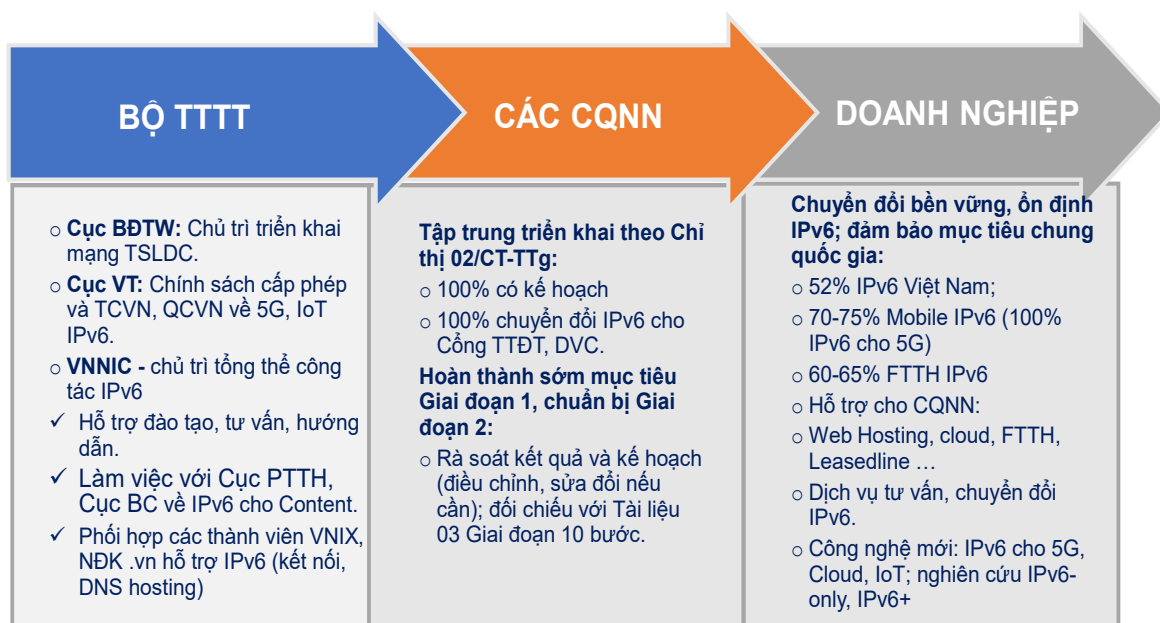
CQNN

- Tập trung triển khai theo Chỉ thị 02/CT-TTg.
- Hoàn thành sớm Giai đoạn 1, chuẩn bị Giai đoạn 2.

Doanh nghiệp

- Giữ nhịp tăng trưởng bền vững.
- Đạt/ vượt mục tiêu ngành.
- Hỗ trợ CQNN.

PHƯƠNG HƯỚNG NHIỆM VỤ 6 THÁNG CUỐI NĂM 2022



17

8




TÊN MIỀN QUỐC GIA VIỆT NAM













Xin trân trọng cảm ơn !

BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG - TRUNG TÂM INTERNET VIỆT NAM

TP. Hà Nội: Tầng 24, Toà nhà VNTA, Dương Đình Nghệ, Yên Hoà, Cầu Giấy, Hà Nội

TP. Đà Nẵng: Lô 21, Đường số 7, KCN An Đông, Sơn Trà, Đà Nẵng

TP. Hồ Chí Minh: Đường số 20, Khu chế xuất Tân Thuận, Quận 7, TP. Hồ Chí Minh

+84 24 3556 4944 facebook.com/myVNNIC/

webmaster@vnnic.vn https://vnnic.vn/

BÁO CÁO

SƠ KẾT CÔNG TÁC 06 THÁNG ĐẦU NĂM 2022 VÀ NHIỆM VỤ CÔNG TÁC 06 THÁNG CUỐI NĂM 2022

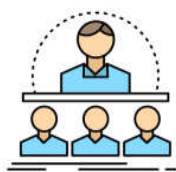
Đỗ Công Anh
Cục trưởng Cục Tin học hóa

Hà Nội, ngày 18 tháng 7 năm 2022

Nội dung chính

- 01** Những kết quả đạt được chủ yếu
- 02** Một số tồn tại hạn chế
- 03** Mục tiêu, nhiệm vụ 06 tháng cuối năm

Công tác chỉ đạo hoạt động chuyển đổi số tại các bộ, ngành, địa phương



Ban chỉ đạo
chuyển đổi số

100%

Bộ, ngành, địa phương đã **kiện toàn** Ban chỉ đạo Chuyển đổi số



Kế hoạch
hoạt động
của Ban Chỉ
đạo chuyển
đổi số năm
2022

05/22

Bộ, ngành đã **ban hành**

32/63

Tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương đã **ban hành**

Cục Tin học hóa - Năm 2022

3

Công tác hoàn thiện thể chế số



22/22

Bộ, cơ quan ngang bộ đã **ban hành** chương trình/kế hoạch/đề án chuyển đổi số **giai đoạn 5 năm**

59/63

Tỉnh, thành phố đã **ban hành** nghị quyết/chỉ thị/văn bản của tỉnh ủy/thành ủy về chuyển đổi số

61/63

Tỉnh, thành phố đã **ban hành** chương trình/kế hoạch/đề án chuyển đổi số **giai đoạn 5 năm**

18/22

Bộ, cơ quan ngang bộ đã **ban hành** Kế hoạch chuyển đổi số **năm 2022**

51/63

Tỉnh, thành phố đã **ban hành** Kế hoạch chuyển đổi số **năm 2022**

Cục Tin học hóa - Năm 2022

4

Công tác đào tạo, bồi dưỡng nhân lực số



15/63

Tỉnh, thành phố đã ban hành **Kế hoạch triển khai Đề án Nâng cao nhận thức, phổ cập kỹ năng và phát triển nguồn nhân lực chuyển đổi số**

43/63

Tỉnh, thành phố đã triển khai với **38.335 Tổ công nghệ số cộng đồng** (gần **200.000** thành viên), triển khai đến tận thôn, xóm tại các địa phương

Đại trà

Triển khai **Nền tảng học trực tuyến mở (MOOCs)**

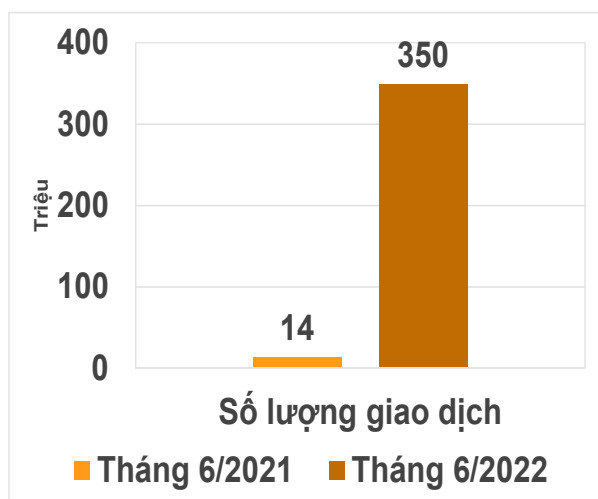
2000

Công chức, viên chức đã được **bồi dưỡng về Chuyển đổi số**

Cục Tin học hóa - Năm 2022

5

Kết nối chia sẻ dữ liệu phục vụ Chuyển đổi số



Tổng giao dịch thực hiện thông qua NDXP trong 06 tháng đầu năm 2022 đạt khoảng **350 triệu giao dịch**, tăng hơn **25 lần** so với cùng kỳ năm 2021

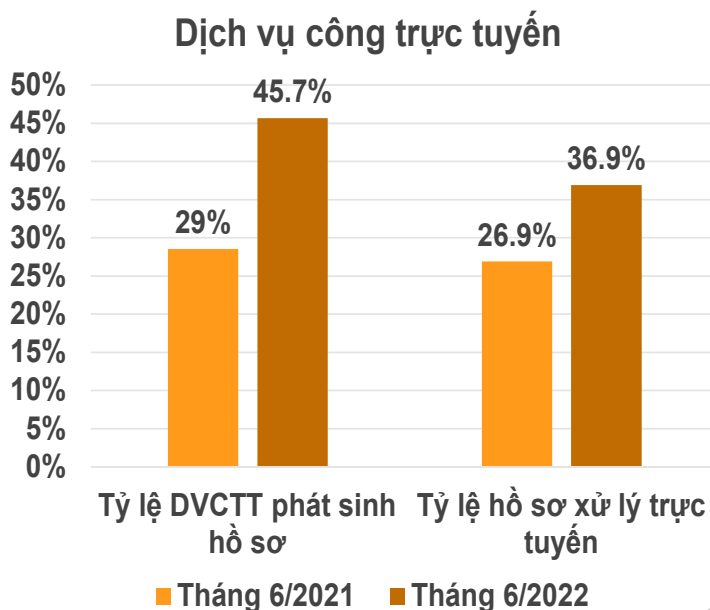
Cục Tin học hóa - Năm 2022

6

Cung cấp dịch vụ công trực tuyến

Tỷ lệ dịch vụ công trực tuyến (DVCTT) phát sinh hồ sơ là **45,7%**, gấp **1,6 lần** so với cùng kỳ năm 2021;

Tỷ lệ hồ sơ xử lý trực tuyến là **36,9%**, tăng khoảng **10%** so với cùng kỳ năm 2021



Cục Tin học hóa - Năm 2022

7

Phát triển các CSDL quốc gia và các ứng dụng trong nội bộ cơ quan nhà nước



Bộ Thông tin và Truyền thông **đã phối hợp** cùng Bộ Công an **đẩy mạnh triển khai** Đề án 06, **kết nối, chia sẻ** CSDL quốc gia về dân cư.



Hệ thống giám sát, đo lường (Hệ thống EMC): đã có **62 tỉnh, thành phố** và **27 bộ, ngành** thực hiện **tích hợp Hệ thống EMC**

Cục Tin học hóa- Năm 2022

8

Tồn tại, hạn chế

- 1 Một số địa phương **chưa ban hành nghị quyết** của **cấp ủy**, **kế hoạch hành động 05 năm** và **năm 2022** của cấp chính quyền về chuyển đổi số
- 2 Triển khai **Tổ công nghệ số cộng đồng** tại một số địa phương còn **chậm**, thiếu chủ động, mang tính hình thức
- 3 Các **chương trình đào tạo, bồi dưỡng** tại các cấp **chưa đáp ứng** nhu cầu về **số lượng, chất lượng** nguồn nhân lực trong tiến trình chuyển đổi số quốc gia
- 4 Tỷ lệ hồ sơ **giải quyết thủ tục hành chính** được thực hiện **hoàn toàn** trên môi trường mạng còn **chưa cao**
- 5 Việc **kết nối, chia sẻ, mở dữ liệu** của các cơ quan nhà nước còn **hạn chế**

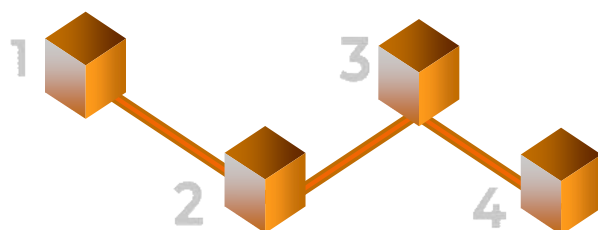
Cục Tin học hóa- Năm 2022

9

Một số chỉ tiêu 06 tháng cuối năm 2022

Tập huấn luyện **10.000** cán bộ chuyển đổi số trên **toàn quốc**

Tỷ lệ hồ sơ xử lý trực tuyến **50%**.



Tỷ lệ Dịch vụ công trực tuyến phát sinh hồ sơ **80%**

Kết nối **100%** Cổng thông tin điện tử, Cổng Dịch vụ công trực tuyến, Một cửa điện tử với **Hệ thống EMC**

Cục Tin học hóa - Năm 2022

10

Một số nhiệm vụ trọng tâm

- 1 Triển khai **các hoạt động** của Ủy ban quốc gia (UBQG) về Chuyển đổi số;
- 2 Thúc đẩy đưa **hoạt động của người dân, doanh nghiệp** lên **môi trường số**;
- 3 Tiếp tục theo dõi, đôn đốc, thúc đẩy, hỗ trợ và hướng dẫn các bộ, ngành, địa phương duy trì cung cấp trực tuyến mức độ 4 với mục tiêu: **80%** DVCTT phát sinh hồ sơ trực tuyến, **50%** hồ sơ **được xử lý trực tuyến**;
- 4 Hoàn thiện và công bố **kết quả đánh giá xếp hạng chuyển đổi số cấp bộ, cấp tỉnh và của quốc gia năm 2022**;
- 5 Đẩy mạnh triển khai **Tổ công nghệ số cộng đồng**;
- 6 Hoàn thiện **Nền tảng học trực tuyến mở đại trà (OneTouch)**;
- 7 Tiếp tục tổ chức **triển khai kết nối, chia sẻ dữ liệu** thông qua **NDXP**.

Cục Tin học hóa - Năm 2022

Trân trọng cảm ơn!

Cục Tin học hóa - Năm 2022

HỆ SINH THÁI XÁC THỰC MẠNH KHÔNG MẬT KHẨU

MAKE IN VIETNAM

VIETNAM GOES PASSWORDLESS ROUNDTABLE



*Đỗ Ngọc Duy Trác
Tổng Giám đốc
Công ty An ninh mạng VINCSS (VinGroup)*

TẠI SAO CHÚNG TÔI LÀM VỀ PASSWORDLESS?

01

"Practical" là phương châm của VinCSS - chỉ làm những việc thật sự mang lại giá trị, giải quyết vấn đề cho khách hàng;

02

Thực tế cho thấy "xác thực yếu" thực sự là một điểm yếu lớn nhất cần được giải quyết trước tiên cho khách hàng của VinCSS;

03

Được sự dẫn dắt của FIDO Alliance và truyền cảm hứng từ các Big Tech đã dẫn thân đi trước, VinCSS đã bước vào lĩnh vực xác thực mạnh theo một cách hết sức tinh cờ.



02



CHÚNG TÔI ĐÃ BẮT ĐẦU NHƯ THẾ NÀO?



03



Chúng tôi bắt đầu bằng một dự án thử nghiệm, thử làm một key giống Yubico

07/2019



Đạt chứng nhận FIDO2 đầu tiên

01/2020

2020

Đạt chứng nhận FIDO2 thứ hai

03/2020

Phát triển một thư viện FIDO2 mã nguồn mở để chia sẻ với cộng đồng;

05/2020



Đạt chứng nhận FIDO2 thứ tư

12/2020

Gia nhập FIDO Alliance
Đạt chứng nhận FIDO2 thứ ba

09/2020

2022

Chính thức ra mắt hệ sinh thái xác thực mạnh chuẩn FIDO2 đầu tiên tại ASEAN

Cung cấp sản phẩm dịch vụ passwordless ra thị trường trong và ngoài nước

NOW

Trân trọng giới thiệu

Hệ sinh thái VinCSS FIDO2

VinCSS FIDO2 Ecosystem



VINCSS FIDO2 ECOSYSTEM



05



VinCSS FIDO2 Authenticators



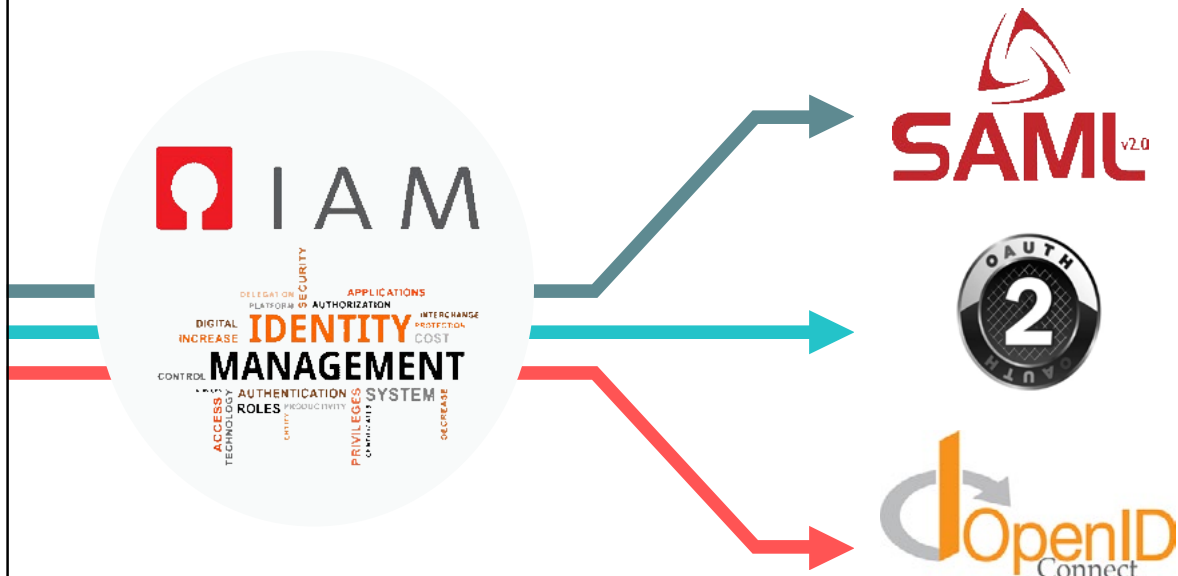
06



VINCSS FIDO2 SERVER ENTERPRISE



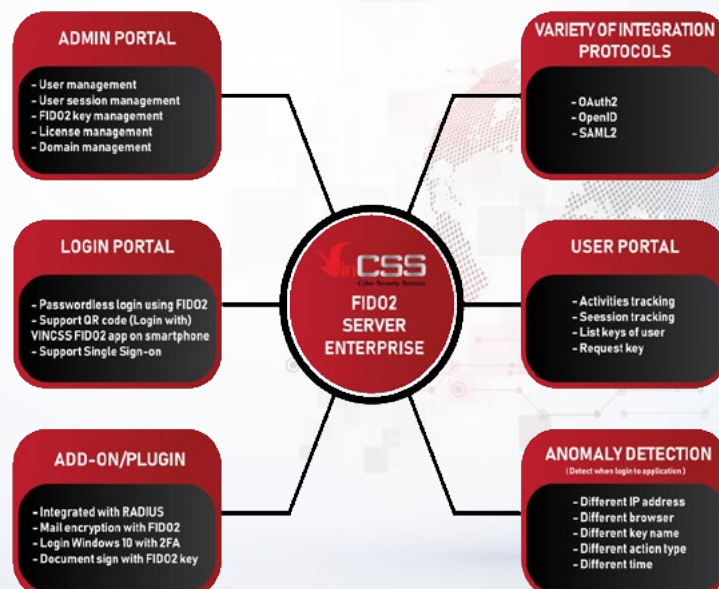
07



VINCSS FIDO2 SERVER ENTERPRISE



08





10

VINCSS FIDO2 IN THE FUTURE

-  Zero Trust
-  Office Management Solutions
 - Network Access Management with FIDO2
 - Smart Door Lock using FIDO2 + Face Recognition
-  Smart Car
 - Media Head Unit with FIDO2 enabled
-  FIDO IoT
 - FIDO for device onboarding & inventory

HIỆN TRẠNG TRIỂN KHAI PASSWORDLESS

- ✓ **05** Nhà phân phối trong nước
- ✓ **03** NPP nước ngoài: **02** Nhật Bản, **01** Singapore. Đang hoàn tất đàm phán với **03** NPP Mỹ, Úc và Châu Âu.
- ✓ Sản phẩm khoá xác thực sẽ lên sàn Amazon
- ✓ Đã tích hợp POC thành công cho hơn **10** khách hàng thức nhiều lĩnh vực tại Việt Nam;



PHỐI HỢP VỚI CÁC STARTUP "MAKE IN VIETNAM"

Phối hợp ứng dụng công nghệ passwordless nhằm loại bỏ vào các sản phẩm, nền tảng và khách hàng của Trí Nam Group*.

Hai bên cũng nhất trí phối hợp thực hiện các hoạt động R&D để ứng dụng công nghệ passwordless rộng rãi cho các dịch vụ thông minh khác của Trí Nam Group.

* Tập đoàn Trí Nam (TRI NAM GROUP) ra đời từ năm 2007 với mục tiêu chính là tập trung vào phát triển các giải pháp CNTT&TT chất lượng cao, các dịch vụ trực tuyến phục vụ quốc gia và cộng đồng. Trí Nam được biết đến với nhiều giải pháp giao thông thông minh, Giáo dục thông minh và Chính phủ điện tử





PHỐI HỢP VỚI CÁC STARTUP "MAKE IN VIETNAM"

Phối hợp tích hợp công nghệ xác thực mạnh không mật khẩu để loại trừ việc sử dụng mật khẩu chính của người dùng sản phẩm Locker Password Manager của CyStack* – công ty đầu tiên của Việt Nam có sản phẩm Password Manager thương mại.

** CyStack đã và đang là đối tác uy tín cung cấp giải pháp phần mềm an ninh mạng và dịch vụ quản lý bảo mật cho nhiều doanh nghiệp lớn nhỏ tại Việt Nam và trên thế giới. Công ty luôn nỗ lực để tạo ra những sản phẩm an ninh mạng đủ tốt, để sử dụng và phù hợp với nhiều đối tượng là cá nhân cũng như doanh nghiệp.*

ĐỂ VIETNAM CÓ THỂ GOES PASSWORDLESS



- 01** Công nghệ passwordless đã trở thành xu hướng chủ đạo, tất yếu và không thể đảo ngược. **Việt Nam cần hành động kịp thời để không trở thành vùng trũng về xác thực yếu**, từ đó trở thành mục tiêu tấn công của tội phạm mạng.
- 02** Việc VinCSS làm chủ công nghệ passwordless kịp thời chỉ là điều kiện cần, để công nghệ này được áp dụng rộng rãi **cần sự chung tay của cộng đồng**
- 03** **Cần sự hỗ trợ, phối hợp nâng cao nhận thức** của các cơ quan truyền thông.

- 04** Cần các cơ quan quản lý **cập nhật các quy định về xác thực mạnh trong các lĩnh vực theo kịp các xu hướng** công nghệ tiên tiến trên thế giới., tạo hành lang để các doanh nghiệp trong nước mạnh dạn chuyển đổi sang xác thực mạnh để **bảo vệ nền kinh tế số, xã hội số và thành quả chuyển đổi số của Việt Nam**
- 05** **VinCSS sẵn sàng hợp tác** với các doanh nghiệp khu vực tư nhân, các nền tảng Make In Vietnam; **tài trợ hay hỗ trợ khu vực công** các hạ tầng cần thiết để tích hợp khả năng xác thực mạnh bằng công nghệ FIDO2;

Thank you!

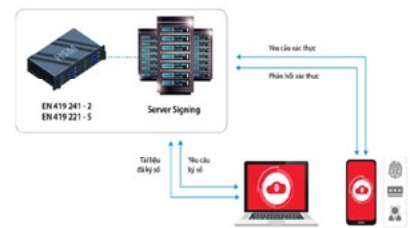
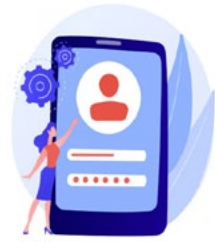
TRÂN TRỌNG CẢM ƠN!



Ký số từ xa

Giải pháp ký số cho mỗi người dân

Nguyễn Thiện Nghĩa
Phó Giám đốc phụ trách
Trung tâm Chứng thực điện tử quốc gia



Ký số từ xa là gì



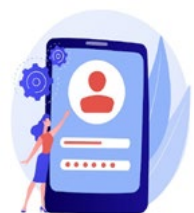
Khởi tạo văn bản điện tử cần ký số

Xác nhận nội dung trên văn bản điện tử cần ký số bằng phương tiện di động

Xem văn bản điện tử đã được ký số



Thực hiện ký số khi giao dịch trực tiếp
Ví dụ: Xác nhận nhận hàng được giao



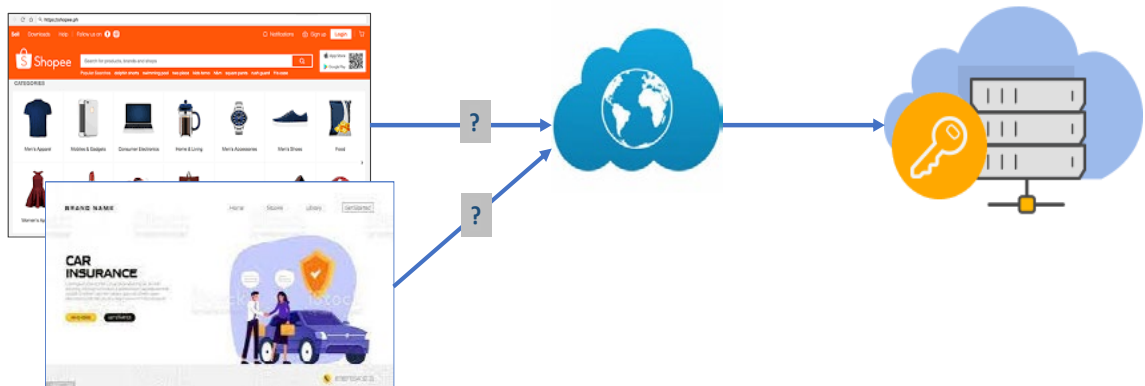
Xác thực người ký thông qua yếu tố xác thực chỉ người ký biết

Các ưu điểm của ký số từ xa

- Thân thiện người dùng
 - Không cần thiết bị phụ trợ (token + PC hoặc sim PKI)
 - Không phụ thuộc nhà mạng viễn thông
 - Có thể sử dụng mọi lúc, mọi nơi trên smartphones
- An toàn
 - Không sợ mất thiết bị
 - Xác thực nhiều yếu tố
 - Có lưu trữ lịch sử

Khó khăn vướng mắc khi triển khai

- Tính kết nối



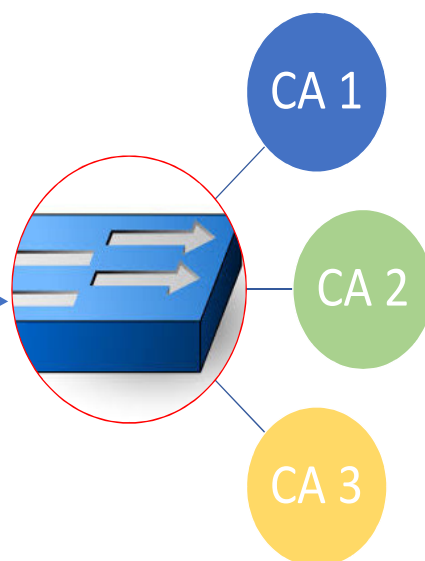
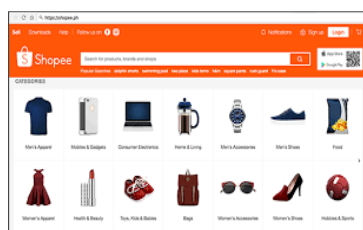
⇒ Hiện có rất ít dịch vụ tại Việt Nam kết nối với nhà cung cấp dịch vụ ký số từ xa

Khó khăn vướng mắc khi triển khai

- Thói quen người dùng
 - Khung pháp lý đã có nhưng thói quen chưa có
 - Cài đặt chưa thật sự tiện dụng
- Chi phí đầu tư ban đầu
 - Ảnh hưởng đến chi phí của từng thuê bao

Định hướng phát triển

- Chuẩn hoá kết nối
 - Ban hành API thống nhất
 - Xây dựng Cổng hỗ trợ



Định hướng phát triển

- Hỗ trợ tích hợp trong các dịch vụ trực tuyến
- Cung cấp cùng các dịch vụ đã triển khai rộng rãi (thuê bao di động, bưu chính, ...)

CHIẾN LƯỢC QUỐC GIA PHÁT TRIỂN KINH TẾ SỐ & XÃ HỘI SỐ

Nguyễn Trọng Đường
Phó Vụ trưởng phụ trách
Vụ Quản lý doanh nghiệp

Kinh tế số và xã hội số là phạm trù mới

Trên thế giới, mới có khoảng 14 nước (7%) ban hành Chiến lược quốc gia về kinh tế số và xã hội số

Nghị quyết 52-NQ/TW

9/2019

Chương trình Chuyển đổi số quốc gia
xác định 3 trụ cột:
Chính phủ số, kinh tế số và xã hội số

6/2020

6/2021

Chiến lược phát triển
Chính phủ điện tử,
hướng tới Chính phủ số

Chiến lược phát triển
kinh tế số, xã hội số

3/2022

Việt Nam có cách tiếp cận riêng, thận trọng, từng bước một, nhưng không bỏ lỡ thời cơ

(C) 2022 - Bộ Thông tin và Truyền thông

2

Cách tiếp cận Việt Nam

Điểm cốt lõi, độc đáo và khác biệt của Việt Nam trong phát triển kinh tế số và xã hội số là **đưa hoạt động của người dân, doanh nghiệp lên môi trường số bằng các nền tảng số Việt Nam**



Cách tiếp cận Việt Nam

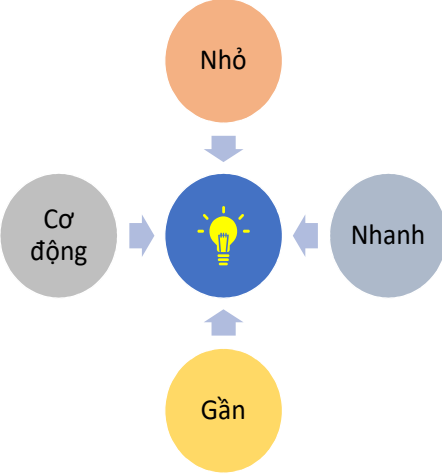
Nhu cầu riêng, đặc thù của:

- 100 triệu dân
- 09 triệu hộ nông dân
- 05 triệu hộ kinh doanh cá thể
- 01 triệu doanh nghiệp
- 70.000 nhà máy sản xuất
- 44 nghìn trường học
- 14 nghìn cơ sở y tế
- 3.000 doanh nghiệp vận tải



Phổ cập thật nhanh các nền tảng số quốc gia phục vụ nhu cầu riêng, nhu cầu đặc thù của người dân Việt Nam, của doanh nghiệp Việt Nam

Công thức thành công của Việt Nam

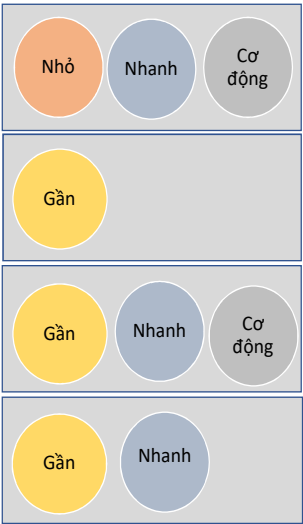


Mỗi người dân có thể là một doanh nhân số
Mỗi hộ gia đình có thể là một doanh nghiệp số

Doanh nghiệp Việt Nam phát triển nền tảng số ngay cạnh người dùng Việt Nam

Tổ công nghệ số cộng đồng tới tận thôn, bản

Truyền thông tới tận cơ sở



(C) 2022 - Bộ Thông tin và Truyền thông

5

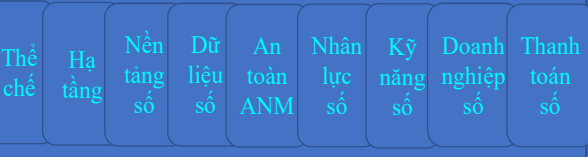
Chiến lược quốc gia phát triển Kinh tế số & Xã hội số

Tầm nhìn 2045: PT Số: nhanh, bền vững, bao trùm; KTS: thu nhập cao; XHS: an toàn, nhân văn, rộng khắp

Mục tiêu 2025: 25% GDP, 10 chỉ tiêu KTS + 10 chỉ tiêu XHS; **Mục tiêu 2030:** 30% GDP, 10 chỉ tiêu KTS + 10 chỉ tiêu XHS

Tự chủ và Cạnh tranh

Phát triển nền móng Kinh tế số và Xã hội số



Tăng tốc và Lên đám mây

Phát triển Kinh tế số và xã hội số ngành



Hoàn thiện **thể chế và môi trường pháp lý** cho kinh tế số và xã hội số

Tuyên truyền, phổ biến và Hợp tác trong nước, quốc tế

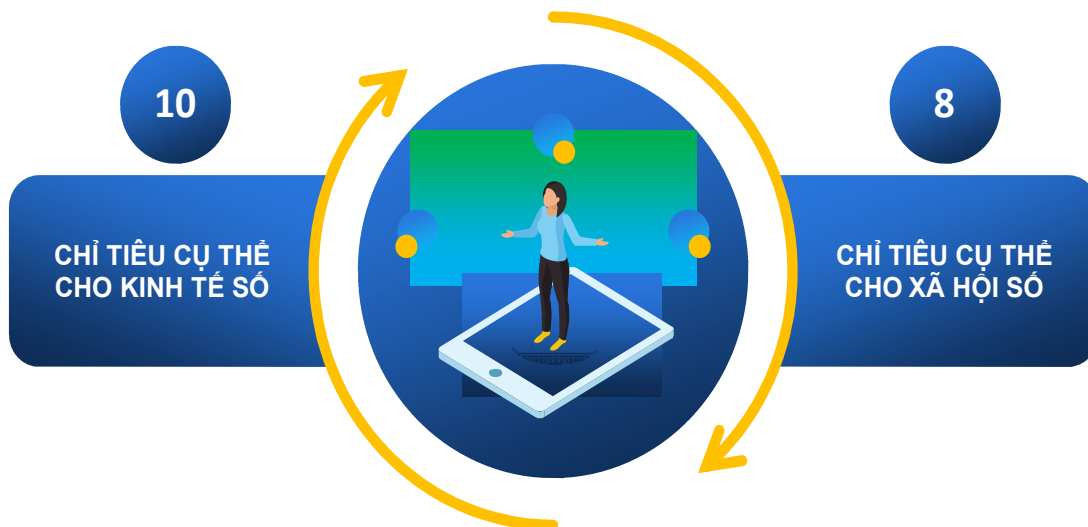
Tổ chức, bộ máy, mạng lưới thúc đẩy phát triển

Giảm thiểu các tác động tiêu cực của công nghệ

Bảo đảm **kinh phí và Đo lường**, giám sát triển khai

02 MỐC MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN (ĐẾN 2025 VÀ ĐẾN 2030)

7



Các chỉ tiêu chính
trong Chương trình
chuyển đổi số quốc
gia (Quyết định
749/QĐ-TTg)

Mục tiêu cơ bản đến năm 2025

Phát triển kinh tế số, nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế

1. Kinh tế số chiếm 20% GDP;
2. Tỷ trọng kinh tế số trong từng ngành, lĩnh vực đạt tối thiểu 10%;
3. Tỷ trọng thương mại điện tử trong tổng mức bán lẻ đạt trên 10%;
4. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng hợp đồng điện tử đạt trên 80%;
5. Tỷ lệ doanh nghiệp nhỏ và vừa sử dụng nền tảng số đạt trên 50%;
6. Tỷ lệ nhân lực lao động kinh tế số trong lực lượng lao động đạt trên 2%.

Phát triển xã hội số, thu hẹp khoảng cách số

1. Hạ tầng mạng băng rộng cáp quang phủ trên 80% hộ gia đình;
2. Tỷ lệ dân số trưởng thành có sử dụng dịch vụ công trực tuyến đạt trên 50%;
3. Tỷ lệ dân số từ 15 tuổi trở lên có tài khoản giao dịch thanh toán tại ngân hàng đạt 80%;
4. Tỷ lệ người dân kết nối mạng được bảo vệ ở mức cơ bản đạt trên 70%.

Mục tiêu cơ bản đến năm 2030

Phát triển kinh tế số, nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế

1. Kinh tế số chiếm 30% GDP;
2. Tỷ trọng kinh tế số trong từng ngành, lĩnh vực đạt tối thiểu 20%;
3. Tỷ trọng thương mại điện tử trong tổng mức bán lẻ đạt trên 20%;
4. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng nền tảng hợp đồng điện tử đạt 100%;
5. Tỷ lệ doanh nghiệp nhỏ và vừa sử dụng nền tảng số đạt trên 70%;
6. Tỷ lệ nhân lực lao động kinh tế số trong lực lượng lao động đạt trên 30%.

Phát triển xã hội số, thu hẹp khoảng cách số

1. Phổ cập dịch vụ mạng Internet băng rộng cáp quang;
2. Tỷ lệ dân số trưởng thành có sử dụng dịch vụ công trực tuyến đạt trên 70%;
3. Tỷ lệ dân số từ 15 tuổi trở lên có tài khoản giao dịch thanh toán tại ngân hàng đạt trên 95%;
4. Tỷ lệ người dân kết nối mạng được bảo vệ ở mức cơ bản đạt trên 80%.

02 NHÓM NHIỆM VỤ LỚN

Nhóm nhiệm vụ phát triển nền móng
gồm **9 nhiệm vụ**:



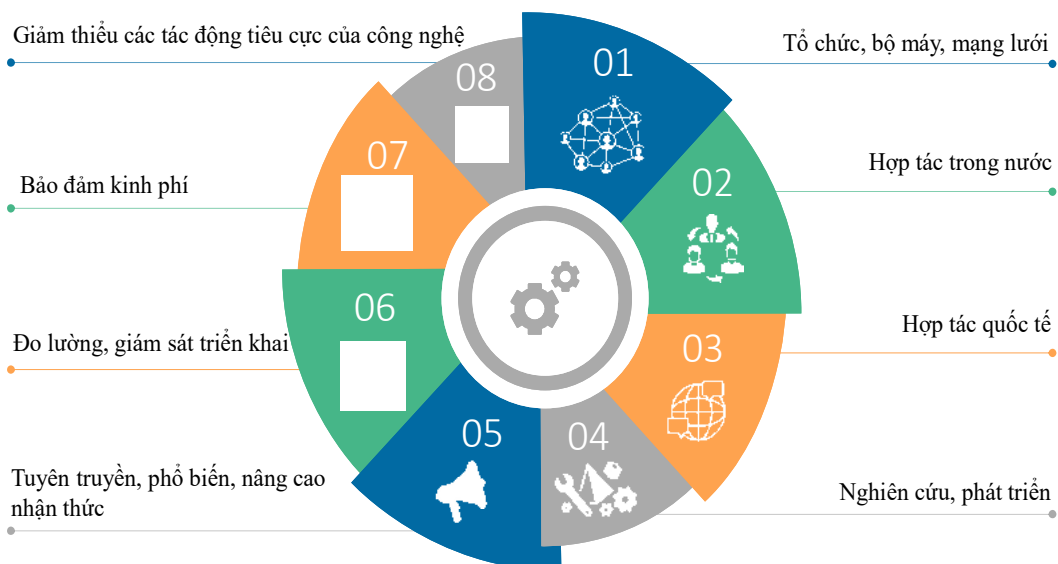
- (1) Hoàn thiện thể chế
- (2) Phát triển hạ tầng
- (3) Phát triển nền tảng số
- (4) Phát triển dữ liệu số
- (5) Đảm bảo an ninh mạng
- (6) Phát triển nhân lực số
- (7) Phát triển kỹ năng số
- (8) Phát triển doanh nghiệp số
- (9) Phát triển thanh toán số

Nhóm nhiệm vụ phát triển kinh tế số và xã hội số
các ngành lĩnh vực trọng điểm, gồm **7 lĩnh vực**:



- (1) Nông nghiệp và nông thôn
- (2) Y tế
- (3) Giáo dục và Đào tạo
- (4) Lao động, việc làm và an sinh xã hội
- (5) Thương mại, công nghiệp và năng lượng
- (6) Du lịch
- (7) Tài nguyên và Môi trường

08 NHÓM GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN



Các nhiệm vụ chính
của Bộ TTTT được
giao triển khai
Chiến lược

Triển khai thực hiện Chiến lược

1. Hướng dẫn, đôn đốc các Bộ, ngành, UBND Tỉnh/ Thành phố và doanh nghiệp tổ chức triển khai thực hiện nhiệm vụ được giao;
2. Giám sát kiểm tra và sơ kết, tổng kết, đánh giá kết quả triển khai thực hiện Chiến lược
3. Tổ chức hội nghị, hội thảo, tọa đàm, triển lãm về phát triển KTS, XHS
4. Tổ chức Diễn đàn quốc gia về phát triển KTS, XHS;

Phát triển nền móng cho KTS, XHS

1. Hoàn thiện thể chế (Xây dựng Luật GDDT, Hoàn thiện thể chế pháp luật về KTS, XHS)
2. Phát triển hạ tầng số
3. Phát triển nền tảng số (54 nền tảng số quốc gia, Xây dựng, vận hành Cổng thông tin nền tảng số quốc gia; Thúc đẩy phát triển, hỗ trợ sử dụng các nền tảng số)
4. Phát triển dữ liệu số;
5. Đảm bảo An toàn thông tin mạng

**Phối hợp thực hiện các nhiệm vụ
phát triển KTS, XHS trong các
ngành, lĩnh vực và địa phương**

1. Phối hợp, hướng dẫn, hỗ trợ các Bộ, ngành, địa phương thực hiện các nhiệm vụ phát triển KTS, XHS trong các ngành, lĩnh vực và địa phương; tháo gỡ khó khăn, vướng mắc trong quá trình thực hiện
2. Phối hợp, hướng dẫn, hỗ trợ các Bộ, ngành và địa phương thực hiện các nhiệm vụ phát triển các yếu tố nền móng KTS, XHS

**Khảo sát, thống kê, đo lường phát
triển KTS, XHS**

1. Khảo sát, thu thập, thống kê đo lường các chỉ tiêu phát triển kinh tế số;
2. Khảo sát, thu thập, thống kê đo lường các chỉ tiêu phát triển xã hội số;

TRÂN TRỌNG CẢM ƠN



ĐO LƯỜNG HOẠT ĐỘNG CỦA NGƯỜI DÂN VIỆT NAM TRÊN MÔI TRƯỜNG SỐ

Tháng 6/2022

Trần Minh Tuấn
Phó Viện trưởng phụ trách
Viện Chiến lược TTTT

TỔNG SỐ LƯỢT TẢI MỚI TRÊN THIẾT BỊ DI ĐỘNG

Tháng 6/2022



TOP 7 TOÀN CẦU

VỀ SỐ LƯỢT TẢI MỚI TRÊN THIẾT BỊ DI ĐỘNG



1 bậc

So với tháng 06 năm 2021



➡ Việt Nam là thị trường tiềm năng cho các nhà phát triển ứng dụng

TÌNH HÌNH SỬ DỤNG CÁC NỀN TẢNG SỐ

	06.2021	06.2022	
Tổng số các ứng dụng đang được sử dụng	8900	9300	5,25 %
Tổng số lượt người dùng thường xuyên hàng tháng	2,2 tỷ lượt người dùng	2,3 tỷ lượt người dùng	3,22 %
Tổng thời lượng sử dụng	6,3 tỷ giờ	6,5 tỷ giờ	2,59 %

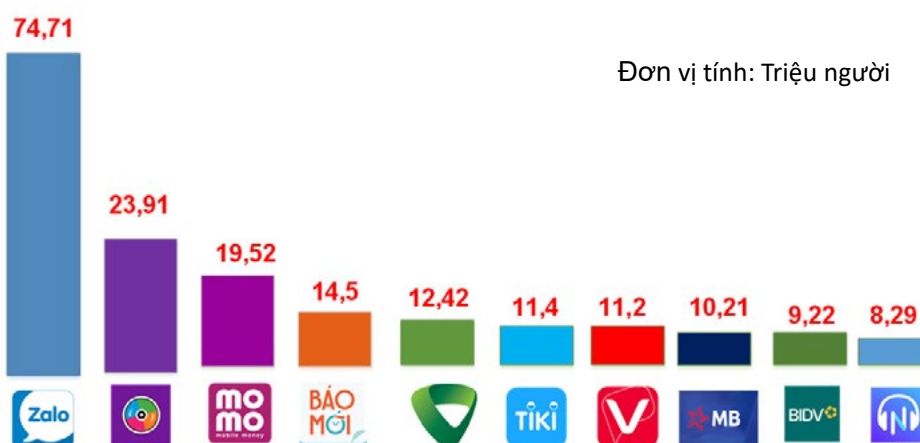
3

TÌNH HÌNH SỬ DỤNG CÁC NỀN TẢNG VIỆT

	06.2021	06.2022	
Số lượng các nền tảng VN	425	461	8,47%
Tổng số lượt người dùng thường xuyên hàng tháng	359 Triệu lượt người	460 Triệu lượt người	28,06%
Tổng thời lượng sử dụng	0,44 tỷ giờ	0,78 tỷ giờ	79,38%

4

TOP 10 NỀN TẢNG SỐ DO DOANH NGHIỆP VIỆT NAM LÀM CHỦ CÓ SỐ LƯỢNG NGƯỜI DÙNG CAO NHẤT



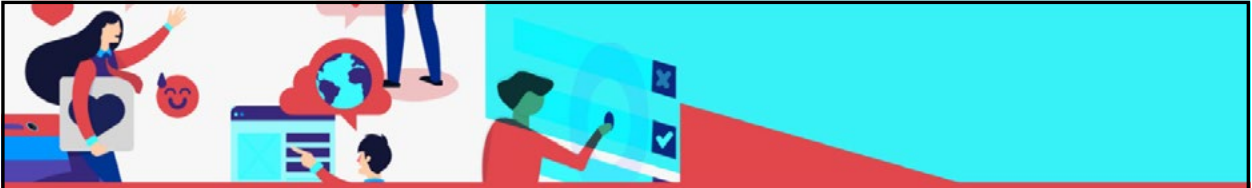
Các nền tảng phục vụ liên lạc, giải trí và ngân hàng đang được người ưa thích sử dụng hơn các nhóm lĩnh vực khác

5

ĐỀ XUẤT

- Sớm phê duyệt danh mục các nền tảng số quốc gia để tuyên truyền trên các phương tiện thông tin tuyên truyền đại chúng, hệ thống nhắn tin và thông tin cơ sở.
- Xây dựng danh sách các apps thiết yếu, dùng chung khuyến khích toàn dân sử dụng. Tổ công nghệ số cộng đồng hỗ trợ cài đặt và hướng dẫn người dân sử dụng thường xuyên.
- Ngày CDS quốc gia (Digital Day): Bộ hỗ trợ truyền thông và vận động các DN xây dựng các chương trình kích cầu khuyến khích tăng người dùng và đẩy mạnh hoạt động của người dùng trên các apps di động (thông qua cổng congdanso.mic.gov.vn và các trang tin điện tử liên quan).

6



TRÂN TRỌNG CẢM ƠN!



SỰ CẦN THIẾT TRIỂN KHAI

**BỘ CHỈ SỐ ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ CHUYỂN ĐỔI SỐ DOANH NGHIỆP (DBI)
&
CHƯƠNG TRÌNH HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP NVV CHUYỂN ĐỔI SỐ (SMEDX)**

Trình bày: Bà Đinh Thị Thúy
Tổng Giám đốc, Công ty Cổ phần MISA

NỘI DUNG

- 1 BỘ CHỈ SỐ ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ CHUYỂN ĐỔI SỐ DOANH NGHIỆP (DBI)
- 2 CHƯƠNG TRÌNH HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP NVV CHUYỂN ĐỔI SỐ (SMEDX)
- 3 ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

PHẦN I

BỘ CHỈ SỐ ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ CHUYỂN ĐỔI SỐ DOANH NGHIỆP

DBI

RÕ RÀNG TIÊU CHÍ XÁC ĐỊNH QUY MÔ DOANH NGHIỆP

Lĩnh vực	Tiêu chí	DN Siêu nhỏ (thuộc 1 trong 2 loại sau)	DN nhỏ (thuộc 1 trong 2 loại sau)	DN Vừa (thuộc 1 trong 2 loại sau)	DN lớn (thuộc 1 trong 3 loại sau)
Nông nghiệp Lâm nghiệp Thủy sản Công nghiệp Xây dựng		<= 10 nhân sự	<= 100 nhân sự	<= 200 nhân sự	> 200 nhân sự
		và <= 3 tỷ đồng	và > 3 tỷ, <= 50 tỷ đồng	và > 50 tỷ, <= 200 tỷ đồng	> 200 tỷ đồng
		<= 3 tỷ đồng	> 3 tỷ, <= 20 tỷ đồng	> 20 tỷ, <= 100 tỷ đồng	> 100 tỷ
Thương mại Dịch vụ Bưu chính Logistics		<= 10 nhân sự	<= 50 nhân sự	<= 100 nhân sự	> 100 nhân sự
		và <= 10 tỷ đồng	và > 10 tỷ, <= 100 tỷ đồng	và > 100 tỷ, <= 300 tỷ đồng	> 300 tỷ đồng
		<= 3 tỷ đồng	> 3 tỷ, <= 50 tỷ đồng	> 50 tỷ, <= 100 tỷ đồng	> 100 tỷ

(Quyết định số 1970/QĐ-BTTTT ngày 13/12/2021 của Bộ Thông tin và Truyền thông).

THỐNG KÊ THEO CÁC TIÊU CHÍ CỦA BỘ CHỈ SỐ DBI

Doanh nghiệp Nhỏ và Vừa: **6 trụ cột , 60 tiêu chí , 320 điểm**

Nội dung	Trải nghiệm số cho khách hàng	Chiến lược	Hạ tầng công nghệ số	Vận hành	CDS Văn hóa doanh nghiệp	Dữ liệu và tài sản thông tin	Tổng
Tổng tiêu chí - điểm tối đa của Bộ chỉ số DBI	13 - 65	1 - 25	16 - 80	13 - 65	10 - 50	7 - 35	60 - 320
Số tiêu chí - điểm tối đa mà các nền tảng số có thể hỗ trợ	9 - 45	0 - 0	11 - 55	2 - 10	2 - 10	6 - 30	30 - 150
Số tiêu chí - điểm tối đa mà các nền tảng số của MISA có thể đáp ứng	6 - 30	0 - 0	7 - 35	1 - 5	0 - 0	3 - 15	17 - 85

Doanh nghiệp Lớn và Tập đoàn/ Tổng công ty: **6 trụ cột , 139 tiêu chí , 695 điểm**

Nội dung	Trải nghiệm số cho khách hàng	Chiến lược	Hạ tầng công nghệ số	Vận hành	CDS Văn hóa doanh nghiệp	Dữ liệu và tài sản thông tin	Tổng
Tổng tiêu chí - điểm tối đa của Bộ chỉ số DBI	25 - 125	24 - 120	29 - 145	22 - 110	22 - 110	17 - 85	139 - 695
Số tiêu chí - điểm tối đa mà các nền tảng số có thể hỗ trợ	15 - 75	0 - 0	17 - 85	2 - 10	6 - 30	5 - 25	45 - 225
Số tiêu chí - điểm tối đa mà các nền tảng số của MISA có thể đáp ứng	11 - 55	0 - 0	12 - 60	0 - 0	5 - 25	2 - 10	30 - 150

Các nền tảng số có thể hỗ trợ đáp ứng 30/60 tiêu chí cho DN NVV và 45/225 tiêu chí cho DN Lớn và Tập đoàn/TC



MISA AMIS



MISA ASP
NỀN TẢNG KẾ TOÁN DỊCH VỤ

ĐÁNH GIÁ DBI MANG LẠI LỢI ÍCH GÌ ?

- 1 Cung cấp cho doanh nghiệp Bộ công cụ tin tưởng để đánh giá mức độ chuyển đổi số dùng chung trên cả nước, được Bộ TT&TT thẩm duyệt.
- 2 Giúp cho Doanh nghiệp xác định được đang ở giai đoạn nào, và các khâu mạnh yếu của mình theo từng trụ cột của chuyển đổi số
- 3 Giúp doanh nghiệp đưa ra lộ trình, kế hoạch chuyển đổi số phù hợp với chiến lược phát triển toàn diện
- 4 Hỗ trợ cơ quan quản lý nhà nước đánh giá, xếp hạng doanh nghiệp, đưa ra các khuyến nghị về chuyển đổi số cho doanh nghiệp và hoạch định các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi số.



PHẦN II

CHƯƠNG TRÌNH HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA CHUYỂN ĐỔI SỐ

SMEDX

SMEDX

• Đẩy nhanh chuyển đổi số doanh nghiệp dựa vào các **nền tảng số** xuất sắc.

- Huy động được các nền tảng số xuất sắc vào cuộc, đồng hành tham gia và có chính sách ưu đãi, hỗ trợ cho các doanh nghiệp SMEs khi sử dụng, trải nghiệm nền tảng.
- Huy động được mạng lưới chuyên gia tư vấn chuyển đổi số doanh nghiệp.



MISA AMIS

- 15.621 DN dùng thử
- 10.814 DN sử dụng
- 65.870 người dùng

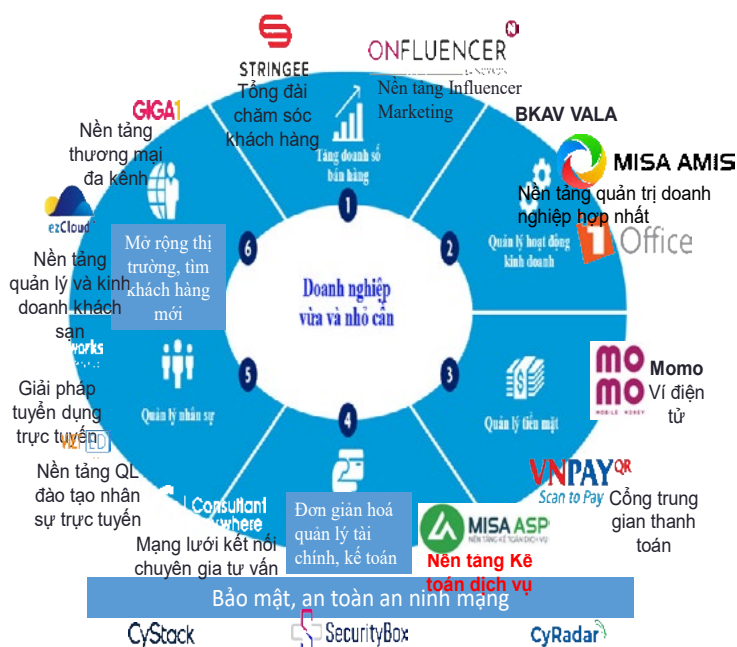


MISA ASP

- 3.888 ĐV sử dụng
- 8.303 người dùng



HỆ SINH THÁI SỐ CHO SMEs



CHƯƠNG TRÌNH SMEDX MANG LẠI GÌ CHO DOANH NGHIỆP?

- 1 Doanh nghiệp SME được tiếp cận đến các nền tảng số Make in VietNam xuất sắc, được Bộ TT&TT lựa chọn, được hưởng các chính sách ưu đãi, hỗ trợ của các nền tảng số để bước đầu trải nghiệm, sử dụng và đánh giá hiệu quả hỗ trợ chuyển đổi số
- 2 Doanh nghiệp SMEs khi sử dụng nền tảng số sẽ **được đào tạo, chuyển giao quy trình chuẩn**, cho phép DN **vừa ứng dụng công nghệ, vừa thay đổi, tái cấu trúc** để nâng cao hiệu quả hoạt động => **chuyển đổi số**
- 3 Doanh nghiệp được hỗ trợ tư vấn kế hoạch, lộ trình, cách thức thực hiện chuyển đổi số từ các chuyên gia, các đơn vị nền tảng số
- 4 Tiến trình Chuyển đổi số ở các doanh nghiệp SME diễn ra nhanh hơn, hiệu quả hơn góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế số của từng địa phương, tiến tới phát triển kinh tế số của cả đất nước.

PHẦN III

ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

- 1 Bộ Thông tin và Truyền thông và các địa phương triển khai mạnh mẽ chương trình hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa chuyển đổi số (SMEDX) và thúc đẩy các doanh nghiệp thực hiện đánh giá mức độ chuyển đổi số theo bộ chỉ số DBI.
- 2 Cho phép và khuyến khích các doanh nghiệp công nghệ số như MISA có thể đồng hành và phối hợp tham gia hỗ trợ đánh giá mức độ chuyển đổi số các doanh nghiệp theo bộ chỉ số DBI và hỗ trợ chuyển đổi số doanh nghiệp SME trên địa bàn bằng các nền tảng số.

**XIN TRÂN TRỌNG CẢM
ƠN!**



Đo lường phân giá trị Việt trong tổng doanh thu công nghiệp ICT Việt Nam



TS. Nguyễn Thanh Tuyên

Phó Vụ trưởng Vụ Công nghệ thông tin

NỘI DUNG



01

MỤC TIÊU

Xác định được Tỷ lệ phần trăm giá trị nội địa của các sản phẩm, dịch vụ CNTT thông qua phương án khảo sát chọn mẫu



Ước tính được Giá trị nội địa của ngành công nghiệp ICT Việt Nam

02

KINH NGHIỆM TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC

$$LVC = \frac{\text{Trị giá nguyên liệu đầu vào có xuất xứ từ nước, nhóm nước, hoặc vùng lãnh thổ sản xuất}}{\text{Trị giá hàng hóa}} \times 100\%$$

$$LVC = \frac{\text{Trị giá hàng hóa - Trị giá nguyên liệu đầu vào không có xuất xứ từ nước, nhóm nước, hoặc vùng lãnh thổ sản xuất}}{\text{Trị giá hàng hóa}} \times 100\%$$

02

KINH NGHIỆM TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC

ẤN ĐỘ

Theo Thông báo số 33(5)/2017-IPHW ngày 01/8/2018

$$\text{Tỷ lệ phần trăm trị giá gia tăng nội địa} \\ = \text{Dom-BOM/Total} - \text{BOM} \times 100\%$$

02

KINH NGHIỆM TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC

NAM PHI

Theo Tiêu chuẩn SATS 1286:2011, Local content - LC:

$$LC = (1 - x/y) * 100\%$$

03

PHƯƠNG PHÁP TÍNH CỦA VIỆT NAM



PHƯƠNG PHÁP TÍNH CỦA VIỆT NAM

Tỷ lệ phần trăm giá trị nội địa (LVC) của sản phẩm, dịch vụ CNTT dự kiến được xác định bằng một trong hai công thức sau, tùy thuộc sự sẵn sàng của dữ liệu:

$$\text{LVC} = \frac{\text{Trị giá nguyên liệu đầu vào có xuất xứ Việt Nam}}{\text{Doanh thu}} * 100\%$$

HOẶC

$$\text{LVC} = \frac{\text{Doanh thu} - \text{Trị giá nguyên liệu đầu vào không có xuất xứ Việt Nam}}{\text{Doanh thu}} * 100\%$$

PHƯƠNG PHÁP TÍNH CỦA VIỆT NAM



Trị giá nguyên liệu đầu vào
có xuất xứ từ Việt Nam

Trị giá nguyên liệu đầu vào có xuất xứ từ Việt Nam, bao gồm:

- ❖ Chi phí nguyên liệu mua của nhà sản xuất trong nước hoặc do tổ chức, cá nhân tự sản xuất;
- ❖ Chi phí nhân công trực tiếp;
- ❖ Chi phí phân bổ trực tiếp;
- ❖ Các chi phí khác và lợi nhuận.

PHƯƠNG PHÁP TÍNH CỦA VIỆT NAM



Trị giá nguyên liệu đầu vào
có xuất xứ từ Việt Nam

- ❖ “Chi phí nguyên liệu” bao gồm chi phí mua nguyên vật liệu, chi phí vận tải và bảo hiểm đối với nguyên vật liệu đó. “Nguyên liệu” là bất kỳ vật liệu hay chất liệu nào được sử dụng hoặc tiêu tốn trong quá trình sản xuất ra hàng hóa, hoặc kết hợp tự nhiên thành một hàng hóa khác, hoặc tham gia vào quy trình sản xuất ra một hàng hóa khác.
- ❖ “Chi phí nhân công trực tiếp” bao gồm lương, các khoản thưởng và những khoản phúc lợi khác có liên quan đến quá trình sản xuất.

PHƯƠNG PHÁP TÍNH CỦA VIỆT NAM

Chi phí nhà xưởng có liên quan đến quá trình sản xuất (bảo hiểm nhà xưởng, chi phí thuê và thuê mua nhà máy, khấu hao nhà xưởng, sửa chữa, bảo trì, thuế, lãi cầm cố)

Nghiên cứu, phát triển, thiết kế và chế tạo; khuôn dập, khuôn đúc, việc trang bị dụng cụ và khấu hao, bảo trì và sửa chữa của nhà máy và thiết bị



Các khoản thuê mua và trả lãi của nhà máy và thiết bị; an ninh nhà máy; bảo hiểm (nhà máy, thiết bị và vật tư sử dụng trong quá trình sản xuất sản phẩm)

Các nhu yếu phẩm cho quá trình sản xuất (năng lượng, điện và các nhu yếu phẩm khác đóng góp trực tiếp sử dụng trong quá trình sản xuất)

Chi phí phân bổ trực tiếp

PHƯƠNG PHÁP TÍNH CỦA VIỆT NAM

✓ Tiền bản quyền sáng chế (có liên quan đến những máy móc có bản quyền hoặc quá trình sử dụng trong việc sản xuất sản phẩm hoặc quyền sản xuất sản phẩm)

✓ Kiểm tra và thử nghiệm nguyên liệu và sản phẩm

✓ Lưu trữ trong nhà máy

✓ Xử lý các chất thải

✓ Các nhân tố chi phí trong việc tính toán giá trị của nguyên liệu như chi phí cảng và chi phí giải phóng hàng và thuế nhập khẩu đối với các thành phần phải chịu thuế



Chi phí phân bổ trực tiếp

PHƯƠNG PHÁP TÍNH CỦA VIỆT NAM

Chi phí nhập khẩu sản phẩm và dịch vụ, bao gồm:

- ❖ “Trị giá nguyên liệu đầu vào không có xuất xứ Việt Nam” là trị giá CIF của nguyên liệu nhập khẩu trực tiếp; hoặc giá mua đầu tiên tại thời điểm mua vào ghi trên hóa đơn giá trị gia tăng đối với nguyên liệu không xác định được xuất xứ dùng để sản xuất, gia công, chế biến ra sản phẩm cuối cùng hoặc dịch vụ phải trả cho tổ chức, cá nhân nước ngoài (ngoài lãnh thổ Việt Nam).
- ❖ “Trị giá CIF” là trị giá nguyên liệu nhập khẩu đã bao gồm cả cước vận tải và phí bảo hiểm tính đến cảng hoặc cửa khẩu của Việt Nam.



TRÂN TRỌNG
CẢM ƠN



KINH NGHIỆM CỦA



TẠI THỊ TRƯỜNG NƯỚC NGOÀI

Hoàng Tuấn Hải

Tổng Giám đốc Công ty CP Công nghệ VMO



Hiểu thêm về
VMO HOLDINGS

▼ TỔNG QUAN VMO HOLDINGS

 Thành lập năm 2012

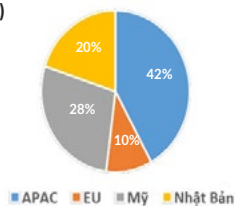
 Trên 1200 nhân sự

 Doanh thu trên 500 tỉ đồng

Dịch vụ Phát triển Phần mềm thuê ngoài

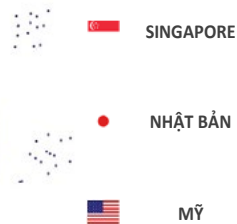
Thị trường chính:

- 48% Châu Á – Thái Bình Dương (APAC)
- 10% Châu Âu (EU)
- 28% Mỹ
- 20% Nhật Bản



7 văn phòng tại Hà Nội

Và các văn phòng được đặt tại các quốc gia



Thâm nhập THỊ TRƯỜNG

▼ THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG



GIAI ĐOẠN 1

Nghiên cứu thị trường
Thâm nhập thị trường bằng
lợi thế cạnh tranh



GIAI ĐOẠN 2

Chăm sóc tuyệt vời các khách
hàng cũ
Tuyển khách hàng cũ, chinh phục
tập khách hàng tiềm năng mới



Mong muốn từ
DOANH NGHIỆP

▼ MONG MUỐN TỪ DOANH NGHIỆP

ĐỊNH HƯỚNG

- Tạo ra các sản phẩm chất lượng cho thị trường nước ngoài (ngoài Nhật)
- Lập văn phòng chung hỗ trợ khởi nghiệp tại nước ngoài

CHÍNH SÁCH

- Đưa lao động chất lượng cao sang mở thị trường
- Làm thương hiệu Outsourcing Việt Nam

NGUỒN LỰC

- Tiếng Anh kém
- Nguồn sinh viên đào tạo mỗi năm không đủ đáp ứng nhu cầu về cả số lượng và chất lượng
- Giá không còn là lợi thế cạnh tranh



CHÂN THÀNH CẢM ƠN!



CỤC BÁO CHÍ

CHẤN CHỈNH TÌNH TRẠNG “BÁO HÓA” TẠP CHÍ

Nguyễn Thanh Lâm
Cục trưởng Cục Báo chí

1 | HIỆN TRẠNG BÁO CHÍ TOÀN QUỐC



2 | PHÂN BIỆT “TẠP CHÍ CHUYÊN NGÀNH” & “TẠP CHÍ KHOA HỌC”

TẠP CHÍ CHUYÊN NGÀNH

LÀ SẢN PHẨM BÁO CHÍ XUẤT BẢN ĐỊNH KỲ, ĐĂNG TIN BÀI CÓ TÍNH CHẤT CHUYÊN NGÀNH (nếu là Tạp chí điện tử thì có thêm cụm từ “được truyền dẫn trên môi trường mạng”).

- CƠ QUAN CHỦ QUẢN: CÁC HỘI XÃ HỘI, XÃ HỘI NGHỀ NGHIỆP

TẠP CHÍ KHOA HỌC

LÀ SẢN PHẨM BÁO CHÍ XUẤT BẢN ĐỊNH KỲ ĐỂ CÔNG BỐ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC, THÔNG TIN VỀ HOẠT ĐỘNG KHOA HỌC CHUYÊN NGÀNH.

- CƠ QUAN CHỦ QUẢN: BỆNH VIỆN, TRƯỜNG ĐẠI HỌC, VIỆN NGHIÊN CỨU...

QUY HOẠCH BÁO CHÍ ĐÃ QUY ĐỊNH RÕ CÁC CƠ QUAN NÀO CHỈ ĐƯỢC THÀNH LẬP TẠP CHÍ

3 | “BÁO HÓA” TẠP CHÍ CHỦ YẾU XẢY RA VỚI TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ



“BÁO HÓA” TẠP CHÍ Biến Tạp chí thành Báo

Thể hiện gây hiểu nhầm là báo, chủ yếu diễn ra trên môi trường điện tử.

4 | “BÁO HÓA” TẠP CHÍ GÂY NHỨC NHÓI XÃ HỘI

- Không tuân thủ quy định pháp luật
 - Nhà báo, phóng viên tác nghiệp ngoài phạm vi lĩnh vực tôn chỉ mục đích ghi trong giấy phép tạp chí
 - Báo hóa tạp chí để đăng tin “rửa nguồn” cho trang thông tin điện tử, nhưng nguồn lực hạn chế, không tự sản xuất được số lượng tin, bài lớn, dẫn đến liên kết nội dung trá hình, gây nên tình trạng tư nhân tác động, can thiệp vào hoạt động báo chí.
- Có dấu hiệu của hoạt động báo chí tư nhân thông qua việc một số cơ quan báo chí giao chuyên trang, chuyên mục cho văn phòng đại diện, nhóm phóng viên hoặc đối tác chịu trách nhiệm toàn bộ hoạt động

5 | “BÁO HÓA” TẠP CHÍ GÂY NHỨC NHÓI XÃ HỘI

Bộ Thông tin và Truyền thông và các Sở Thông tin và Truyền thông xử lý tạp chí vi phạm từ năm 2019 đến nay

Tổng số trường hợp xử phạt	Số Tạp chí bị xử phạt	Số Tạp chí bị đình bản	Số thẻ nhà báo của Tạp chí bị thu hồi
84 trường hợp 2.378,7 triệu đồng	39 trường hợp 1.427,1 triệu đồng	03 trường hợp	03 thẻ

Số đơn thư Cục Báo chí nhận được

	2020	2021	Quý 1/2022	Tổng
Tổng số đơn thư	432	333	67	832
Đơn thư về hoạt động tác nghiệp của nhà báo, phóng viên	8	14	7	29
Đơn thư liên quan đến tin, bài của các Tạp chí	124	146	24	294
Đơn thư về hoạt động tác nghiệp của nhà báo, phóng viên của Tạp chí	2	3	1	6

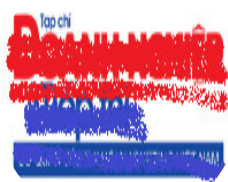
6. BỘ TRƯỞNG BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG PHÊ DUYỆT:



Kế hoạch xử lý tình trạng “báo hóa” tạp chí, “báo hóa” trang thông tin điện tử tổng hợp, “báo hóa” mạng xã hội và biểu hiện “tư nhân hóa” báo chí

Dấu hiệu | “BÁO HÓA” TẠP CHÍ

6.1. VỀ HÌNH THỨC:



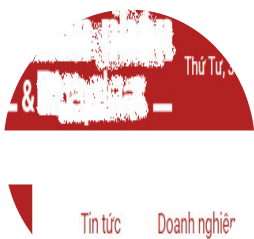
MẪU TRÌNH BÀY GÂY HIỂU NHẦM

Mẫu trình bày tên gọi ấn phẩm, mẫu trình bày giao diện trang chủ không ghi hoặc ghi “tạp chí” rất nhỏ gây khó khăn trong việc nhận biết hoặc gây hiểu nhầm cho bạn đọc.



TÊN CÁC CHUYÊN MỤC THỂ HIỆN NHƯ BÁO

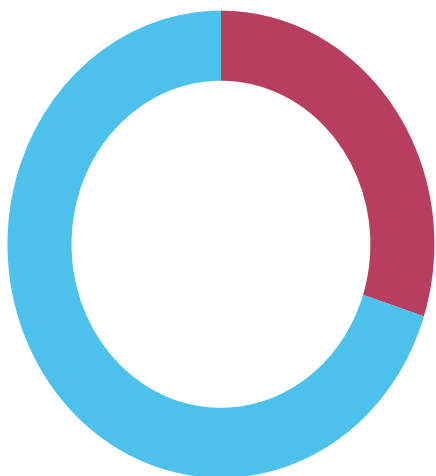
Thời sự, chính trị, điều tra theo đơn bạn đọc, phóng sự điều tra...



CHUYÊN TRANG KHÔNG THỂ HIỆN TRỰC THUỘC TẠP CHÍ

Chuyên trang thể hiện độc lập với tạp chí, không ghi thuộc tạp chí, chuyên trang chỉ thể hiện thuộc cơ quan chủ quản

Dấu hiệu | 6.2 VỀ NỘI DUNG:



Không thực hiện đúng tôn chỉ mục đích

- + Phản ánh vấn đề, nội dung không thuộc lĩnh vực tôn chỉ mục đích ghi trong giấy phép (ví dụ: Tạp chí thuộc lĩnh vực môi trường phản ánh về đấu thầu trong lĩnh vực giáo dục)
- + Tạp chí khoa học nhưng có tỷ lệ thông tin phản ánh sự kiện, bề nổi nhiều hơn, chênh lệch so với thông tin khoa học, lý luận, thông tin chuyên ngành.

Dấu hiệu | 6.2 VỀ NỘI DUNG:



Trang nhất 30/03/2022



Kim ngạch xuất khẩu tăng 12,9%

(KDPT) – Theo báo cáo của Tổng cục Thống kê, trong tháng 02/2022, kim ngạch xuất khẩu ước đạt 23,42 tỷ USD, cao hơn 470 triệu USD so với cùng kỳ năm 2021. [kim-ngach-xuat-khau-tang-129.html](#)

Tin nổi bật

Doanh nghiệp thành lập mới và quay trở lại hoạt động tăng cao

GDP quý I tăng 5,03%

Xây dựng Cơ sở dữ liệu quốc gia về kiểm soát tài sản, thu nhập

Hỗ trợ về thuế trong dịch bệnh Covid-19 cần biết khi người nộp thuế làm thủ tục quyết toán thuế

Thảo luận 4 dự án Luật trình Quốc hội tại Kỳ họp thứ 3

Thủ tướng đưa ra các giải pháp phục hồi và phát triển du lịch

Thủ tướng dự Ngày hội Khởi nghiệp quốc gia của học sinh, sinh viên

Tạp chí khoa học nhưng thông tin khoa học, lý luận, thông tin chuyên ngành hạn chế

6.3. VỀ HOẠT ĐỘNG TÁC NGHIỆP



ĐIỀU TRA

Theo đơn thư bạn đọc

Tạp chí chuyên ngành, tạp chí khoa học nhưng cử phóng viên, nhà báo tác nghiệp hoặc yêu cầu cung cấp thông tin ngoài phạm vi tôn chỉ, mục đích thể hiện như: Điều tra theo đơn thư bạn đọc không phù hợp với chức năng, tôn chỉ, mục đích.



CẤP GIẤY GIỚI THIỆU

Không thuộc phạm vi tôn chỉ mục đích

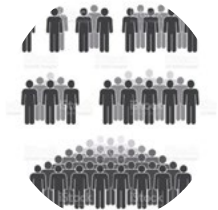
Cấp giấy giới thiệu không ghi cụ thể nơi đến làm việc, phóng viên đề nghị cung cấp thông tin không thuộc TCMB; yêu cầu cung cấp toàn bộ hồ sơ, tài liệu như cơ quan thanh tra, điều tra; gây sức ép bằng cách liên tục điện thoại, nhắn tin gây phiền hà.



ĐI TÁC NGHIỆP THÀNH NHÓM

Đi thành nhóm không liên hệ trước
Một phóng viên liên hệ nhưng khi đến làm việc là cả một nhóm phóng viên thuộc nhiều tạp chí

6.4. VỀ TỔ CHỨC



VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN MỞ QUÁ NHIỀU

Tạp chí khoa học tạp chí chuyên ngành nhưng mở nhiều Văn phòng đại diện, có nhiều phóng viên thường trú, tập trung khai thác những vấn đề tiêu cực, bất cập của địa phương. Văn phòng đại diện không đáp ứng đủ các điều kiện hoạt động vẫn được cơ quan báo chí thành lập.

SỐ LƯỢNG NHÂN SỰ KHÔNG TƯƠNG XỨNG

Tạp chí sử dụng số lượng nhân sự không tương xứng quy mô hoạt động, tính chất của tạp chí chuyên ngành, tạp chí khoa học. Số lượng người đề nghị cấp thẻ nhà báo lớn so với quy mô, tính chất của tạp chí.

7. CHẤN CHỈNH (15/4-31/5/2022):



Làm việc với 09 cơ quan báo chí, ban hành 09 quyết định xử phạt vi phạm hành chính với tổng số tiền 546.550.000 đồng.

CQBC đã khắc phục ngay những sai sót, bất cập, dừng hoạt động các chuyên trang có dấu hiệu “rửa nguồn”, “cấy nguồn” và chấn chỉnh việc thực hiện tôn chỉ, mục đích ghi trong giấy phép; điều chỉnh yêu cầu về kỹ thuật nhằm đáp ứng quy định an toàn, an ninh thông tin.

TRỌNG TÂM 6 THÁNG CUỐI NĂM 2022



Ban hành Tiêu chí nhận diện “báo hoá” tạp chí, “báo hoá” trang thông tin điện tử, mạng xã hội và biểu hiện “tự nhân hoá” báo chí

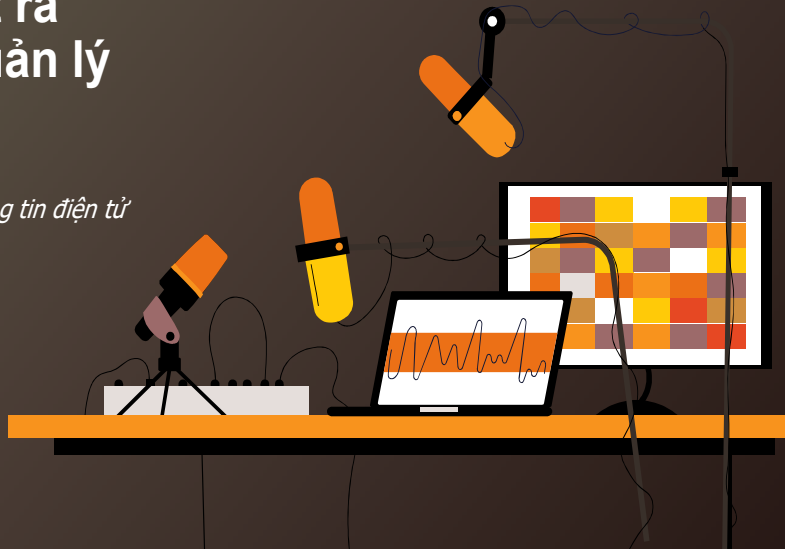
Tiếp tục nghiên cứu xây dựng chính sách tạo điều kiện báo chí phát triển lành mạnh.

Tiếp tục thực hiện Kế hoạch chấn chỉnh, xử lý tình trạng “báo hoá” tạp chí, “báo hoá” trang thông tin điện tử, mạng xã hội và biểu hiện “tự nhân hoá” báo chí.



Xu thế Podcast giải trí và những vấn đề đặt ra trong công tác quản lý

Ông Lưu Đình Phúc, Cục trưởng
Cục Phát thanh, Truyền hình và Thông tin điện tử



NỘI DUNG CHÍNH

1. Tổng quan về dịch vụ phát thanh qua mạng Internet
2. Xu thế dịch vụ phát thanh Podcast
3. Kinh nghiệm quốc tế quản lý dịch vụ phát thanh Podcast
4. Nhận xét và đề xuất



KHÁI QUÁT DỊCH VỤ PHÁT THANH QUA MẠNG INTERNET

DỊCH VỤ PHÁT THANH QUA MẠNG INTERNET

- Là một phương thức phát thanh hiện đại, là quá trình thể hiện các sản phẩm phát thanh dưới dạng thức ngôn ngữ truyền thông đa phương tiện (trong đó, âm thanh là dữ liệu chủ yếu) và truyền đến công chúng qua Internet.
- Là một bước đột phá của phát thanh, giải pháp hữu hiệu cho công chúng phát thanh thời đại kỹ thuật số, công nghệ số.

LOẠI HÌNH CÔNG NGHỆ PHÁT THANH QUA MẠNG INTERNET

Phát qua máy thu thanh trên mạng Internet

- Sử dụng công nghệ stream audio trực tuyến thông qua giao thức TCP/IP, các luồng âm thanh được phát trực tiếp đến máy thu ở bất kỳ đâu trên thế giới với chất lượng rất cao.

Phát qua ứng dụng OTT

- Cung cấp qua giao thức internet (IPTV), Audio Only Streaming và các Video theo yêu cầu (VOD) tới thiết bị đầu cuối của người dùng.

Phát thanh Podcast

- Podcast là một chương trình âm thanh kỹ thuật số được sản xuất trước, người nghe có thể lên mạng Internet tải về hoặc phát trực tiếp trên thiết bị qua ứng dụng.

LỊCH SỬ CỦA PODCAST



- Lần đầu xuất hiện năm 2003, Podcast là sự ghép nối giữa hai từ “iPod” (một thương hiệu máy phát nhạc của Apple) và “broadcast” (phát sóng).
- Từ điển Oxford với định nghĩa là “một tập tin âm thanh kỹ thuật số có thể được tải từ Internet và phát trên máy tính hoặc thiết bị mà bạn có thể mang theo”.

PODCAST HOẠT ĐỘNG NHƯ THẾ NÀO?



PHÁT THANH TRUYỀN THÔNG VÀ PODCAST

PHÁT THANH TRUYỀN THÔNG	PODCAST
Là phương thức phát sóng công cộng đến số lượng lớn người nghe đồng thời qua sóng vô tuyến	Là các chuỗi file âm thanh được sản xuất theo các chủ đề riêng biệt theo các tập và phát trên nền tảng Internet
Đặt lịch hẹn chương trình, có các giới hạn về thời gian cho mỗi chương trình	Không có sự ràng buộc về thời gian, người nghe có thể có thể tìm kiếm nội dung để nghe, nghe bất cứ khi nào họ muốn
Giới hạn về chủ đề	Đa dạng về các chủ đề được người sản xuất nội dung cung cấp, nghe theo yêu cầu
Không thể xác định chính xác được có bao nhiêu người nghe các chương trình được phát sóng	Có thể đo chính xác số lượng người nghe, quan tâm đến chương trình
Chỉ nghe được tức thời, không thể nghe lại	Có thể tải về và lưu trữ; có thể nghe các chương trình vào bất cứ lúc nào
Cảm nhận của thính giả là sự chuẩn chỉnh, không cá tính	Cá nhân hoá theo sở thích của thính giả.

THỐNG KÊ PODCAST TRÊN THẾ GIỚI



2,900 kênh Podcast

Tương đương **76 triệu tập**



800,000 podcast

Trên **2 triệu** podcast

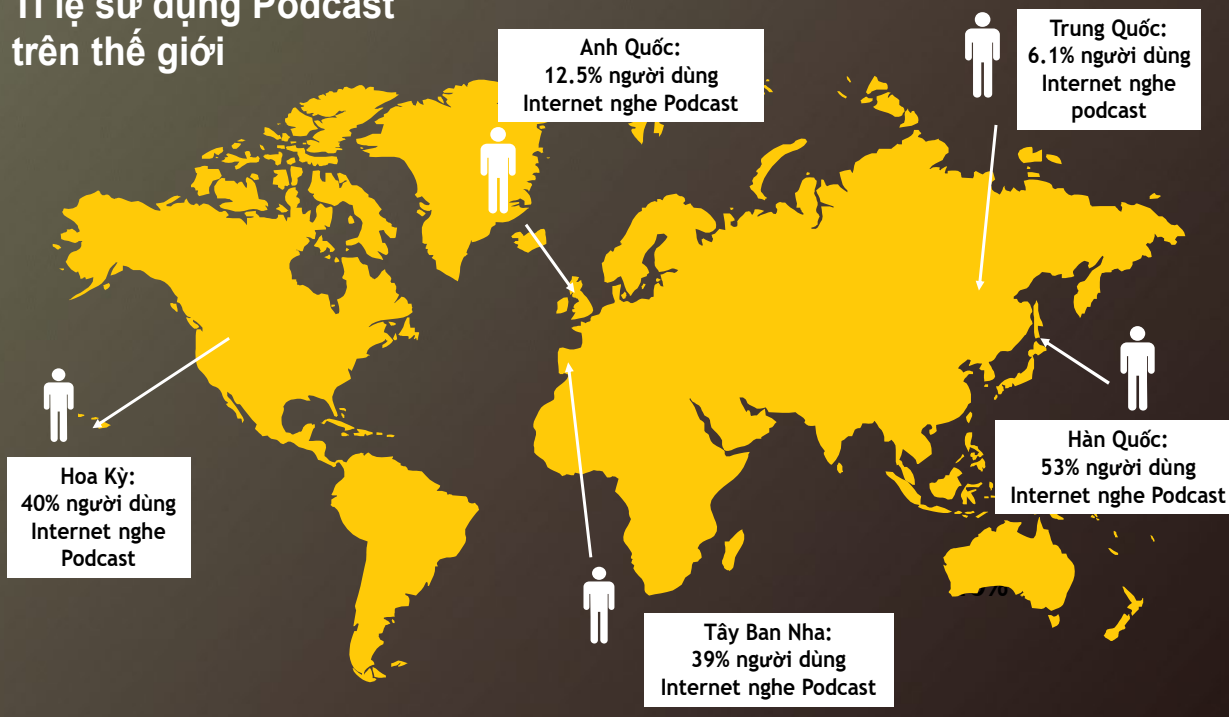


Thời lượng nghe trung bình:

43 phút 24 giây

Nguồn: Forbes, Pacific content

Tỉ lệ sử dụng Podcast trên thế giới

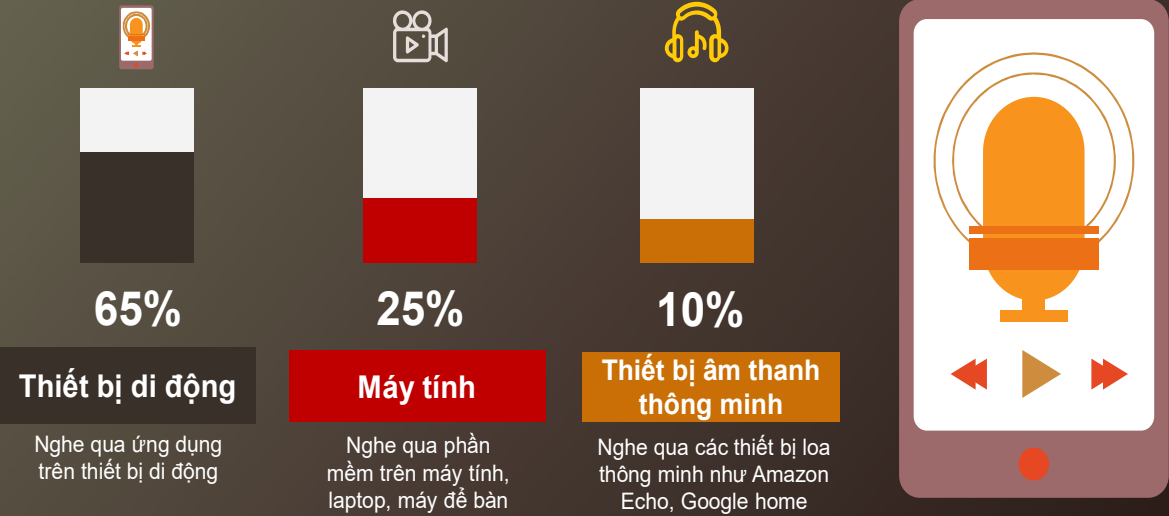


CÁC NỀN TẢNG NGHE PODCAST PHỔ BIẾN



Nguồn: Musicoomph

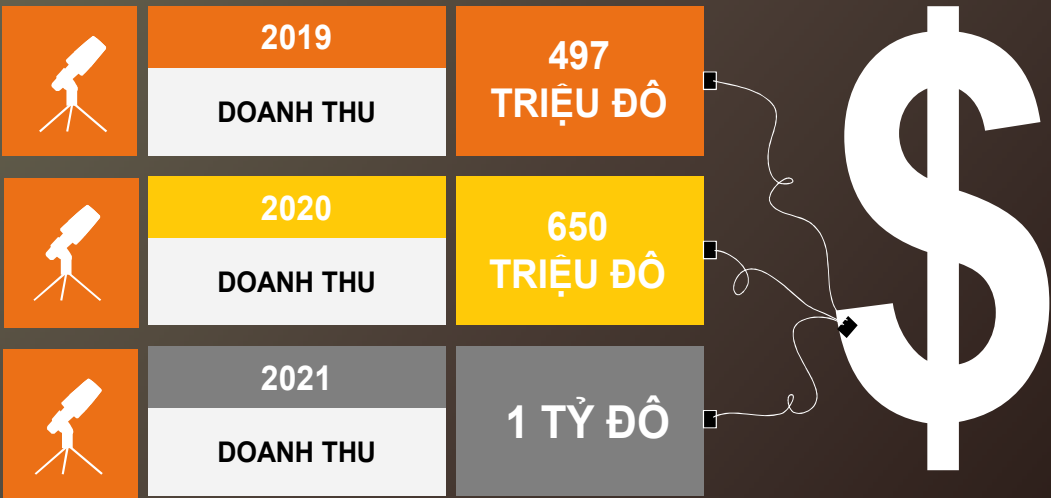
PHƯƠNG THỨC NGHE PODCAST



QUẢNG CÁO TRÊN PODCAST

- Quảng cáo đọc bởi người dẫn chương trình (host-read ads)
- Quảng cáo thông báo (announcer-read ads)
- Quảng cáo cung cấp (Supplied ads)
- Quảng cáo Host-read ads được ưa thích nhất
- 54% người nghe có xu hướng kiểm tra các thương hiệu được quảng cáo trên Podcast
- Hiệu quả kinh doanh tăng trung bình 14% khi quảng cáo trên Podcast.
- Thời lượng trung bình cho 1 quảng cáo trên Podcast là 60 giây

DOANH THU PODCAST



PHÁT THANH TẠI VIỆT NAM

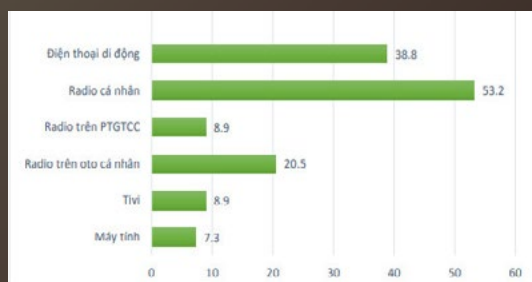
- 64 cơ quan phát thanh (báo nói)
- 63 Đài PTTH có hoạt động phát thanh
- 79 kênh phát thanh
- Thời lượng nghe trung bình từ 2 - 4 tiếng/ngày



PODCAST TẠI VIỆT NAM

1. Phương tiện nghe chủ yếu:

- Radio cá nhân được nghe nhiều nhất chiếm 53.2%
- Điện thoại di động chiếm 38.8%
- Radio cá nhân trên ô tô chiếm 20.5%



2. Các nội dung được nghe nhiều:

- Nghệ thuật
- Giáo dục
- Phát triển bản thân
- Văn hoá
- Tôn giáo và tâm linh

3. Top các nền tảng podcast được nghe nhiều tại Việt Nam:

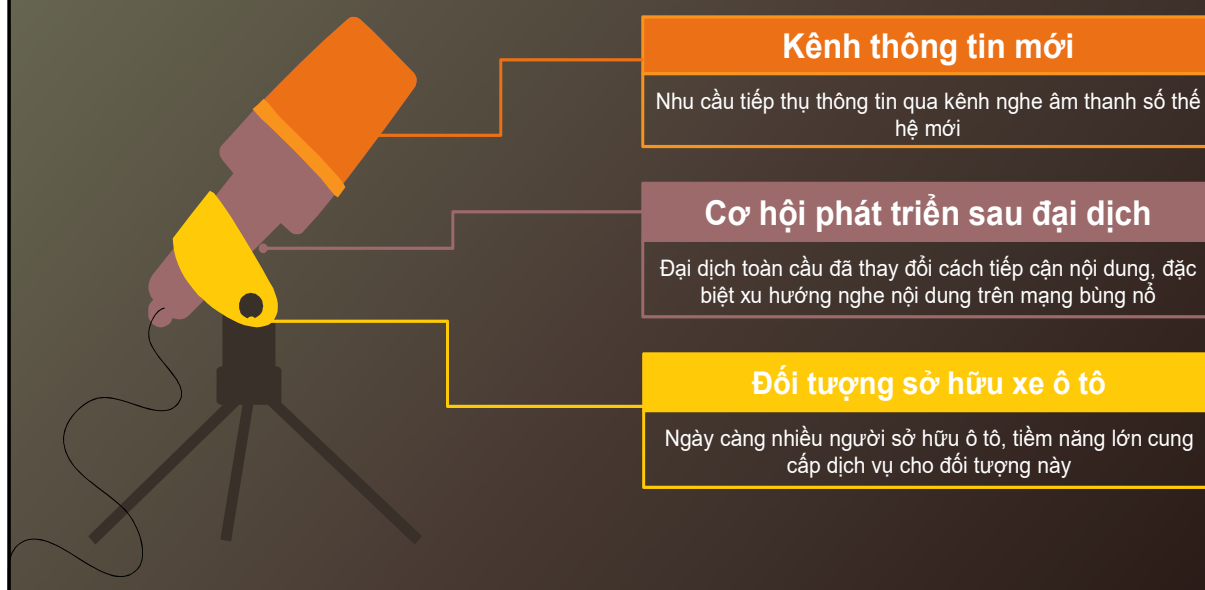
- Spotify 
- Apple Podcast 
- Soundcloud 

XU THẾ PODCAST TẠI VIỆT NAM



- Phát triển bắt đầu từ năm 2020, có trên dưới 50 kênh hàng tháng
- Bùng nổ nửa cuối năm 2021, số lượng kênh tăng gấp 5 lần
- Tính đến nửa đầu năm 2022, số lượng kênh Podcast đã vượt 2.900 kênh với nội dung được chia thành 124 thể loại; tổng số tập đã phát sóng là trên 76.000.

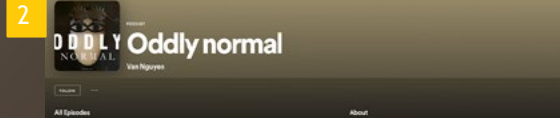
TIỀM NĂNG PODCAST TẠI VIỆT NAM



MỘT SỐ KÊNH PODCAST NỔI TIẾNG Ở VIỆT NAM



Have A Sip là kênh Podcast khá nổi tiếng trong cộng đồng người trẻ của startup Vietcetera



Oddly Normal là một trong số hiếm hững podcast tiếng Việt mang tính học thuật, mỗi tập của Oddly Normal mổ xẻ những hiện tượng, sự kiện mang tính đời thường... dưới lăng kính của khoa học, tâm lý, lịch sử

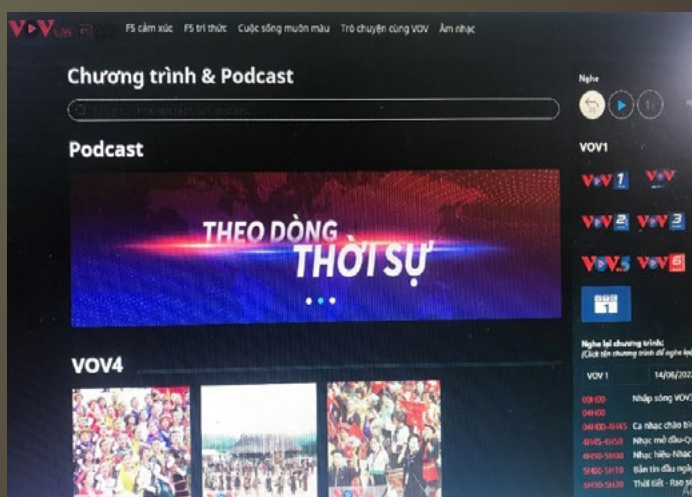


Là một kênh Podcast giúp người nghe nâng cao sức khỏe tâm lý, hiểu biết thêm những kiến thức tâm lý mà người nghe chưa biết hay chưa thực sự quan tâm



Tri Kỷ Cảm Xúc là kênh Podcast từng có tên Tâm Sự Kinh Doanh. Đây là kênh Podcast không xoay quanh câu chuyện kinh doanh mà tập trung nhìn nhận các sự việc từ nhiều khía cạnh của cuộc sống qua trải nghiệm của một cá nhân

Đài Tiếng nói Việt Nam (VOV)



- Tháng 9/2020, Đài TNVN ra mắt VOVLive. Công chúng sẽ được thưởng thức kho nội dung phát thanh từ các lĩnh vực: tin tức, đọc truyện đến âm nhạc được lưu trữ trong hàng chục năm qua
- Trung bình mỗi tháng có khoảng hơn 6 triệu lượt nghe các chương trình của VOV qua ứng dụng Internet

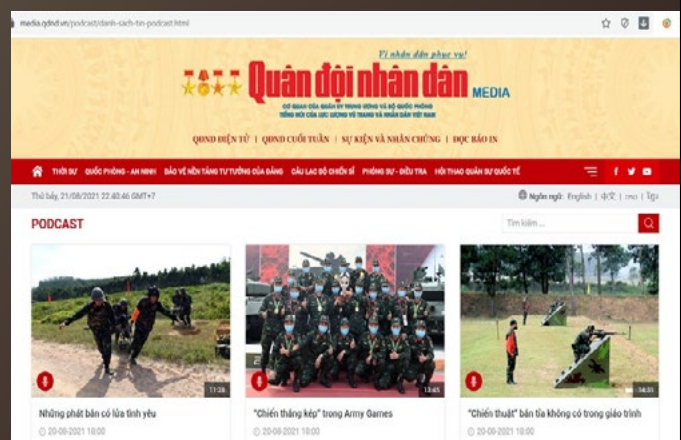
Báo Nhân Dân



- Tháng 9/2021, Báo Nhân dân ra mắt Podcast - Radio Nhân Dân (rND)
- Mục tiêu đưa thông tin chính thống của Đảng và Nhà nước tới đông đảo thính giả trong nước và nước ngoài
- Radio Nhân Dân đang hoạt động trên các nền tảng podcast thông dụng của thế giới như Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts

Báo Quân đội Nhân dân

- Tháng 8/2021, Báo Quân đội nhân dân Điện tử (QĐND) đã chính thức ra mắt các nền tảng tác phẩm báo chí Podcast và chuyên trang Media Quân đội nhân dân tại địa chỉ www.media.qdnd.vn
- Các mảng đề tài, lĩnh vực Podcast được Báo Quân đội nhân dân Điện tử chú trọng phát triển bao gồm: Giáo dục truyền thống, học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh...



MỘT SỐ VẤN ĐỀ QUẢN LÝ



MỘT SỐ VẤN ĐỀ QUẢN LÝ

- Báo hoá hình thức Podcast
- Thông tin xấu độc
- Xoá nhòa ranh giới của các loại hình báo chí (báo nói, báo hình, báo điện tử)
- Chuyển dịch từ phương thức sản xuất nội dung phát thanh truyền thống sang sản xuất nội dung phát thanh kỹ thuật số

KINH NGHIỆM QUẢN LÝ TRÊN THẾ GIỚI

- Trung Quốc:
 - (Cơ quan Cơ quan Quản lý Không gian mạng Trung Quốc - CAC) quản lý các nội dung trên nền tảng Internet rất chặt chẽ; Trung Quốc **thực hiện kiểm duyệt Podcast, có thể gỡ các app Podcast bất kỳ nếu vi phạm pháp luật về đưa thông tin sai.**
 - Có chính sách thúc đẩy sáng tạo nội dung Podcast định hướng tuyên truyền cho nhà nước

KINH NGHIỆM QUẢN LÝ TRÊN THẾ GIỚI

- Hoa Kỳ:
 - Nội dung trên nền tảng Internet, bao gồm Podcast do các **doanh nghiệp tự biên tập.** Podcast được quản lý tương tự như dịch vụ VOD.
 - Kế hoạch phát triển khuyến khích phát triển các kênh Podcast trên các nền tảng như Spotify, Apple Podcast
- Canada:
 - Cơ quan quản lý Truyền hình/Radio và viễn thông quản lý cả Podcast
 - Bản quyền âm nhạc **có sự ràng buộc chặt chẽ về bản quyền.** Sử dụng hình ảnh, video cũng cần phải là dạng video hình ảnh được sự cho phép hoặc công khai.
 - **Không được ảnh hưởng đến đời sống của cá nhân tổ chức nhóm**

KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT

Theo dõi chuyên đề Podcast có ảnh hưởng tại Việt Nam

- Theo dõi các kênh Podcast có ảnh hưởng, chấn chỉnh báo hoá.
- Cá nhân đưa nội dung Podcast chịu trách nhiệm theo quy định tại ND 72/2013/ND-CP
- Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Podcast phải sự điều chỉnh của Nghị định sửa đổi Nghị định số 06/2016/ND-CP về quản lý, cung cấp và sử dụng dịch vụ phát thanh, truyền hình

Trình Bộ TTTT ban hành tiêu chí nhận diện báo hoá

- Xây dựng bộ tiêu chí nhận diện báo hoá chấn chỉnh hoạt động podcast

Xây dựng cơ chế khuyến khích đài PTTH phát triển podcast

- Mục tiêu nâng cao năng lực thông tin, tạo thêm nguồn thu cho các đài PTTH

MỤC TIÊU DÀI HẠN





TRÂN TRỌNG CẢM ƠN

PHÁT TRIỂN NỘI DUNG
ĐẶC SẮC. THUẦN VIỆT
TRÊN DỊCH VỤ PHÁT
THANH - TRUYỀN HÌNH
TRÀ TIỀN

Bùi Huy Năm, Tổng Giám đốc VTVcab



MỤC LỤC

- 1. THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG
- 2. GIẢI PHÁP ÁP DỤNG TẠI THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM
- 3. ĐỀ XUẤT – KHUYẾN NGHỊ



THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG

1

- Thế giới đang toàn cầu hóa ngày càng mạnh mẽ, việc cung cấp và tiêu thụ nội dung trên đa nền tảng không còn giới hạn bởi biên giới quốc gia, thậm chí ngôn ngữ.

2

- Các nền tảng cung cấp nội dung, video thu hút được đông đảo khán giả xem nhất là các nền tảng sử dụng hiệu quả công nghệ, để từ đó nó có tác động đến thói quen của người dùng

3

- Điều quan trọng nhất tạo được sự quan tâm của khán giả, giữ “chân” khán giả ở lại xem hết nội dung và xem thêm nhiều nội dung trong nền tảng đó chính là chất lượng nội dung



GIẢI PHÁP ÁP DỤNG

Phải chấp nhận xu thế toàn cầu hóa nội dung thông tin

Xu hướng phát triển tất yếu

Tự mình rời khỏi “quỹ đạo” của sự phát triển này

Việt Nam cũng có những thế mạnh riêng biệt

Nội dung THUẦN VIỆT

Phải đưa các nội dung hấp dẫn tiếp cận khán giả thuận tiện hơn



97



NỘI DUNG THUẦN VIỆT THU HÚT

- Phù hợp với thị hiếu, sự quan tâm của khán giả trong nước
- Phù hợp với bối cảnh trong nước
- Phù hợp với năng lực sản xuất trong nước
- Khơi gợi được niềm tự hào dân tộc

SẢN XUẤT NỘI DUNG THUẦN VIỆT



Các nội dung thuần Việt

- Bao gồm rất nhiều lĩnh vực gần gũi như Lịch sử, Văn hóa, Âm thực, Âm nhạc, Phim truyền hình, Phim ngắn, các cuộc thi trình diễn nghệ thuật, hoa hậu...

Nội dung ghi đậm bản sắc Việt

- Nội dung chứa đựng những điểm nhấn văn hóa, những nét đặc trưng tộc người

Nội dung thể hiện tinh hoa Việt

- Những nội dung ghi dấu trình độ cao của các bộ môn nghệ thuật Việt Nam, các sự kiện trình diễn của các nghệ sĩ xuất sắc, nghệ nhân Việt, những đặc sắc, tinh hoa



Nội dung thuần Việt đặc sắc, hấp dẫn sẽ là chìa khóa để cạnh tranh trên thị trường nội dung, cũng là biện pháp để giữ gìn và phát huy các giá trị, bản sắc dân tộc.

ĐỀ XUẤT – KHUYẾN NGHỊ

Đối với các nhà sản xuất nội dung

- Cần tập trung đẩy mạnh sản xuất các nội dung thuần Việt đặc sắc, có hàm lượng văn hóa, giáo dục cao, thể hiện mạnh mẽ bản sắc, giá trị văn hóa Việt.

Đối với cơ quan quản lý nhà nước

- Có cơ chế, chính sách ủng hộ các nhà sản xuất nội dung trong nước
- Nhà nước đầu tư vào việc sản xuất các nội dung
- Đầu tư quảng bá các sản phẩm nội dung tốt, có ý nghĩa



Thank you!



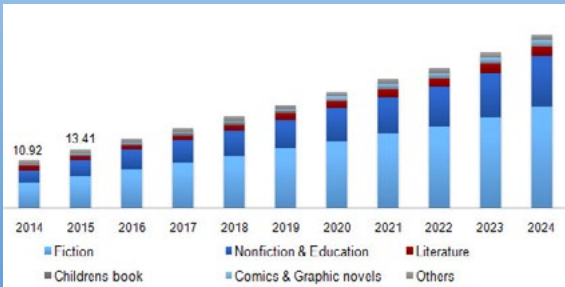


PHÁT TRIỂN SÁCH TÓM TẮT (SÁCH TINH GỌN) TRONG XU THẾ MỚI HIỆN NAY

Nguyễn Nguyễn
Cục trưởng Cục Xuất bản, In và Phát hành

Hà Nội, ngày 18 tháng 7 năm 2022

Tình hình xuất bản sách tóm tắt và sách nói trên thế giới



“Tiết kiệm thời gian, chất lượng thông tin, để tiếp cận đa dạng thông tin hơn là những lý do khiến nhu cầu đọc sách tóm tắt đang ngày càng bùng nổ”

“Sách tóm tắt có nhiều định dạng khác nhau, như sách in truyền thống, audiobook, ebook, podcast, infographic... Thị trường sách tinh gọn điện tử trên thế giới đã có bước phát triển với nhiều nền tảng tham gia và có doanh thu đáng kể, trong đó nổi bật là các nền tảng: Blinkist, GetAbstract, Instaread, Soundview, Sumizeit.com...”



CỤC XUẤT BẢN, IN
VÀ PHÁT HÀNH

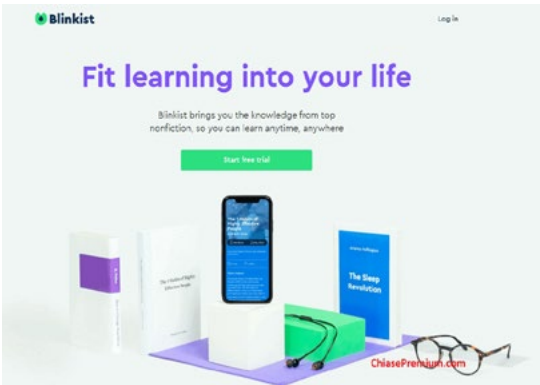
Blinkist Premium

Thành lập năm 2012

Có 19 triệu người dùng (2021)

Kho sách 4.500 cuốn; doanh thu 28 triệu USD

Phí đọc sách: 14,99 USD/tháng hoặc 89,99 USD/năm



Blinkist tóm lược nội dung theo từng chương, phần nhỏ. Mỗi một phần như vậy, người sử dụng thường mất không quá 5 phút để đọc hoặc nghe. Cuối phần tóm tắt cô đúc những ý tưởng cốt lõi. Blinkist giới thiệu về mỗi cuốn sách giúp độc giả lựa chọn đúng sách mình cần như: Ai nên đọc sách này? Người viết sách này là ai?

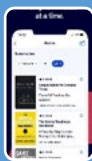
Get Abstract



Thành lập năm 1999, có hơn mạng lưới hơn 800 đối tác xuất bản; Kho sách hơn 25.000 bản sách tóm tắt;



Chi phí cho người sử dụng: 29,9 USD/ tháng hoặc 290 USD/năm



Ứng dụng tập trung cung cấp dịch vụ dành cho doanh nghiệp. Mục đích cho phép các công ty thúc đẩy văn hóa đọc bằng cách cung cấp công cụ cho người dùng học hỏi kinh nghiệm khi họ làm việc, tiết kiệm thời gian.



instaread

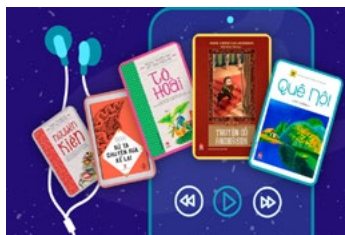


CỤC XUẤT BẢN, IN
VÀ PHÁT HÀNH

Giá sử dụng 8,99 USD/tháng hoặc 89 USD/ năm. Quyền truy cập không giới hạn với giá 299 USD

Thư viện sách tinh gọn ở Việt Nam

tất nói chung, sách tóm
ể, hiện chỉ có một số tên
ịch sử vùng đất Nam bộ
Chính trị Quốc gia Sự
an là sách tóm tắt. Một
có xuất bản một số sách
Trung Quốc, Pháp, Nga)

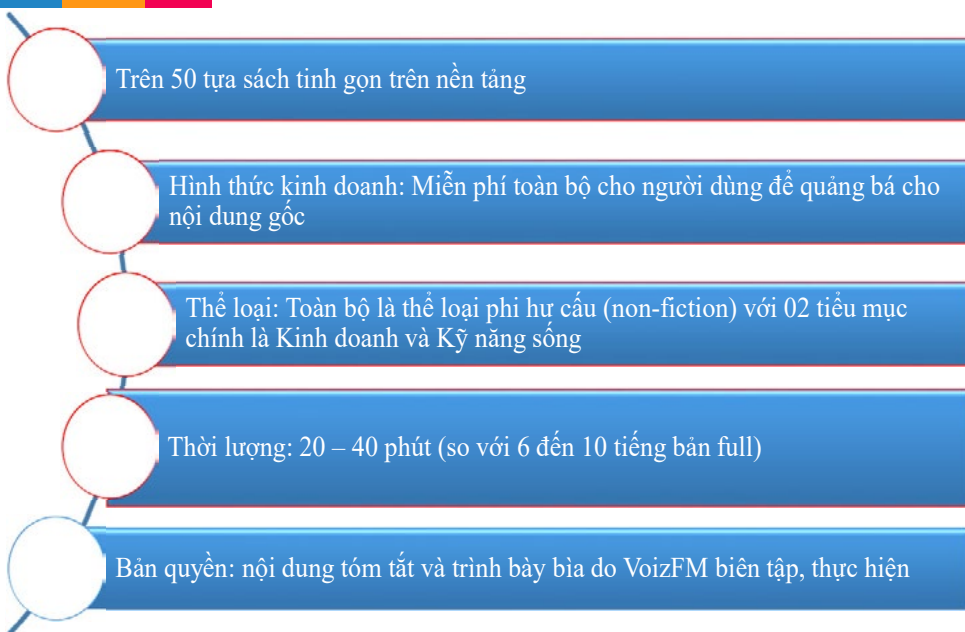


Tình hình xuất bản và phát hành sách tinh gọn ở Việt Nam

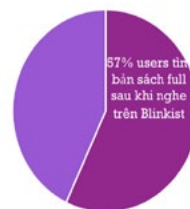
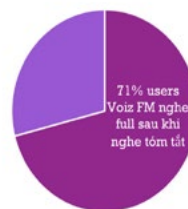
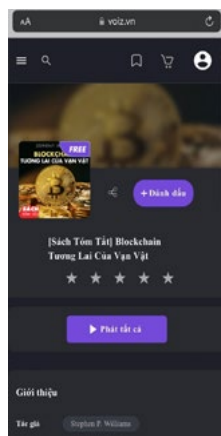
Trong 02 năm trở lại đây, đặc biệt năm 2021, với sự xuất hiện của các đơn vị phát hành sách nói như Waka, Fonos, WeWe, sách tóm tắt (tóm tắt) định dạng text hoặc nói đã xuất hiện với số lượng ngày càng lớn.



Công ty TNHH WeWe với nền tảng Voiz FM



WeWe và Voiz FM



Công ty Cổ phần công nghệ Waka

Thành lập tháng 6/2019

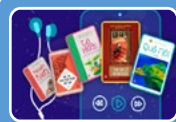
Định hướng phát triển: Đưa tri thức tới mọi tầng lớp nhân dân, nâng tầm tri thức Việt

Bản quyền nội dung số: phát hành trên nền tảng Waka trên 13.000 nội dung sách điện tử, truyện tranh, sách nói (Audiobook) trong và ngoài nước với đầy đủ bản quyền.

Đã phát hành trên 250 đầu sách tinh gọn, kế hoạch thực hiện trong năm 2022 là hướng tới xây dựng 600 đầu sách tinh gọn trong năm 2022.



Công ty Cổ phần Fonos



Thành lập năm 2020, hiện là đối tác phân phối sách điện tử của nhiều đơn vị xuất bản lớn: NXB Kim Đồng, NXB Trẻ, NXB Tổng hợp TP. Hồ Chí Minh, Công ty sách Thái Hà,...



Tổng lượng truy cập năm 2021 đạt trên 10 triệu lượt với hơn 200 nghìn tài khoản thực truy cập thường xuyên. Hiện có trên 500 sách tóm tắt trên ứng dụng, phần đầu đạt 1000 tên sách tóm tắt trong năm 2022.



Hiện có trên 500 sách tóm tắt trên ứng dụng, phần đầu đạt 1000 tên sách tóm tắt trong năm 2022.



Quan điểm phát triển: không xem sách tóm tắt là sản phẩm kinh doanh mà là nội dung truyền thông. Hiện các tài khoản đăng ký Fonos có thể tiếp cận miễn phí sách tóm tắt trên nền tảng ứng dụng.



Ngoài 03 công ty chính thức này, trên Appstore và CHplay khoảng 100 nền tảng cung cấp sách tóm tắt (không đăng ký hoạt động phát hành theo qui định Luật Xuất bản), trong đó nền tảng có số lượng người tham gia lớn, như: NNT Studio, Wattpad, Ibookreader, Teabook.... Cùng nhiều Website khác như: tomtatnhanh.com; ungdungdocnhanh.com; galabook.vn;...



Đối tượng của sách tóm tắt

Nhóm đối tượng đang tìm kiếm thành công trong công việc hoặc trong cuộc sống

- Thành phần của nhóm gồm: sinh viên, nhân viên văn phòng, những bạn trẻ đang khởi nghiệp, những nhà đầu tư mới tham gia các lĩnh vực kinh doanh, dịch vụ...

Nhóm đối tượng có nhu cầu truyền cảm hứng thành công và nâng cao kiến thức bản thân

- Thành phần gồm những doanh nhân, nghệ sĩ, người có ảnh hưởng nhất định trong các giới...



III. Vấn đề đặt ra



Vấn đề bản quyền: theo qui định pháp luật về sở hữu trí tuệ, chưa có qui định cụ thể về thể loại này.



Vấn đề về nguồn nhân lực: Mô hình này ở nước ngoài có nhiều, tuy nhiên ở Việt Nam vẫn còn rất mới mẻ, chủ yếu vẫn là đánh giá sách chứ không phải tóm tắt sách



Vấn đề pháp lý và sự cạnh tranh thiếu lành mạnh: Hiện các doanh nghiệp triển khai nội dung này không thực hiện theo qui định mà tự xác định như bản đánh giá, review cuốn sách



Nhiều nền tảng hiện nay hoạt động không theo qui định pháp luật, tạo ra cạnh tranh thiếu lành mạnh với các đơn vị hoạt động nghiêm túc, tuân thủ pháp luật.



Khuyến khích, tạo sự kết nối giữa các đơn vị làm sách tóm tắt và đơn vị xuất bản để chính các đơn vị xuất bản xây dựng bản sách tóm tắt của mình, tạo tiền đề mở rộng thị trường sách

Thành lập Trung tâm bản quyền trực thuộc Hội, phối hợp chặt chẽ giữa Trung tâm này và Hiệp hội quyền sao chép (VIETRO) để bảo vệ bản quyền trên lĩnh vực xuất bản điện tử, đặc biệt là xuất bản sách nói

Hỗ trợ quảng bá phát triển thị trường sách nói, trong đó tập trung phát triển các sách nói tóm tắt với mục tiêu đưa sách nói lên hệ thống giải trí trên máy bay.

Nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế để đề xuất các chính sách pháp luật về bản quyền phù hợp với sự phát triển .





ỨNG DỤNG SÁCH NÓI & PODCAST HÀNG ĐẦU VIỆT NAM

NGHE THỬ MIỄN PHÍ

Lê Hoàng Thạch,
 Tổng Giám đốc Công ty TNHH WeWe

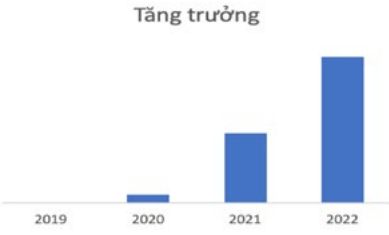


01

THỊ TRƯỜNG SÁCH NÓI



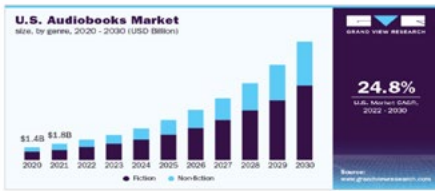
Tăng trưởng



Năm	Giá trị
2019	~\$1.4B
2020	~\$1.8B
2021	~\$2.5B
2022	~\$3.5B

Bản sách tiêu thụ ước tính 3,700,000

TRÊN THẾ GIỚI



Doanh thu 2021 4.2 tỷ USD
Tốc độ tăng trưởng 25% / năm

Các thể loại hàng đầu

1. Tâm linh
2. Phát triển bản thân
3. Thiếu nhi
4. Tiểu thuyết kinh điển
5. Tóm tắt sách



KHÓ KHĂN CỦA KHÁCH HÀNG NGÀY NAY



Không gian



Thời gian



Kinh phí

GIẢI PHÁP TỪ CÔNG NGHỆ



Kho sách phong phú



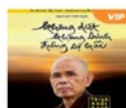
Tính năng tiện lợi



Chi phí hợp lý

CÁC NỘI DUNG CHẤT LƯỢNG CAO CÓ BẢN QUYỀN

Sách nói



Tóm tắt sách



Truyện thiếu nhi



Thiền & Ngủ



Podcast



NHỮNG BƯỚC ĐI TIẾP THEO



**Bảo vệ
bản quyền**



**Khoa học
dữ liệu (data)**



**Mở rộng
các nội dung mới**

CỤC THÔNG TIN CƠ SỞ

ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ XÂY DỰNG, HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH, PHÁP LUẬT TRONG LĨNH VỰC THÔNG TIN CƠ SỞ

Nguyễn Văn Tạo
Cục trưởng Cục Thông tin cơ sở

Hà Nội, tháng 7 năm 2022

TỔNG QUAN HỆ THỐNG THÔNG TIN CƠ SỞ

1

9.793 đài xã, phường,
thị trấn, đạt 92,39%;

2

640 đài ứng dụng
CNTT-VT, chiếm
6,53%.

3

806 xã, phường, thị trấn
chưa có đài, chiếm
7,61%.

4

666 đài huyện, quận, thị
xã, thành phố thuộc tỉnh,
đạt 94,46%;

5

575 đài sáp nhập thành
Trung tâm, chiếm
86,37%.

6

91 đài chưa sáp nhập,
chiếm 13,66%.

NHỮNG VẤN ĐỀ BẤT CẬP ĐẶT RA ĐỐI VỚI LĨNH VỰC THÔNG TIN CƠ SỞ



- Quy chế hoạt động TTCS không bao quát, điều chỉnh hết các hoạt động hiện có của TTCS

- Các phương thức truyền thông mới trong hoạt động TTCS chưa được quy định bổ sung, cập nhật.



- Một số chồng chéo, giao thoa trong quản lý nhà nước giữa Bộ TTTT và Bộ VHTT&DL.

MỘT SỐ ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ



Bổ sung thông tin cơ sở trong phạm vi điều chỉnh của Luật Báo chí sửa đổi.



Xây dựng, ban hành Nghị định của Chính phủ quy định về quản lý hoạt động thông tin cơ sở.



Xác định rõ phạm vi, trách nhiệm quản lý đối với một số hoạt động có sự giao thoa giữa lĩnh vực văn hóa cơ sở và thông tin cơ sở



Trân trọng cảm ơn!



“Truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài theo cách làm mới”

Tháng 7/2022
Cục Thông tin đối ngoại

Nguyễn Văn Thuật
Phó Cục trưởng Cục Thông tin đối ngoại

Nhiệm vụ chính triển khai thực hiện truyền thông quảng bá theo cách làm mới trong năm 2022

1. Ban hành Văn bản hướng dẫn thực hiện thí điểm truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài
2. Tổ chức Diễn đàn “Vài thiều Việt Nam vươn ra thế giới”
3. Tổ chức Hội nghị tập huấn triển khai khung truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài theo cách làm mới



I. BAN HÀNH VĂN BẢN HƯỚNG DẪN CHO ĐỊA PHƯƠNG

Ngày 21/02/2022, Bộ TTTT ban hành Công văn số 532/BTTTT-TTĐN về việc hướng dẫn thí điểm nội dung, hình thức truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài theo cách làm mới.

Truyền thông quảng bá những gì thế giới cần và muốn biết về Việt Nam dựa trên một khung truyền thông thống nhất, phổ cập, để thế giới dễ tập trung nhận diện hình ảnh.

Lấy địa phương “hạt nhân”, “nền tảng” để xây dựng hình ảnh quốc gia và sớm thúc đẩy tăng thứ hạng hình ảnh quốc gia Việt Nam trên các bảng xếp hạng toàn cầu.

Tập trung vào việc hướng dẫn “làm thế nào”, giúp các địa phương có công cụ để tự đánh giá và chuẩn hóa các nhân tố tạo nên hình ảnh địa phương.

08 ĐỊA PHƯƠNG THỰC HIỆN THÍ ĐIỂM

Quảng Ninh



Hải Phòng



Thừa Thiên - Huế



Hà Nội



TP. HCM



Đà Nẵng



Bà Rịa - Vũng Tàu



DU LỊCH CẦN THƠ

II. Tổ chức Diễn đàn Việt Nam vươn ra thế giới



CHUỖI SỰ KIỆN GỒM CÁC NỘI DUNG:

- 1 Tổ chức Diễn đàn “Vài thiều Việt Nam vươn ra thế giới”, trong đó có phiên Tọa đàm với chủ đề “Lời giải cho bài toán xuất khẩu vải thiều Việt Nam”
- 2 Tổ chức triển lãm số, gian hàng số quảng bá nông sản Việt Nam, đặc biệt là vải thiều tại sự kiện; đồng thời, tổ chức một số gian hàng bên lề sự kiện với những sản phẩm nông sản chất lượng cao và mang tính đặc trưng của hai địa phương Bắc Giang và Hải Dương để đại biểu thưởng thức tại sự kiện
- 3 Tổ chức truyền thông trước, trong và sau sự kiện



KẾT QUẢ SỰ KIỆN

- 1 250 tham gia sự kiện offline.
- 2 Quốc tế: ghi nhận hơn 10.000 người xem Tọa đàm trực tuyến "Ứng dụng công nghệ đưa vải thiều ra thị trường"
- 3 Livestream Facebook thu hút 12 nghìn lượt xem
- 4 134 tin, bài đăng về sự kiện
- 5 Có gần 20 cơ quan báo chí nước ngoài đến tham dự và đưa tin về sự kiện..

Đánh giá chung:

- 1 Sự kiện được tổ chức thành công đem lại sự hài lòng, tạo cảm hứng thú vị và ấn tượng cho khách mời đến tham dự, có thể tạo ra kênh kết nối mở rộng đa dạng hóa thị trường nông sản Việt Nam
- 2 Sự kiện là cách làm mới để hỗ trợ địa phương kết nối, mở rộng các thị trường tiềm năng ở nước ngoài.
- 3 Về công tác truyền thông, các cơ quan báo chí nước ngoài và cơ quan báo chí đối ngoại của Việt Nam đã sử dụng Thông cáo báo chí và tài liệu phát tại sự kiện, kể các câu chuyện bằng nhiều thứ tiếng về sự kiện và xung quanh nỗ lực xuất khẩu vải của Việt Nam (Anh, Pháp, Tây Ban Nha, Nhật, Trung,...) với hình thức phong phú (tin, bài, ảnh, infographic...). Công tác truyền thông cho sự kiện về cơ bản đạt và vượt mục tiêu đề ra, lan tỏa rộng rãi trong dư luận.

Đề xuất, kiến nghị

(2) Đề xuất phương án truyền thông quảng bá tổng thể nhằm hỗ trợ địa phương trong việc hỗ trợ mở rộng, đa dạng hóa thị trường, đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu nông sản Việt Nam trước ngày 15/8/2022

(1) Tiến hành nghiên cứu khảo sát, tổng hợp ý kiến của các địa phương về nhu cầu tuyên truyền phục vụ công tác TTĐN trong tháng 7/2022.

(4) Tổ chức sự kiện định kỳ theo quý hoặc theo kế hoạch tiến độ về thời gian trên cơ sở trao đổi với các địa phương.

(3) Hình thức tổ chức sự kiện có thể ở Hà Nội hoặc các địa phương trên cơ sở nhu cầu và thể mạnh của các địa phương (vì liên quan đến kinh phí ăn, ở của các tổ chức quốc tế và phóng viên nước ngoài)

III. Tổ chức Hội nghị tập huấn triển khai khung truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài theo cách làm mới

VỚI MỤC ĐÍCH

1. Phổ biến cụ thể về Khung truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài theo cách làm mới và tổ chức thực hành nhằm góp phần xây dựng hình ảnh địa phương, hình ảnh quốc gia và thúc đẩy tăng thứ hạng hình ảnh Việt Nam trong thời gian tới cho đội ngũ lãnh đạo và bộ phận triển khai nhiệm vụ TTĐN.
2. Hướng dẫn địa phương truyền thông nhằm nâng cao nhận thức cho người dân, doanh nghiệp, các tổ chức, nhà quản lý về lợi ích và tầm quan trọng của việc xây dựng, truyền thông quảng bá hình ảnh địa phương, hình ảnh Việt Nam ra thế giới.
3. Cung cấp tài liệu hỗ trợ các địa phương thực hiện truyền thông quảng bá theo cách làm mới.

Dự kiến 6 tháng cuối năm, tổ chức 02 Hội nghị tại tỉnh Quảng Ninh và tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu



Nội dung, thành phần tham dự

NỘI DUNG CHÍNH CỦA HỘI NGHỊ

Phổ biến nội dung khung truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài và tổ chức tập huấn theo hình thức thực hành để các địa phương dễ dàng tiếp cận.



THÀNH PHẦN THAM DỰ

- Đại diện Lãnh đạo và phụ trách TTĐN các sở, ngành thuộc 08 địa phương thí điểm gồm Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Cần Thơ, Đà Nẵng, Hải Phòng, Quảng Ninh, Thừa Thiên Huế, Bà Rịa - Vũng Tàu và các địa phương khác đăng ký tham dự
- Phóng viên báo, đài đối ngoại và báo, đài tại các địa phương thực hiện thí điểm và các địa phương đăng ký tham dự. Dựa trên các chỉ số đo được, sử dụng nguồn lực tại chỗ để xây dựng các chiến lược phù hợp với địa phương.



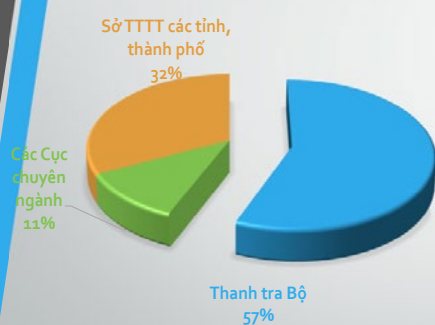
Xin trân trọng cảm ơn!



BÁO CÁO CÔNG TÁC THANH TRA 6 THÁNG ĐẦU NĂM 2022

Bùi Hoàng Phương
Chánh Thanh tra Bộ TT&TT

KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG THANH TRA NGÀNH TTTT 6 THÁNG ĐẦU NĂM 2022



Toàn ngành TTTT: xử phạt 7.068.050.000 đồng (ước tính); **tăng** 53,52% so với cùng kỳ năm 2021

- **Thanh tra Bộ:** xử phạt 4.339.000.000 đồng (ước tính); **tăng** 335,42% so với cùng kỳ năm 2021
- **Các Cục chuyên ngành:** xử phạt 864.500.000 đồng; **tăng** 65,08% so với cùng kỳ năm 2021
- **Sở TTTT các tỉnh, thành phố:** xử phạt 2.487.300.000 đồng; **giảm** 22,75% so với cùng kỳ năm 2021

KẾT QUẢ NỘI BẬT CỦA THANH TRA BỘ

- **Lĩnh vực Báo chí:**

- Đã kết thúc 02 cuộc thanh tra
- Xử phạt đình bản 03 tháng đối với 01 cơ quan Báo và 01 Tạp chí

- **Lĩnh vực viễn thông:**

- Phối hợp với các đơn vị chức năng của Bộ Công an, Cục Tần số VTĐ phát hiện 03 đối tượng có hành vi lắp đặt BTS giả; đã chuyển cơ quan công an để xử lý tiếp.
- Phối hợp với các đơn vị chức năng của Bộ Công an, Cục Viễn thông xử lý quyết liệt tình trạng thông tin thuê bao không chính xác tại 07 DNVТ, dự kiến xử phạt hơn 40 Điểm cung cấp dịch vụ viễn thông và nhiều chi nhánh DNVТ tại các tỉnh thành với tổng số tiền xử phạt hơn 3 tỷ đồng.

- **Lĩnh vực Bưu chính:**

- Phối hợp với Vụ Bưu chính xử lý và yêu cầu nộp lại 07 Giấy phép Bưu chính của các doanh nghiệp sử dụng sai mục đích.

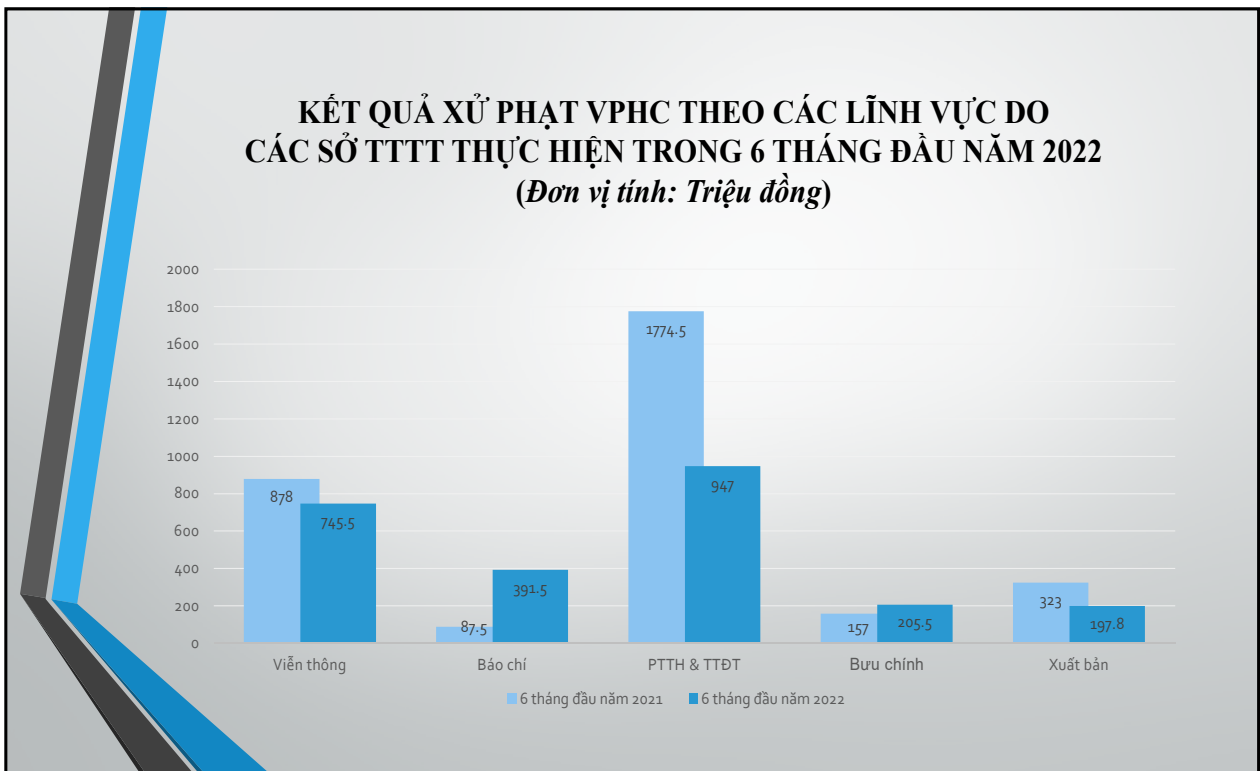
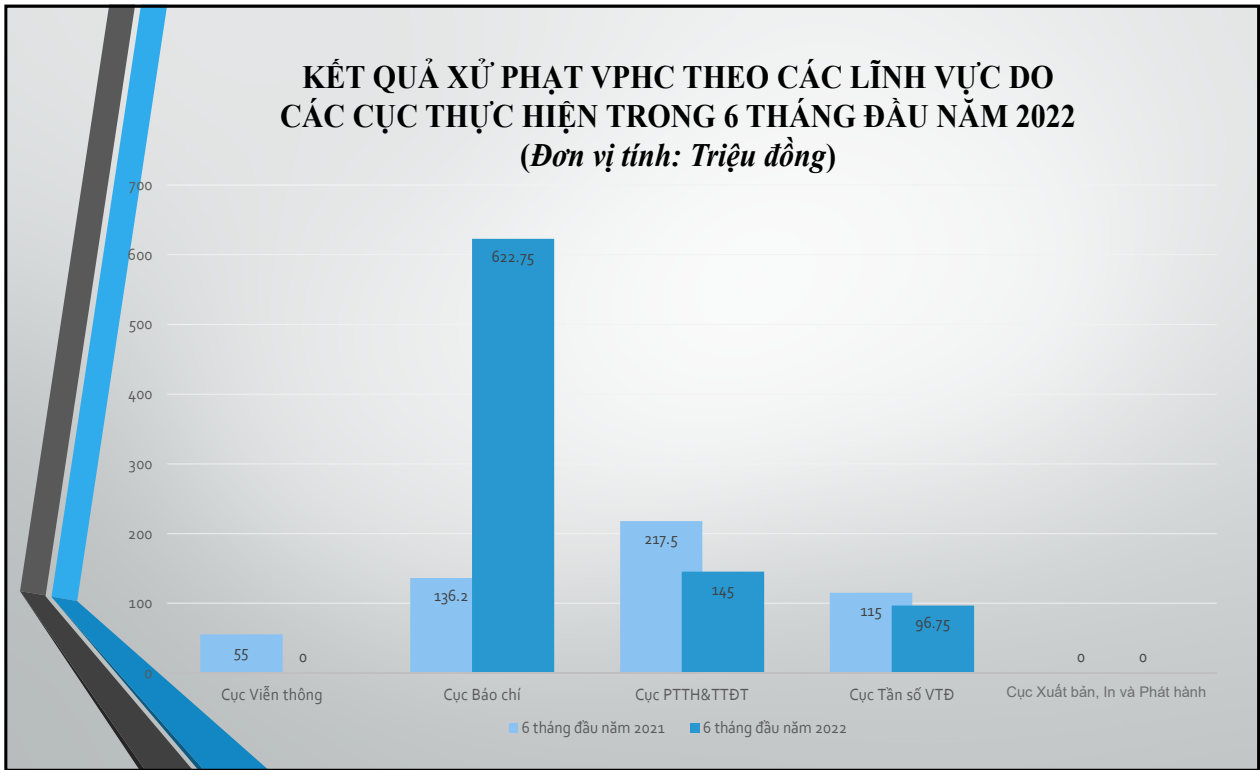
- Kiểm tra và phát hiện một số dấu hiệu bất thường của 03 Doanh nghiệp Bưu chính có vốn nước ngoài, thực hiện mô hình kinh doanh nhượng quyền.

- **Lĩnh vực Công nghệ thông tin:**

- Phối hợp với NEAC xử lý và yêu cầu 04 Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ chữ ký số chủ động tạm dừng việc phát triển thuê bao mới trong thời gian từ 1 đến 2 tháng để rà soát lại hoạt động.

KẾT QUẢ XỬ PHẠT VPHC THEO CÁC LĨNH VỰC DO THANH TRA BỘ THỰC HIỆN TRONG 6 THÁNG ĐẦU NĂM 2022 (Đơn vị tính: Triệu đồng)





ĐỊNH HƯỚNG TRONG THỜI GIAN TỚI

- Tập trung đào tạo, sắp xếp lại đội ngũ cán bộ trong lực lượng thanh tra TTTT đảm bảo trong sạch, vững mạnh.
- Nâng cao vai trò, phát huy hiệu quả hoạt động của Lực lượng thanh tra Sở TTTT.
- Tập trung chấn chỉnh, xử lý nghiêm các sai phạm trong lĩnh vực báo chí, đặc biệt là tình trạng báo hoá tạp chí, báo hoá trang thông tin điện tử.
- Đẩy mạnh công tác giám sát thông qua việc áp dụng công nghệ để tiến hành giám sát online nhằm giám sát, cảnh báo từ sớm, từ xa; không để xảy ra các vụ việc nghiêm trọng.

NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP CHÍNH TRONG NĂM 2022

- *Trong quý III/2022, thực hiện kiểm tra 05 cơ quan chủ quản của các tạp chí có dấu hiệu vi phạm.*
- *Trong quý III/2022, Thanh tra 1 số cơ quan tạp chí có dấu hiệu vi phạm, có hình thức xử lý nghiêm khắc các cơ quan tạp chí có dấu hiệu tiêu cực, xa rời tôn chỉ mục đích, có nhiều phản ánh, đơn thư khiếu nại để mang tính cảnh báo, răn đe đối với tình trạng báo hoá tạp chí hiện nay.*
- *Trong năm 2022, hoàn thành giai đoạn 1 hệ thống theo dõi, giám sát cảnh báo các đối tượng quản lý, hành vi vi phạm trong lĩnh vực TTTT.*
- *Tiếp tục đẩy mạnh việc phân cấp, phân quyền trong xử lý vi phạm, tăng cường hỗ trợ, thúc đẩy cho Thanh tra tại các Sở TTTT để tăng cường hiệu lực, hiệu quả xử lý các vi phạm trong lĩnh vực TTTT, nâng cao vai trò Thanh tra tại các Sở TTTT.*



Trân trọng cảm ơn !

