TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Doanh nghiệp trước “tam trụ” chuyển đổi: Cơ hội tăng tốc từ số hóa, xanh hóa và đổi mới sáng tạo

14:06 22/04/2026

Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu biến động mạnh, chi phí đầu vào gia tăng, chuỗi cung ứng liên tục tái cấu trúc và xu hướng tiêu dùng thay đổi nhanh chóng, doanh nghiệp Việt Nam đang bước vào giai đoạn cạnh tranh mới với yêu cầu cao hơn về năng suất, chất lượng và khả năng thích ứng. Nếu như trước đây, lợi thế của doanh nghiệp chủ yếu đến từ lao động dồi dào và chi phí cạnh tranh, thì nay động lực tăng trưởng đang dịch chuyển sang công nghệ, sáng tạo và phát triển bền vững.

Ba xu hướng lớn gồm chuyển đổi số, kinh tế xanh và kinh tế sáng tạo đang hội tụ, tạo thành “tam trụ” chuyển đổi của nền kinh tế hiện đại. Đây không chỉ là xu thế toàn cầu mà còn là yêu cầu cấp thiết để doanh nghiệp Việt nâng tầm vị thế, tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị khu vực và quốc tế. Những doanh nghiệp nắm bắt sớm sẽ mở rộng không gian tăng trưởng; ngược lại, chậm thay đổi có thể đánh mất lợi thế ngay tại thị trường nội địa.

Chuyển đổi số hiện được xem là nền tảng quan trọng nhất trong tiến trình tái cấu trúc doanh nghiệp. Từ sản xuất, bán hàng đến quản trị nội bộ, công nghệ số đang giúp doanh nghiệp tối ưu quy trình, cắt giảm chi phí và nâng cao khả năng ra quyết định. Các công cụ như dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo, điện toán đám mây hay tự động hóa không còn là câu chuyện của các tập đoàn lớn mà ngày càng hiện diện trong cả doanh nghiệp vừa và nhỏ.



Doanh nghiệp đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ, nâng cao hiệu quả sản xuất trong giai đoạn chuyển đổi mới.

Việc ứng dụng số hóa cũng mở ra phương thức tiếp cận khách hàng hoàn toàn mới. Thương mại điện tử, tiếp thị số, chăm sóc khách hàng đa nền tảng hay phân tích hành vi tiêu dùng theo thời gian thực đang giúp doanh nghiệp hiểu thị trường nhanh hơn và phản ứng linh hoạt hơn. Trong môi trường cạnh tranh khốc liệt, tốc độ thích ứng nhiều khi quyết định trực tiếp đến khả năng tồn tại.

Song song với số hóa, xanh hóa đang trở thành chuẩn mực mới của thương mại toàn cầu. Các thị trường lớn như châu Âu, Mỹ, Nhật Bản ngày càng siết chặt yêu cầu về phát thải carbon, truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn lao động và quản trị bền vững. Điều đó đồng nghĩa, doanh nghiệp muốn duy trì xuất khẩu không thể chỉ quan tâm đến giá thành mà phải đáp ứng đầy đủ tiêu chí ESG.

Với Việt Nam, xu hướng này vừa là thách thức, vừa là cơ hội. Những doanh nghiệp đầu tư sớm vào công nghệ sạch, tiết kiệm năng lượng, kinh tế tuần hoàn hay quản trị minh bạch sẽ gia tăng lợi thế cạnh tranh rõ rệt. Trong khi đó, những đơn vị chậm chuyển đổi có nguy cơ bị loại khỏi chuỗi cung ứng toàn cầu khi các “hàng rào xanh” ngày càng được dựng cao.

Kinh tế sáng tạo là trụ cột thứ ba đang nổi lên mạnh mẽ. Đây là mô hình tăng trưởng dựa trên tri thức, ý tưởng, thiết kế, nội dung và đổi mới công nghệ. Tại nhiều quốc gia, kinh tế sáng tạo đã trở thành động lực lớn trong các lĩnh vực như truyền thông số, công nghiệp văn hóa, công nghệ nội dung, phần mềm, nghiên cứu ứng dụng hay thiết kế sản phẩm. Với Việt Nam, đây là dư địa tăng trưởng còn rất lớn nếu biết khai thác nguồn nhân lực trẻ, nhanh nhạy và giàu tinh thần khởi nghiệp.

Khi chuyển đổi không còn là lựa chọn mà là điều kiện cạnh tranh

Chủ trương phát triển của Việt Nam trong giai đoạn mới cũng cho thấy sự dịch chuyển rõ rệt sang mô hình tăng trưởng chất lượng cao. Các chương trình quốc gia về chuyển đổi số, đổi mới sáng tạo, tăng trưởng xanh và phát triển bền vững đang tạo hành lang chính sách quan trọng để doanh nghiệp bứt phá.

Trong bối cảnh mục tiêu tăng trưởng năm 2026 đặt ra yêu cầu cao hơn về chất lượng và hiệu quả, nhiều doanh nghiệp đã chuyển từ trạng thái "thích ứng" sang "chủ động tạo giá trị".

Một trường hợp tiêu biểu là Công ty Cổ phần Thời đại Men vi sinh Yeast Era. Doanh nghiệp này đang theo đuổi hướng đi sản xuất protein từ vi sinh – lĩnh vực còn mới tại Việt Nam nhưng có tiềm năng lớn trên thế giới.



Sản phẩm công nghệ cao của doanh nghiệp Việt hướng tới thị trường xanh và giá trị gia tăng bền vững.

Không chỉ dừng lại ở yếu tố công nghệ, mô hình của Yeast Era cho thấy cách doanh nghiệp có thể đóng góp trực tiếp vào mục tiêu tăng trưởng. Sản phẩm protein từ men vi sinh giúp giảm phụ thuộc vào chăn nuôi truyền thống, tiết kiệm tài nguyên và giảm phát thải, qua đó góp phần vào tăng trưởng xanh. Đồng thời, việc làm chủ công nghệ lõi cũng giúp nâng cao giá trị gia tăng, thay vì chỉ tham gia vào các khâu gia công. Đây chính là hướng đi phù hợp với mục tiêu kinh tế 2026 – tăng trưởng dựa trên năng suất, công nghệ và đổi mới sáng tạo.

Câu chuyện của Yeast Era cho thấy doanh nghiệp Việt hoàn toàn có thể đi vào các lĩnh vực công nghệ cao nếu có chiến lược đúng đắn. Thay vì cạnh tranh bằng giá rẻ, doanh nghiệp có thể tạo lợi thế bằng tri thức, sở hữu công nghệ và mô hình kinh doanh mới. Đây là con đường bền vững hơn trong dài hạn.

Tuy nhiên, thực tế hiện nay phần lớn doanh nghiệp, đặc biệt là nhóm nhỏ và vừa, vẫn gặp nhiều khó khăn trong quá trình chuyển đổi. Thiếu vốn đầu tư, hạn chế nhân lực công nghệ, năng lực quản trị chưa theo kịp yêu cầu mới và khả năng tiếp cận thị trường quốc tế còn yếu là những rào cản lớn.

Vì vậy, chuyển đổi không thể chỉ là nỗ lực đơn lẻ của từng doanh nghiệp mà cần sự hỗ trợ từ hệ sinh thái gồm chính sách nhà nước, tổ chức tư vấn, viện nghiên cứu, quỹ đầu tư và mạng lưới kết nối đổi mới sáng tạo.

Doanh nghiệp giữ vai trò trung tâm trong hành trình tăng trưởng mới

Theo ông Phạm Hồng Quất – Viện trưởng Viện Đổi mới sáng tạo Quốc gia, để đạt được các mục tiêu tăng trưởng trong giai đoạn mới, doanh nghiệp cần coi đổi mới sáng tạo là chiến lược cốt lõi, không phải hoạt động mang tính bổ trợ.

Ông cho rằng, tăng trưởng trong giai đoạn tới sẽ không còn đến từ những yếu tố truyền thống như lao động giá rẻ hay khai thác tài nguyên, mà phụ thuộc vào khả năng tạo ra tri thức, công nghệ và mô hình kinh doanh mới. Do đó, doanh nghiệp cần chủ động đầu tư cho nghiên cứu – phát triển, đồng thời tận dụng hệ sinh thái đổi mới sáng tạo để rút ngắn quá trình chuyển đổi.

Một điểm đáng chú ý là yêu cầu gắn đổi mới sáng tạo với thực tiễn. Theo ông Quất, chỉ khi giải quyết được các bài toán cụ thể của thị trường, đổi mới sáng tạo mới thực sự tạo ra giá trị và đóng góp vào tăng trưởng.

Nhận định này phản ánh đúng xu thế hiện nay. Công nghệ chỉ có ý nghĩa khi giúp doanh nghiệp tăng doanh thu, giảm chi phí, mở thị trường hoặc nâng cao trải nghiệm khách hàng. Đổi mới sáng tạo nếu tách rời nhu cầu thị trường sẽ khó tạo hiệu quả thực chất.

Trong giai đoạn mới, các tiêu chí về môi trường, xã hội và quản trị cũng sẽ trở thành thước đo ngày càng quan trọng. Nhà đầu tư quốc tế, đối tác toàn cầu và người tiêu dùng hiện đại đều quan tâm đến tính minh bạch, trách nhiệm xã hội và dấu chân carbon của doanh nghiệp. Điều này buộc doanh nghiệp Việt phải tích hợp ESG ngay trong chiến lược dài hạn thay vì xem đó là yếu tố phụ trợ.

Năm 2026 được xem là cột mốc quan trọng để đánh giá năng lực thích ứng của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam. Khi cạnh tranh ngày càng gay gắt và làn sóng đầu tư quốc tế tiếp tục đổ vào Việt Nam, doanh nghiệp trong nước cần chuyển mình nhanh hơn để không bị lép vế trên sân nhà.

Có thể khẳng định, “tam trụ” chuyển đổi gồm số hóa, xanh hóa và đổi mới sáng tạo không chỉ là xu hướng dài hạn mà đã trở thành công cụ trực tiếp để tạo tăng trưởng. Những doanh nghiệp đi trước sẽ có cơ hội dẫn dắt thị trường, nâng cao giá trị thương hiệu và mở rộng hiện diện quốc tế.

Trong hành trình hướng tới mục tiêu tăng trưởng mới, doanh nghiệp không chỉ là đối tượng thụ hưởng chính sách, mà chính là lực lượng trung tâm quyết định thành công của quá trình tái cấu trúc nền kinh tế Việt Nam.

Nam Sơn