

Hành trình phát triển bền vững tại Vinamilk: Từ những thay đổi nhỏ đến tác động lớn hơn cho cộng đồng

14:06 23/10/2026

Không chỉ giảm phát thải hay tiết kiệm tài nguyên trong sản xuất, Vinamilk đang từng bước mở rộng phạm vi của phát triển bền vững ra toàn bộ hệ sinh thái, từ người nông dân, nhà cung cấp, cộng đồng doanh nghiệp đến người tiêu dùng. Hành trình ấy cho thấy, những tác động tích cực chỉ thực sự bền vững khi được lan tỏa và duy trì bởi nhiều bên cùng tham gia.

“Có một chi tiết nhỏ nhưng mang ý nghĩa lớn: Nhà máy có quy mô đầu tư đến 5.000 tỷ đồng vẫn sẵn sàng thử nghiệm những cải tiến chỉ giúp tiết kiệm vài chục triệu đồng tiền điện hoặc tiền nước mỗi năm. Tôi thắc mắc những sáng kiến này do ban lãnh đạo hay nhân viên đề xuất? Và điều gì khiến doanh nghiệp kiên trì triển khai những giải pháp tưởng chừng rất nhỏ ấy?”.

Đó là câu hỏi được ông Trần Đức Tuyên, đại diện một doanh nghiệp chuyên về giải pháp nén khí tiết kiệm năng lượng, đặt ra trong chuyến tham quan của Hiệp hội Doanh nghiệp Xanh TP.HCM (HGPA) tại Nhà máy Sữa Việt Nam (Mega) của Vinamilk. Câu hỏi ấy không chỉ xoay quanh câu chuyện tiết kiệm chi phí, mà còn gợi mở cách Vinamilk biến các mục tiêu phát triển bền vững thành những hành động cụ thể.



Đoàn doanh nghiệp HGBA tham quan và tìm hiểu các thực hành phát triển bền vững tại Nhà máy Mega của Vinamilk (Ảnh: Nguyễn Hoàng).

Khi phát triển bền vững trở thành hành động mỗi ngày

Trả lời câu hỏi này, ông Lê Hoàng Minh, Giám đốc Điều hành Sản xuất kiêm Trưởng dự án Net Zero Vinamilk cho biết, phần lớn các ý tưởng xuất phát từ chính những người trực tiếp vận hành dây chuyền. Trong quá trình làm việc, họ nhìn thấy các điểm thất thoát về nguyên liệu, năng lượng hay nước, từ đó đề xuất những giải pháp phù hợp với thực tế sản xuất.

Chẳng hạn, tại công đoạn ly tâm tách béo, việc điều chỉnh chu kỳ xả cặn giúp giảm thất thoát khoảng 170 lít sữa mỗi ngày, tương đương 857 triệu đồng mỗi năm. Trong khi đó, cải tiến quy trình tuần hoàn nước làm mát ở máy đồng hóa giúp tiết kiệm khoảng 700 triệu đồng chi phí nước mỗi năm...



Tại Nhà máy Mega, nhiều ý tưởng cải tiến xuất phát từ chính những người trực tiếp vận hành dây chuyền, máy móc (Ảnh: Minh Anh).

Giá trị của những sáng kiến này không chỉ nằm ở chi phí tiết giảm. Quan trọng hơn, với Vinamilk, chúng cho thấy các mục tiêu phát triển bền vững đã được chuyển hóa thành hành động cụ thể của người lao động trong quá trình vận hành hàng ngày.

"Khi tiếp nhận một đề xuất, dù rất nhỏ, văn hóa của Vinamilk là không nói không ngay lập tức. Thay vào đó, mọi sáng kiến đều được nghiên cứu thấu đáo và tạo cơ hội chứng minh hiệu quả trong thực tế", ông Minh chia sẻ.

Chính cách tiếp cận này cũng là điều gây ấn tượng với ông Đinh Hồng Kỳ, Chủ tịch HGP. Theo ông, không phải doanh nghiệp nào cũng cần xây dựng ngay một nhà máy thông minh như Vinamilk. Phát triển bền vững hoàn toàn có thể bắt đầu từ quy mô nhỏ, như: một dây chuyền tiêu thụ nhiều điện hay một công đoạn phát sinh nhiều chất thải.

"Nếu các hoạt động của doanh nghiệp giúp giảm thiểu năng lượng, nguyên vật liệu cho sản xuất thì doanh nghiệp đã bước chân vào hành trình phát triển bền vững rồi. Làm nhỏ nhưng đo được hiệu quả, sau đó mới nhân rộng. Tôi cho rằng đây là cách chuyển đổi xanh thực tế và phù hợp với điều kiện của phần lớn doanh nghiệp Việt Nam", ông Kỳ chia sẻ.



Ông Đinh Hồng Kỳ, Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Xanh TP.HCM (bên phải) trong chuyến thăm quan Nhà máy Mega của Vinamilk (Ảnh: Nguyễn Hoàng).



Ông Đinh Hồng Kỳ, Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Xanh TP.HCM (bên trái) trong chuyến thăm quan Nhà máy Mega của Vinamilk (Ảnh: Nguyễn Hoàng).

Tạo tác động vượt ra ngoài doanh nghiệp

“Nhưng một doanh nghiệp phát triển bền vững là chưa đủ”.

Đây là thông điệp được ông Lê Hoàng Minh nhấn mạnh tại Diễn đàn Doanh nghiệp Phát triển Bền vững Việt Nam (VCSF) 2026, sự kiện do Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), mà hạt nhân là Hội đồng Doanh nghiệp vì sự phát triển bền vững Việt Nam (VBCSD) tổ chức. Là một trong những doanh nghiệp tiên phong về phát triển bền vững tại Việt Nam, Vinamilk mang đến diễn đàn năm nay tham luận: *“Tạo tác động vượt ra ngoài doanh nghiệp: Hành trình lan tỏa những giá trị phát triển bền vững đến cộng đồng”*.

Theo ông Minh, các hoạt động nằm ngoài phạm vi vận hành trực tiếp của doanh nghiệp, từ nhà cung cấp đến người tiêu dùng, chiếm khoảng 80% tổng lượng phát thải của Vinamilk. Vì vậy, sau nhiều năm xây dựng các thực hành phát triển bền vững trong hoạt động sản xuất - kinh doanh, doanh nghiệp đang hướng tới mục tiêu rộng hơn: Tạo điều kiện để các bên liên quan cùng tham gia và hưởng lợi từ quá trình phát triển bền vững.



Ông Lê Hoàng Minh, Giám đốc Điều hành Sản xuất kiêm Trưởng dự án Net Zero Vinamilk trình bày tham luận *“Tạo tác động vượt ra ngoài doanh nghiệp: Hành trình lan tỏa phát triển bền vững đến cộng đồng của Vinamilk”* tại VCSF 2026 (Ảnh: BTC).

Điển hình là nông dân - những người đang đồng hành cùng Vinamilk trong chiến lược tự chủ nguồn nguyên liệu sữa tươi trong nước. Tính đến cuối năm 2025,

doanh nghiệp đã liên kết với gần 4.000 hộ nông dân để thu mua hơn 180.000 tấn bắp sinh khối, bổ sung nguồn thức ăn thô xanh cho đàn bò sữa. Không chỉ bao tiêu đầu ra với giá cả ổn định, Vinamilk còn thường xuyên tổ chức tư vấn kỹ thuật, hướng dẫn nông hộ thực hành canh tác bền vững. Khái niệm nông nghiệp xanh, vì thế, không chỉ bó hẹp bên trong ranh giới của trang trại mà lan tỏa mạnh mẽ ra cộng đồng xung quanh.

Riêng Trang trại Vinamilk Green Farm Thanh Hóa, nguồn nước phân sau xử lý đạt quy chuẩn sử dụng cho cây trồng còn được cung cấp miễn phí cho các hộ dân xung quanh để cải tạo đất. Ghi nhận của Vinamilk, nhiều hộ nông dân tăng thêm 35-40 triệu đồng thu nhập mỗi năm, nhờ năng suất cây trồng cải thiện và giảm chi phí phân bón hóa học.

“Đất ở đây chưa bao giờ tươi xốp, phì nhiêu đến vậy”, ông Lê Văn Long, một nông dân tham gia chương trình liên kết cung ứng bắp sinh khối cho Vinamilk, chia sẻ.



Ông Lê Văn Long - một nông dân tham gia chương trình liên kết với Vinamilk - trong một vụ thu hoạch bắp sinh khối (Ảnh: Hoàng Đông).

Để thúc đẩy toàn chuỗi cung ứng cùng phát triển, Vinamilk từng bước tích hợp các tiêu chí môi trường, xã hội và quản trị (ESG) vào quá trình hợp tác, hướng tới việc sử dụng tài nguyên hiệu quả hơn và gia tăng năng lực cạnh tranh trong dài hạn.

Định hướng này cũng được thể hiện rõ nét qua chương trình thu gom và tái chế vỏ hộp sữa “Vỏ xinh được tái sinh” đã được thí điểm từ năm 2024 và nhanh chóng nhận được sự hưởng ứng của người tiêu dùng. Riêng năm 2025, hơn 3,6 triệu vỏ hộp sữa đã được thu gom, góp phần tái sinh hơn 100.000 sản phẩm xanh từ nguồn vật liệu tương như đã hoàn thành vòng đời sử dụng. Bước sang năm 2026, chương trình tiếp tục được mở rộng tại 110 cửa hàng Vinamilk ở Hà Nội, Quảng Ninh, Đà Nẵng và TP.HCM.



Từ những chiếc vỏ hộp sữa được giữ lại mỗi ngày, nhiều người tiêu dùng đang góp phần tạo nên một vòng đời mới cho bao bì sau sử dụng (Ảnh: Nguyễn Hoàng).

Ông Hồ Lê Thiên Ân, Quản lý Dự án Thu gom và Tái chế của Công ty Cổ phần Công nghệ GRAC cho rằng, những chương trình như "Vỏ xinh được tái sinh" đóng vai trò như "chất xúc tác" cho hệ sinh thái kinh tế tuần hoàn. Bên cạnh việc hình thành thói quen phân loại và thu gom rác tái chế, chương trình còn tạo ra sự kết nối giữa toàn bộ chuỗi giá trị gồm doanh nghiệp cung cấp bao bì, nhà sản xuất, đơn vị thu gom, nhà máy tái chế và người tiêu dùng.

"Vỏ hộp giấy vốn gần như không có người thu mua, nay đã bắt đầu trở thành loại vật liệu có đầu ra rõ ràng. Điều này tạo thêm nguồn thu và động lực cho lực lượng thu gom phi chính thức, đồng thời giúp người dân có thêm lý do để duy trì thói quen phân loại rác tại nguồn. Khi mỗi mắt xích đều làm đúng vai trò của mình, chuỗi tái chế mới có thể vận hành bền vững về lâu dài", ông Ân nhận định.

Những giá trị phát triển bền vững còn được Vinamilk lan tỏa tới cộng đồng doanh nghiệp và các cơ sở đào tạo thông qua các chương trình tham quan thực tế hoặc các diễn đàn chuyên ngành. Những năm gần đây, doanh nghiệp thường xuyên đón tiếp các đoàn tham quan từ hiệp hội ngành nghề, doanh nghiệp, trường đại học trong và ngoài nước đến tìm hiểu về mô hình sản xuất xanh, phát triển nông nghiệp bền vững và lộ trình Net Zero. Chuyến tham quan của đoàn Hiệp hội Doanh nghiệp Xanh TP.HCM (HGPA) là một ví dụ điển hình cho nỗ lực lan tỏa này.

Ngoài ra, khi triển khai các dự án Cánh rừng Net Zero Vinamilk, Vinamilk cũng chú trọng việc kết hợp tuyên truyền nâng cao nhận thức bảo vệ rừng cho người dân xung quanh, với kỳ vọng tạo ra những tác động tích cực không chỉ cho môi trường mà còn cho sinh kế của cộng đồng địa phương.



Vinamilk tham gia tuyên truyền nâng cao nhận thức bảo vệ rừng cho người dân xung quanh Cánh rừng Net Zero Vinamilk tại Cà Mau (Ảnh: Minh Anh).

Điều Vinamilk đang theo đuổi không phải là mở rộng quy mô của các sáng kiến phát triển bền vững, mà là mở rộng phạm vi tác động của chúng. Khi ngày càng nhiều người cùng tham gia, phát triển bền vững không còn là câu chuyện của một doanh nghiệp mà trở thành giá trị chung của cộng đồng.

“Khi doanh nghiệp đầu tư cho nông dân, nâng chuẩn chuỗi cung ứng, đồng hành cùng người tiêu dùng bảo vệ môi trường, những tác động tạo ra sẽ vượt ra ngoài phạm vi của một doanh nghiệp. Đó chính là nền tảng cho một nền kinh tế

xanh hơn, một cộng đồng khỏe mạnh hơn và một quốc gia có năng lực cạnh tranh bền vững hơn”, ông Minh đúc kết chia sẻ của mình tại VCSF 2026./.

Minh Anh