Tiêu chuẩn Môi trường - Xã hội - Quản trị (ESG) Việt Nam Xanh 2025 đối với ngành Thực phẩm - Đồ uống: Cơ hội và thách thức

TS. Nguyễn Thị Quỳnh Hoa

Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương

ThS. Đỗ Quốc Bình

Trường Đại học Kinh doanh và Công nghệ Hà Nội

Ngành thực phẩm và đồ uống (F&B) đóng vai trò trụ cột trong nền kinh tế Việt Nam nhưng đồng thời hiện cũng đang đối mặt với áp lực môi trường và xã hội vô cùng lớn từ rác thải nhựa, lượng phát thải khí nhà kính và an toàn vệ sinh thực phẩm. Việc áp dụng các tiêu chuẩn Môi trường - Xã hội - Quản trị (ESG) không còn là hoạt động trách nhiệm xã hội đơn thuần mà đã trở thành động lực tái cấu trúc chiến lược và là điều kiện tiên quyết để các doanh nghiệp ngành thực phẩm và đồ uống duy trì năng lực cạnh tranh. Bài báo phân tích tổng quan xu hướng tiêu dùng xanh trên thế giới và tại Việt Nam, nhận diện các cơ hội, thách thức và kết quả đạt được. Thông qua việc phân tích thực tiễn thực thi ESG tại 3 doanh nghiệp đại diện cho 3 phân khúc ngành F&B tiêu biểu gồm: Công ty Cổ phần Acecook Việt Nam (thực phẩm khô/ăn liền), Công ty TNHH Nestlé Việt Nam (đường, bánh kẹo, giải khát) và Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản - Vissan (thực phẩm đông lạnh/chế biến thịt), nghiên cứu làm rõ các mô hình thực hành ESG hiệu quả, từ đó đề xuất các nhóm giải pháp chiến lược hỗ trợ ngành F&B Việt Nam phát triển bền vững.

Từ khóa: *ESG, Thực phẩm và Đồ uống, Acecook Việt Nam, Nestlé Việt Nam, Vissan, Kinh tế tuần hoàn, Bền vững.*

1. Đặt vấn đề

Thực phẩm và đồ uống (F&B) là một trong những ngành kinh tế có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất tại Việt Nam. Theo các số liệu thống kê ngành, quy mô thị trường F&B Việt Nam dự kiến duy trì mức tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) từ 8 - 10% trong giai đoạn 2023-2030, đóng góp lớn vào GDP và giải quyết việc làm cho hàng triệu lao động. Tuy nhiên, đặc thù sản xuất và tiêu dùng F&B tạo ra những hệ lụy môi trường rất lớn: từ bao bì nhựa dùng một lần, nước thải hữu cơ, phụ phẩm nông nghiệp cho đến lượng phát thải khí nhà kính phát sinh trong suốt chuỗi cung ứng (Scope 1, Scope 2 và Scope 3).

Bước sang năm 2025-2026, các hàng rào kỹ thuật xanh và tiêu chí bền vững từ thị trường quốc tế (như cơ chế điều chỉnh biên giới carbon - CBAM của EU, các quy định minh bạch chuỗi cung ứng) cùng sự thay đổi nhanh chóng trong hành vi của người tiêu dùng nội địa đang thúc đẩy ngành F&B chuyển mình mạnh mẽ. Bảng xếp hạng top 10 doanh nghiệp ESG Việt Nam Xanh ngành Thực phẩm - Đồ uống (ESG10) và bảng xếp hạng

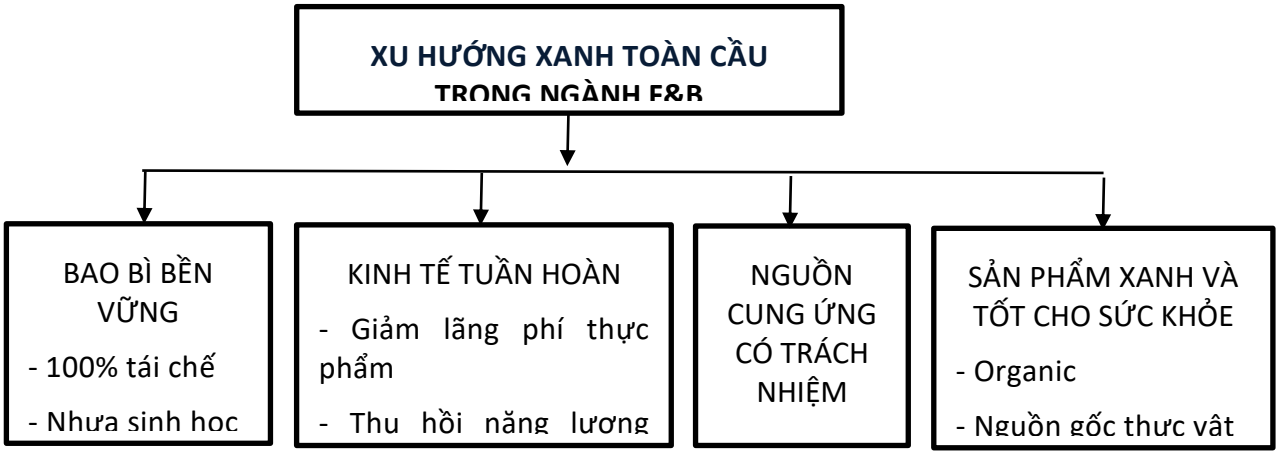
top 10 doanh nghiệp tạo giá trị hàng đầu do Viet Research phối hợp cùng các cơ quan báo chí công bố đã ghi nhận những doanh nghiệp tiên phong tích hợp thành công ESG vào giá trị cốt lõi. Nghiên cứu thực tiễn triển khai ESG tại ba doanh nghiệp lớn đại diện cho ba nhóm sản phẩm khác nhau: Acecook Việt Nam (thực phẩm khô/đồ ăn liền), Nestlé Việt Nam (đường, bánh kẹo, đồ uống) và Vissan (thực phẩm đông lạnh/chế biến từ thịt) có ý nghĩa thiết thực nhằm định hình lộ trình phát triển xanh cho toàn ngành.

2. Xu hướng xanh trong ngành thực phẩm - đồ uống toàn cầu và tại Việt Nam

2.1. Xu hướng xanh toàn cầu

Trên thế giới, ngành sản xuất thực phẩm và nông nghiệp chịu trách nhiệm cho khoảng 1/3 tổng lượng phát thải khí nhà kính toàn cầu. Do đó, xu hướng chuyển đổi xanh trong F&B đang diễn ra quyết liệt trên các phương diện:

1. **Chuyển đổi bao bì bền vững (Sustainable Packaging):** Thay thế nhựa gốc hóa thạch (PET, PP) bằng bao bì có thể tái chế 100%, nhựa phân hủy sinh học (PLA) hoặc vật liệu từ nguồn gốc thực vật.
2. **Kinh tế tuần hoàn và giảm lãng phí thực phẩm (Food Waste Reduction):** Áp dụng công nghệ tận thu phụ phẩm thực phẩm để chế biến thành thức ăn chăn nuôi, phân bón hữu cơ hoặc thu hồi năng lượng Biogas.
3. **Nông nghiệp tái sinh và nguồn cung ứng có trách nhiệm (Responsible Sourcing):** Các tập đoàn đa quốc gia cam kết 100% nguyên liệu đầu vào (cà phê, mầm lúa mạch, thịt, đậu nành) đạt các chứng nhận canh tác không gây mất rừng và bảo vệ đa dạng sinh học.



2.2. Bối cảnh thực thi ESG tại Việt Nam

Tại Việt Nam, làn sóng tiêu dùng xanh đã dịch chuyển từ nhận thức sang hành động thực tế. Khảo sát hành vi tiêu dùng năm 2025 chỉ ra rằng có hơn 72% người tiêu dùng sẵn

sàng trả giá cao hơn cho các sản phẩm thực phẩm có bao bì thân thiện với môi trường hoặc được chứng nhận sản xuất bền vững.

Đồng thời, các chính sách của Nhà nước như Luật Bảo vệ Môi trường (sửa đổi) quy định trách nhiệm mở rộng của nhà sản xuất (EPR) áp dụng đối với bao bì, buộc các doanh nghiệp F&B phải thu gom, tái chế hoặc đóng phí hỗ trợ tái chế. Điều này biến việc thực thi ESG từ một hoạt động mang tính khuyến khích thành một chế tài pháp lý bắt buộc.

3. Thực tế ứng dụng ESG tại 3 doanh nghiệp F&B hàng đầu Việt Nam

Nhóm 3 doanh nghiệp Acecook Việt Nam, Nestlé Việt Nam và Vissan đại diện cho 3 mô hình sản xuất thực phẩm với những đặc thù riêng biệt về nguyên liệu, công nghệ chế biến và chuỗi phân phối.

BA TRỤ CỘT ESG TẠI CÁC DOANH NGHIỆP F&B TIÊN PHONG		
MÔI TRƯỜNG (E)	XÃ HỘI (S)	QUẢN TRỊ (G)
- Chuyển đổi nhiên liệu - Bao bì tái chế / ly giấy - Chuỗi lạnh tiết kiệm năng lượng	- An toàn thực phẩm - An sinh cho lao động - Đồng hành cùng nông dân, cộng đồng	- Hệ thống minh bạch - Chuẩn hóa báo cáo - Quản trị rủi ro chuỗi cung ứng
Thực thi tiêu biểu		
Acecook Việt Nam	Nestlé Việt Nam	Vissan Corp

3.1. Công ty Cổ phần Acecook Việt Nam (Nhóm thực phẩm khô, đồ ăn liền)

Là doanh nghiệp dẫn đầu thị trường mì ăn liền Việt Nam, Acecook Việt Nam đã nhiều năm liên tiếp lọt vào bảng xếp hạng top 50 doanh nghiệp phát triển bền vững tiêu biểu và top 100 doanh nghiệp bền vững (CSI).

- **Trụ cột Môi trường (E):**
    - *Chuyển đổi năng lượng sạch:* Acecook đầu tư chuyển đổi hệ thống lò hơi đốt nhiên liệu hóa thạch (than, FO) sang sử dụng nhiên liệu sinh khối (Biomass) thân thiện với môi trường tại các nhà máy trên toàn quốc, giúp giảm thiểu hàng ngàn tấn phát thải CO_2 mỗi năm.
    - *Cải tiến bao bì:* Doanh nghiệp tiên phong chuyển đổi từ ly nhựa sang ly giấy đối với các sản phẩm mì ly, tô ăn liền, giảm thiểu rác thải nhựa khó phân hủy.

- *Tiết kiệm tài nguyên:* Hệ thống thu hồi nhiệt từ công đoạn chiên mì được tích hợp để tái tạo năng lượng; 100% nước thải sản xuất được xử lý đạt tiêu chuẩn loại A trước khi xả ra môi trường.

- **Trụ cột Xã hội (S):**
  - *Cam kết an toàn thực phẩm:* Đặt tiêu chí "Cook happiness" làm trung tâm, Acecook kiểm soát nghiêm ngặt chỉ số Peroxide value và không sử dụng dầu chiên đi chiên lại nhiều lần.
  - *An sinh và phúc lợi:* Doanh nghiệp đảm bảo môi trường làm việc chuẩn Nhật Bản, duy trì chính sách đãi ngộ tốt và an toàn lao động cho hơn 6.000 cán bộ công nhân viên. Ngoài ra, Acecook tích cực thực hiện các chương trình tài trợ dinh dưỡng cho trẻ em vùng cao, hỗ trợ đồng bào chịu thiên tai.

- **Trụ cột Quản trị (G):**
  - *Quản trị tuân thủ:* Áp dụng hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001, FSSC 22000 và HACCP. Minh bạch hóa thông tin dinh dưỡng và thành phần sản phẩm trên bao bì.
  - *Số hóa quản trị rủi ro:* Đưa vào vận hành hệ thống ERP giúp theo dõi dòng chảy nguyên liệu, quản lý kho bãi thông minh và tối ưu hóa vận tải để giảm thiểu dấu chân carbon.

3.2. Công ty TNHH Nestlé Việt Nam (Nhóm đường, bánh kẹo và đồ uống)

Nestlé Việt Nam được đánh giá là một trong những doanh nghiệp FDI tiêu biểu đi đầu về thực hành ESG, liên tục được vinh danh tại Giải thưởng Rồng Vàng và top doanh nghiệp ESG Việt Nam Xanh ngành F&B.

- **Trụ cột Môi trường (E):**
  - *Cam kết không rác thải ra môi trường (Zero Waste to Landfill):* 100% các nhà máy của Nestlé Việt Nam đạt mục tiêu không phát thải rác thải rắn ra bãi lấp đèo, toàn bộ chất thải rắn sản xuất được phân loại và tái chế/tái sử dụng 100%.
  - *Dự án NESCAFÉ Plan:* Triển khai từ năm 2011, dự án thúc đẩy mô hình nông nghiệp tái sinh, hỗ trợ nông dân Tây Nguyên giảm 40% lượng nước tưới, giảm 20% lượng phân bón hóa học và bảo vệ đa dạng sinh học đất.
  - *Tái chế bao bì:* Nestlé chuyển đổi 100% ống hút nhựa sang ống hút giấy sinh học cho các dòng sản phẩm MILO, đồng thời đặt mục tiêu tái chế và tái sử dụng 95% bao bì vào năm 2025.

- **Trụ cột Xã hội (S):**
    - *Đồng hành cùng cộng đồng nông dân:* Thông qua NESCAFÉ Plan, Nestlé tập huấn kỹ thuật cho hơn 260.000 lượt nông dân, giúp tăng năng suất và thu nhập ổn định từ 30 - 100%.
    - *Trao quyền cho phụ nữ:* Chương trình "Nestlé đồng hành cùng phụ nữ" phối hợp với Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam đẩy mạnh sinh kế bền vững và nâng cao năng lực quản lý kinh tế cho phụ nữ nông thôn.
- **Trụ cột Quản trị (G):**
    - *Chuẩn mực quản trị toàn cầu:* Áp dụng bộ quy tắc ứng xử kinh doanh của Tập đoàn Nestlé toàn cầu, đảm bảo không có hành vi tham nhũng, hối lộ hay vi phạm đạo đức kinh doanh.
    - *Minh bạch báo cáo:* Công bố định kỳ báo cáo bền vững chi tiết với các số liệu phát thải Scope 1, 2, 3 được kiểm toán bởi các tổ chức kiểm toán độc lập uy tín.

3.3. Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản - Vissan (Nhóm thực phẩm đông lạnh và chế biến thịt)

Là doanh nghiệp thuần Việt có bề dày lịch sử trong ngành thực phẩm tươi sống và đông lạnh, Vissan đối mặt với bài toán ESG phức tạp hơn ở chuỗi cung ứng lạnh và chăn nuôi.

- **Trụ cột Môi trường (E):**
    - *Quản lý chuỗi lạnh tiết kiệm năng lượng:* Vissan nâng cấp hệ thống kho lạnh và xe lạnh chuyên dụng ứng dụng môi chất lạnh thế hệ mới có chỉ số làm nóng toàn cầu (GWP) thấp, kết hợp lắp đặt hệ thống biến tần (Inverter) tiết kiệm điện năng.
    - *Xử lý chất thải và bao bì:* Tối ưu hóa dây chuyền đóng gói thực phẩm đông lạnh, giảm độ dày màng nhựa khay chứa; đầu tư hệ thống xử lý nước thải công nghệ sinh học đảm bảo xử lý triệt để lượng hữu cơ thải cao từ lò mổ và nhà máy chế biến.
- **Trụ cột Xã hội (S):**
    - *Cam kết chuỗi 3F (Feed - Farm - Food):* Đảm bảo truy xuất nguồn gốc 100% sản phẩm thịt tươi sống và thịt chế biến, tuyệt đối không chứa chất cấm hay tồn dư kháng sinh, bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng.
    - *Bình ổn thị trường:* Vissan đóng vai trò nòng cốt trong các chương trình bình ổn giá thực phẩm thiết yếu tại TP.HCM và các tỉnh phía Nam, đặc biệt trong các dịp Lễ, Tết.

- **Trụ cột Quản trị (G):**
    - *Cấu trúc quản trị công ty niêm yết:* Vissan áp dụng mô hình quản trị công ty cổ phần hiện đại, tăng cường tỷ lệ thành viên HĐQT độc lập, kiểm soát nội bộ và công bố thông tin công khai trên thị trường chứng khoán.
    - *Số hóa chuỗi cung ứng:* Đưa hệ thống truy xuất nguồn gốc bằng mã QR vào toàn bộ sản phẩm thực phẩm chế biến và đông lạnh, giúp người tiêu dùng dễ dàng kiểm tra nhật ký sản xuất.

4. Đánh giá tổng hợp: Cơ hội, thách thức và kết quả đạt được

4.1. Cơ hội đối với ngành F&B Việt Nam

- **Gia tăng giá trị thương hiệu và mở rộng xuất khẩu:** Các sản phẩm đạt tiêu chuẩn ESG và chứng nhận xanh dễ dàng chinh phục các hệ thống bán lẻ hiện đại trong nước và các thị trường xuất khẩu khó tính như Mỹ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc.
- **Tiếp cận tài chính xanh:** Các doanh nghiệp F&B có hồ sơ ESG minh bạch (như Nestlé hay Acecook) dễ dàng huy động vốn vay từ các quỹ đầu tư tác động và ngân hàng với lãi suất ưu đãi.

4.2. Những thách thức cốt lõi (Nút thắt)

NÚT THẮT CỐT LÕI VÀ KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC KHI THỰC THI ESG	
THÁCH THỨC/ ĐIỂM NGHẼN	KẾT QUẢ MANG LẠI
1. Chi phí bao bì xanh và công nghệ cao hơn 15 - 30% 2. Kiểm soát phát thải chuỗi cung ứng (Scope 3) phức tạp 3. Ý thức tiêu dùng xanh chưa đồng đều giữa các vùng miền	1. Tối ưu chi phí nhờ tiết kiệm năng lượng và giảm tổn thất 2. Nâng cao năng lực cạnh tranh và khả năng tự bảo vệ của thương hiệu 3. Tạo dựng niềm tin bền vững từ người tiêu dùng và cổ đông

1. **Chi phí chuyển đổi cao:** Giá thành vật liệu bao bì phân hủy sinh học hoặc ly giấy hiện vẫn cao hơn từ 15 - 30% so với nhựa truyền thống, tạo áp lực lên biên lợi nhuận của doanh nghiệp.
2. **Đo lường phát thải Scope 3 khó khăn:** Việc thu thập dữ liệu phát thải từ hàng ngàn hộ nông dân, nhà cung cấp nguyên liệu và đối tác vận tải nhỏ lẻ là bài toán rất phức tạp.

3. **Hạ tầng thu gom, tái chế còn hạn chế:** Hệ thống phân loại rác tại nguồn ở Việt Nam chưa đồng bộ, gây khó khăn cho các doanh nghiệp khi triển khai quy định EPR.

5. Kết luận và khuyến nghị giải pháp

5.1. Kết luận

Bức tranh thực hành ESG ngành F&B Việt Nam năm 2025 - 2026 cho thấy chuyển đổi xanh không còn là bài toán lý thuyết mà đã trở thành năng lực cạnh tranh thực tế. Thực tiễn thành công từ Acecook Việt Nam, Nestlé Việt Nam và Vissan khẳng định rằng: mỗi phân khúc ngành F&B đều có thể tìm ra lộ trình ESG phù hợp với đặc thù sản xuất của mình.

5.2. Khuyến nghị giải pháp

1. **Doanh nghiệp F&B:** Cần xây dựng lộ trình ESG thực chất, tránh hiện tượng "tẩy xanh" (Greenwashing); đẩy mạnh hợp tác công - tư (PPP) để giải bài toán thu gom bao bì và xây dựng chuỗi cung ứng nguyên liệu bền vững.
2. **Cơ quan quản lý Nhà nước:** Cần ban hành đồng bộ danh mục phân loại xanh (Green Taxonomy), tạo cơ chế tài chính ưu đãi thuế/tín dụng cho các doanh nghiệp đầu tư công nghệ giảm phát thải; đồng thời hoàn thiện hạ tầng phân loại và xử lý rác thải đô thị để hỗ trợ quy trình EPR.
3. **Người tiêu dùng và cộng đồng:** Cần tiếp tục đẩy mạnh truyền thông nâng cao nhận thức tiêu dùng có trách nhiệm, ủng hộ các thương hiệu cam kết và thực hành ESG minh bạch.

Tài liệu tham khảo

1. Acecook Việt Nam (2025). *Báo cáo Phát triển Bền vững & Chiến lược Môi trường Acecook Việt Nam*. Truy cập từ: https://acecookvietnam.vn/sustainability/
2. Báo Đầu tư (2026). *Công bố Top 10 Doanh nghiệp ESG Việt Nam Xanh 2026 – Ngành Thực phẩm – Đồ uống*. Truy cập từ: https://baodautu.vn/cong-bo-top-10-doanh-nghiep-esg-viet-nam-xanh-2026-nganh-thuc-pham---do-uong-d571721.html
3. Báo Lao Động (2025). "Acecook Việt Nam được vinh danh Top 50 Doanh nghiệp phát triển bền vững tiêu biểu 2025". Truy cập từ: https://laodong.vn/
4. Báo Nông nghiệp & Môi trường (2025). "Acecook Việt Nam 3 năm liên tiếp được vinh danh Top 100 Doanh nghiệp bền vững". Truy cập từ: https://nongnghiepmoitruong.vn/

5. ESG10 Việt Nam (2025). *Công bố Top 10 Doanh nghiệp ESG Việt Nam Xanh 2025 ngành Nông nghiệp công nghệ cao, Thực phẩm - Đồ uống*. Truy cập từ: https://esg10.vn/

6. Nestlé Việt Nam (2025). *Tạo giá trị chung & Khung hành động Phát triển Bền vững Nestlé Việt Nam*. Truy cập từ: https://www.nestle.com.vn/

7. Value10 Việt Nam (2025). *Công bố Top 10 Doanh nghiệp tạo giá trị hàng đầu Việt Nam 2025 ngành Thực phẩm – Đồ uống*. Truy cập từ: https://value10.vn/

8. Vissan Corp (2025). *Báo cáo Thường niên và Báo cáo Quản trị Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản Vissan*. Truy cập từ: https://www.vissan.com.vn/

Environmental - Social - Governance (ESG) Standards Green Vietnam 2025 for the Food and Beverage Industry: Opportunities and challenges

Nguyen Thi Quynh Hoa

Do Quoc Binh

The food and beverage (F&B) industry plays a pivotal role in Vietnam's economy; however, it currently faces immense environmental and social pressures stemming from plastic waste, greenhouse gas emissions and food safety concerns. Adopting Environmental - Social - Governance (ESG) standards has evolved beyond mere corporate social responsibility into a driver for strategic restructuring and a prerequisite for maintaining competitiveness within the industry. This article provides an overview of green consumption trends globally and in Vietnam, identifying associated opportunities, challenges and outcomes. By evaluating practical ESG implementations across three key sub-sector leaders: Acecook Vietnam JSC (dry/instant foods), Nestlé Vietnam Co., Ltd. (confectionery/beverages) and Vietnam Meat Industries JSC - Vissan (frozen/processed meat), the study clarifies effective ESG models and proposes strategic solutions to foster the sustainable development of Vietnam's F&B sector.

Keywords: *ESG, Food and Beverage, Acecook Vietnam, Nestlé Vietnam, Vissan, Circular Economy, Sustainability.*