DOANH NGHIỆP - DOANH NHÂN VIỆT NAM

Hành trình kiến tạo giá trị trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc

Bước vào kỷ nguyên vươn mình của dân tộc, khát vọng xây dựng một Việt Nam hùng cường, thịnh vượng, có vị thế ngày càng cao trên trường quốc tế không chỉ là mục tiêu chiến lược, mà trở thành mệnh lệnh của thời đại. Trong hành trình đó, đội ngũ doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam với tinh thần yêu nước, khát vọng cống hiến và năng lực sáng tạo, đã và đang giữ vai trò đặc biệt quan trọng.

Nhiều nghị quyết, chủ trương lớn của Đảng đã khẳng định vị trí, vai trò của kinh tế tư nhân là động lực quan trọng của nền kinh tế. Quan điểm nhất quán ấy thể hiện tầm nhìn chiến lược, phù hợp với quy luật phát triển của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, đồng thời tạo hành lang chính sách thuận lợi để mọi thành phần kinh tế cùng phát triển, cạnh tranh lành mạnh và đóng góp cho đất nước. Sự lớn mạnh của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam gắn liền với vai trò kiến tạo, điều hành của Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa. Quốc hội không ngừng hoàn thiện thể chế; Chính phủ kiến tạo, liêm chính, hành động; các bộ, ngành, địa phương đẩy mạnh cải cách hành chính, cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh… đã tạo nền tảng quan trọng để doanh nghiệp an tâm đầu tư, mở rộng sản xuất, đổi mới sáng tạo.

Thực tiễn cho thấy, đội ngũ doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam đã và đang khẳng định vai trò là "trụ cột" của nền kinh tế. Hàng triệu doanh nghiệp hoạt động trên khắp các lĩnh vực tạo việc làm cho hàng chục triệu lao động, đóng góp quan trọng vào ngân sách nhà nước, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nâng cao năng lực sản xuất và sức cạnh tranh quốc gia. Không chỉ là lực lượng tạo ra tăng trưởng GDP, doanh nghiệp còn là nơi kết tinh trí tuệ, công nghệ, quản trị hiện đại và tinh thần đổi mới sáng tạo, những yếu tố then chốt của phát triển bền vững trong bối cảnh toàn cầu hóa sâu rộng.

Điểm nổi bật của doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn hiện nay chính là sự chuyển biến mạnh mẽ trong tư duy phát triển: từ mục tiêu đơn thuần là tăng trưởng và lợi nhuận,

sang kiến tạo giá trị tổng hòa cho kinh tế, xã hội và môi trường. Nhiều doanh nghiệp nhà nước giữ vai trò dẫn dắt trong các lĩnh vực hạ tầng, năng lượng, tài chính, viễn thông; doanh nghiệp tư nhân vươn lên mạnh mẽ, trở thành các tập đoàn kinh tế lớn, có khả năng cạnh tranh khu vực và quốc tế; doanh nghiệp FDI tiếp tục là cầu nối quan trọng trong chuyển giao công nghệ, tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu. Cùng với đó, là sự đóng góp không nhỏ của lực lượng doanh nhân kiều bào trở về cống hiến cho quê hương.

Ở mỗi khu vực, mỗi loại hình sở hữu, đều có thể nhận diện rõ dấu ấn của tinh thần trách nhiệm xã hội, đạo đức kinh doanh và khát vọng phụng sự Tổ quốc. Doanh nhân Việt Nam hôm nay không chỉ là người tổ chức sản xuất, kinh doanh, mà còn là người kiến tạo hệ sinh thái phát triển, tiên phong đổi mới mô hình tăng trưởng, thúc đẩy kinh tế xanh, kinh tế số, kinh tế tuần hoàn; đồng thời tích cực tham gia các hoạt động an sinh xã hội, xóa đói giảm nghèo, xây dựng nông thôn mới, bảo vệ môi trường và chăm lo cho người lao động.

Trong bối cảnh kinh tế thế giới nhiều biến động, doanh nghiệp Việt Nam đã thể hiện bản lĩnh, khả năng thích ứng và tinh thần đồng hành cùng đất nước. Từ việc duy trì sản xuất, bảo đảm việc làm, đến việc tham gia các chương trình phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội, cộng đồng doanh nghiệp đã trở thành lực lượng xung kích trên mặt trận kinh tế, góp phần giữ vững ổn định vĩ mô, bảo đảm an sinh xã hội và củng cố niềm tin của Nhân dân. Với tinh thần đó, chuyên mục ***"Doanh nghiệp - doanh nhân: Hành trình kiến tạo giá trị"*** trong ấn phẩm **"Việt Nam - Kỷ nguyên vươn mình"** được xây dựng nhằm tôn vinh những doanh nghiệp, doanh nhân tiêu biểu đã và đang đóng góp thiết thực cho sự phát triển của nền kinh tế quốc dân và sự tiến bộ của xã hội. Mỗi câu chuyện được giới thiệu không chỉ là tấm gương thành công trong kinh doanh, mà còn minh chứng sinh động cho tinh thần yêu nước, ý chí tự cường, khát vọng vươn lên và trách nhiệm của đội ngũ doanh nhân Việt Nam.

Trong kỷ nguyên mới, khi thời cơ và thách thức đan xen, đất nước cần hơn bao giờ hết một cộng đồng doanh nghiệp lớn mạnh, liêm chính, sáng tạo và giàu trách nhiệm. Đồng hành cùng Đảng, Nhà nước và Nhân dân, doanh nghiệp - doanh nhân Việt Nam chính là lực lượng quan trọng góp phần hiện thực hóa khát vọng phát triển đất nước phồn vinh, hạnh phúc; đưa Việt Nam vững bước tiến vào tương lai, tự tin khẳng định vị thế trên bản đồ kinh tế thế giới.

BRG GROUP

TĂNG NỘI LỰC, TẠO ĐỘT PHÁ

ĐỂ KINH TẾ TƯ NHÂN TRỞ THÀNH MỘT ĐỘNG LỰC QUAN TRỌNG NHẤT





Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04/5/2025 của Bộ Chính trị khẳng định: kinh tế tư nhân là một động lực quan trọng nhất của nền kinh tế quốc gia. Hưởng ứng tinh thần đó, nhiều doanh nghiệp tiêu biểu như Tập đoàn BRG đang tiên phong đổi mới sáng tạo, phát triển bền vững, góp phần hiện thực hóa khát vọng đưa Việt Nam trở thành quốc gia phát triển vào năm 2045.







Làm thế nào để kinh tế tư nhân trở thành một động lực quan trọng nhất của nền kinh tế?

Kinh tế tư nhân đang chứng minh vai trò trọng yếu qua những con số ấn tượng: đóng góp khoảng 50% GDP, 56% tổng vốn đầu tư toàn xã hội, hơn 30% tổng thu ngân sách nhà nước và đặc biệt là tạo ra hơn 82% việc làm. Đây chính là minh chứng sinh động cho tinh thần "động lực quan trọng nhất" mà Nghị quyết số 68-NQ/TW đã chỉ rõ.

Bước vào giai đoạn phát triển mới, khi Việt Nam đặt mục tiêu trở thành quốc gia phát triển vào năm 2045, vai trò của khu vực kinh tế tư nhân càng trở nên quan trọng hơn bao giờ hết. Doanh nghiệp tư nhân chính là lực lượng năng động nhất, sẵn sàng thích ứng nhanh với thay đổi của thị trường, có sức cạnh tranh cao và đóng vai trò quan trọng trong tiến trình công nghiệp hóa - hiện đại hóa đất nước.

Để kinh tế tư nhân thực sự trở thành động lực quan trọng nhất của nền kinh tế đòi hỏi sự nỗ lực không ngừng nghỉ của toàn cộng đồng doanh nghiệp tư nhân Việt Nam, cùng nhau liên kết, hợp tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp hướng về giá trị cốt lõi: hỗ trợ lẫn nhau để phát triển, ưu tiên sản phẩm Việt Nam, không ngừng đổi mới sáng tạo, nâng tầm nhìn và khát vọng để góp sức vào tăng trưởng kinh tế, tạo công ăn việc làm, thực hiện tốt chính sách an sinh xã hội. Đặc biệt, làm giàu chính đáng, hợp pháp, thể hiện tinh thần trách nhiệm với đất nước.

Tinh thần này cùng với sự đồng lòng của các doanh nhân tiêu biểu và sự quan tâm, tạo điều kiện của Đảng và Nhà nước chính là nền tảng vững chắc để kinh tế tư nhân trở thành động lực quan trọng nhất, góp phần hiện thực hóa khát vọng phát triển bền vững, thịnh vượng của dân tộc Việt Nam.

Hành động thiết thực của Tập đoàn BRG

Từ những tư tưởng lớn được Đảng và Nhà nước khẳng định trong Nghị quyết số 68-NQ/TW đến những hành động cụ thể của các doanh nghiệp tiêu biểu như Tập đoàn BRG, vai trò quan trọng của kinh tế tư nhân trong tiến trình phát triển kinh tế thị trường hiện đại và bền vững càng được khẳng định rõ nét.

Trải qua hơn 30 năm phát triển với hệ sinh thái đa dạng từ khách sạn, vui chơi giải trí, bán lẻ, sản xuất và thương mại dịch vụ đến bất động sản, tài chính, sân gôn… Tập đoàn BRG luôn hướng đến mục tiêu phát triển bền vững, xem đầu tư vào khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số là chiến lược lâu dài, làm chủ tương lai, đóng góp cho sự phát triển chung của xã hội.



Tập đoàn BRG và Ngân hàng SeABank ký kết thỏa thuận hợp tác với Đại học Quốc gia Hà Nội nhằm tận dụng thế mạnh của 3 bên để thúc đẩy phát triển khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số.



Thành phố thông minh Bắc Hà Nội được lựa chọn là một trong 80 dự án trọng điểm cấp Quốc gia khởi công nhân nhằm hướng tới kỷ niệm 80 năm Cách mạng Tháng Tám thành công và Quốc khánh 2/9.

Vừa qua, Tập đoàn BRG và Ngân hàng SeABank ký Thỏa thuận hợp tác phát triển khoa học công nghệ với Đại học Quốc gia Hà Nội, nhằm phát huy trí tuệ, tâm huyết của đội ngũ nhà khoa học thuộc Đại học Quốc gia Hà Nội và kinh nghiệm thực tiễn cũng như tiềm lực của Tập đoàn BRG và Ngân hàng SeABank vì mục tiêu thúc đẩy đột phá khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. Đây là ba trụ cột được xác định là nguồn động lực chính đưa đất nước tiến xa trên con đường hiện thực hóa khát vọng phát triển, hướng đến mục tiêu trở thành nước công nghiệp hiện đại vào năm 2030 và nước phát triển, thu nhập cao vào năm 2045.

Kiên định với triết lý phát triển doanh nghiệp không chỉ hướng tới lợi ích kinh tế, mà còn phải gắn liền với trách nhiệm xã hội và sự phát triển bền vững của đất nước, Tập đoàn BRG đã và đang nỗ lực không ngừng với mục tiêu nâng cao chất lượng sống cho người dân để người dân được hưởng những gì tinh hoa nhất của thế giới ngay trên mảnh đất quê hương mình. Dự án Thành phố thông minh Bắc Hà Nội mà Tập đoàn BRG đang triển khai cùng đối tác chiến lược Tập đoàn Sumitomo của Nhật Bản sẽ là biểu tượng cho khả năng ứng dụng khoa học công nghệ tiên tiến trong phát triển đô thị, hướng tới mục tiêu trở thành đô thị trung hòa các-bon đầu tiên của Việt Nam và thế giới. Một đô thị xanh, đẹp, thông minh, hiện đại và đẳng cấp của khu vực.

Tinh thần phát triển bền vững được BRG thể hiện rõ nét qua việc đảm bảo ba trụ cột của phát triển bền vững, đó là: tăng trưởng kinh tế hiệu quả, thực hiện tiến bộ công bằng xã hội và bảo vệ môi trường. Các hoạt động thúc đẩy bình đẳng giới, kinh tế tuần hoàn, tăng trưởng xanh cũng như cam kết bảo vệ môi trường của doanh nghiệp là những hành động thiết thực góp phần hiện thực hóa tinh thần Nghị quyết số 68-NQ/TW.

Triết lý "Sẻ chia là hạnh phúc" không chỉ là khẩu hiệu mà còn là hành động cụ thể khi Tập đoàn BRG tích cực tham gia các chương trình an sinh xã hội, hỗ trợ người nghèo, trao tặng nhà tình nghĩa và góp phần xây dựng cộng đồng bền vững, khẳng định vai trò doanh nghiệp kiểu mẫu với trách nhiệm xã hội cao.

Với khát vọng vươn lên mạnh mẽ, tư duy đổi mới và hành động cụ thể, những doanh nghiệp tiêu biểu như Tập đoàn BRG đang góp phần hiện thực hóa tinh thần Nghị quyết số 68-NQ/TW, khẳng định kinh tế tư nhân là một động lực quan trọng nhất trong công cuộc xây dựng Việt Nam phát triển hùng cường, hiện đại và bền vững. ★



Công ty Cổ phần Đầu tư Phát triển Thành phố thông minh Bắc Hà Nội trao 01 tỷ đồng ủng hộ hoạt động an sinh - xã hội của xã Vĩnh Thanh, TP. Hà Nội.

TIẾN SĨ
NGUYỄN ĐỨC THUẬN





Kiến tạo nền quản trị doanh nghiệp vì một Việt Nam hùng cường

ĐẶNG HOA



Lễ ký kết Thỏa thuận hợp tác giữa các câu lạc bộ và đơn vị thành viên VACD.

Mang trong mình phẩm chất người lính kỷ luật, trách nhiệm và sự tận tụy, TS. Nguyễn Đức Thuận dành cả đời mình để kiến tạo một nền quản trị doanh nghiệp hiện đại, nhân văn, góp phần vun đắp khát vọng đưa doanh nghiệp Việt Nam vươn tới vị thế quốc tế. Trên cương vị Chủ tịch Tập đoàn Long Biên và Chủ tịch Hội Các nhà quản trị doanh nghiệp Việt Nam (VACD), ông không chỉ là nhà quản lý mà còn là người thầy, người truyền cảm hứng cho cộng đồng doanh nghiệp trong hành trình đổi mới và hội nhập.





Hội các Nhà quản trị doanh nghiệp Việt Nam ra mắt Ban Chấp hành nhiệm kỳ 2024 - 2029.

> Sức mạnh của nền kinh tế nằm ở từng doanh nghiệp, và sức mạnh của doanh nghiệp bắt đầu từ năng lực quản trị".

Người chỉ huy bản lĩnh trên mặt trận kinh doanh

Những ngày tháng Mười, khi cả cộng đồng doanh nghiệp hướng về Ngày Doanh nhân Việt Nam, TS. Nguyễn Đức Thuận, Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Long Biên, Chủ tịch Hội các Nhà quản trị doanh nghiệp Việt Nam (VACD) vẫn miệt mài với các cuộc họp liên tục. Ông cùng cộng sự tại VACD đang tập trung hoàn thiện Viện Nghiên cứu và Chiến lược quản trị doanh nghiệp; đồng thời, triển khai đề tài đánh giá giá trị tài sản số, một lĩnh vực mang tầm chiến lược trong kỷ nguyên chuyển đổi số. Dưới sự dẫn dắt của ông, Hội Các nhà quản trị doanh nghiệp Việt Nam (VACD) trở thành không gian kết nối và đối thoại hiệu quả giữa doanh nghiệp với cơ quan hoạch định chính sách. Hội còn tích cực đóng góp ý kiến xây dựng các văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến doanh nghiệp, đồng thời tổ chức những diễn đàn tư vấn pháp lý, tháo gỡ khó khăn và hỗ trợ doanh nghiệp phục hồi sau giai đoạn biến động kinh tế.

Ông luôn tin rằng: "Sức mạnh của nền kinh tế nằm ở từng doanh nghiệp, và sức mạnh của doanh nghiệp bắt đầu từ năng lực quản trị". Theo ông, khi doanh nghiệp biết cách quản lý con người, tài sản, công nghệ và tri thức thì có thể đi rất xa. Niềm tin đó là sợi chỉ xuyên suốt trong mọi hành trình ông từng đi qua - từ người lính, nhà quản lý trong quân đội, cho tới doanh nhân gắn bó với cộng đồng quản trị.

Ở tuổi mà nhiều người chọn sự an nhàn, TS. Nguyễn Đức Thuận vẫn giữ nhịp sống hăng say như thuở thanh xuân. Ông chia sẻ: "mình đã quen với cường độ làm việc của người lính - khi còn sức, còn trí tuệ, thì phải cống hiến". Từng 40 năm công tác trong quân đội và 25 năm làm lãnh đạo Tổng Công ty Kinh tế Kỹ thuật công nghiệp quốc phòng và Binh đoàn 12 - Tổng Công ty Xây dựng Trường Sơn, TS. Nguyễn Đức Thuận thấm nhuần giá trị của kỷ luật, trách nhiệm và tinh thần bất khuất. Những phẩm chất ấy được ông mang nguyên vẹn sang thương trường, nơi ông luôn nhắc tới ba chữ "kỷ luật, minh bạch, nhân văn" như kim chỉ nam. Với ông, "làm việc gì cũng phải có kế hoạch, có chiến lược, có trách nhiệm đến cùng". Và cũng chính tinh thần ấy, qua hơn hai thập niên, đã định hình nên một nhà lãnh đạo doanh nghiệp bản lĩnh, một nhà quản trị tâm huyết với công cuộc kiến tạo nền tảng phát triển bền vững cho đất nước.



Hội nghị Ban Chấp hành Hội Các nhà quản trị doanh nghiệp Việt Nam nhiệm kỳ 4 lần 2 mở rộng, ngày 09/3/2025.

Hành trình kiến tạo: Từ ý tưởng táo bạo đến hiện thực

Trong giai đoạn 2005 - 2010, khi nền kinh tế Việt Nam mở của mạnh mẽ và các doanh nghiệp quốc phòng bắt đầu tham gia sâu vào sản xuất, TS. Nguyễn Đức Thuận nhận thấy một thực tế: nhiều đơn vị vẫn còn vướng cơ chế, thiếu linh hoạt trong tiếp cận công nghệ và hợp tác quốc tế. Từ đó, trong ông hình thành khát vọng xây dựng một doanh nghiệp



Lễ khởi công dự án Cụm công nghiệp Thanh Đa, xã Thanh Đa, huyện Phúc Thọ, Hà Nội (nay là xã Hát Môn), ngày 11/4/2023.

dân sự có khả năng kết nối, làm cầu nối giữa doanh nghiệp Việt Nam và thế giới.

Dám nghĩ - dám làm, năm 2005, Tập đoàn Long Biên chính thức được thành lập. Tập đoàn không chỉ là một tổ chức kinh tế, mà là hiện thân của tầm nhìn chiến lược: tạo ra cơ chế linh hoạt, thu hút nhân tài, tiếp cận tri thức và công nghệ quốc tế, đồng thời hỗ trợ các doanh nghiệp trong nước, đặc biệt là những đơn vị cổ phần hóa từ quân đội, vượt qua giai đoạn chuyển đổi. Tập đoàn Long Biên được hoạch định như một "cánh tay nối dài" của doanh nghiệp Việt trong hành trình hội nhập. Mục tiêu đó không hướng đến lợi nhuận ngắn hạn. Thay vào đó, Long Biên tập trung vào xây dựng năng lực lõi: quản trị rủi ro, tiếp nhận và phát triển nhân lực kỹ thuật, cải tiến quy trình vận hành, và đặc biệt là nỗ lực đưa tri thức quản trị vào thực tiễn doanh nghiệp vốn còn nhiều lúng túng. "Long Biên không ra đời vì mục tiêu lợi nhuận đơn thuần mà để trở thành cánh tay nối dài cho các doanh nghiệp nhà nước, giúp họ vươn ra quốc tế, tiếp cận tri thức và công nghệ hiện đại", ông Thuận khẳng định.

Khi chính thức nghỉ hưu năm 2017, thay vì nghỉ ngơi, ông quay trở lại điều hành Long Biên với khát vọng mới: tái cấu trúc toàn diện tập đoàn theo hướng đa ngành, hội nhập sâu với nền kinh tế thế giới. Từ một đơn vị chuyên tư vấn kỹ thuật chuyên về chuyển giao công nghệ, xuất nhập khẩu vật tư thiết bị kỹ thuật, đầu tư xây dựng hạ tầng kỹ thuật...; thi công hạ tầng kỹ thuật các khu công nghiệp, cụm công nghiệp; một số công ty thành viên tham gia thi công xây lắp các công trình xây dựng dân dụng và công nghiệp, công trình giao thông, công trình hạ tầng kỹ thuật, cung cấp thiết bị và thi công các hệ thống điều hòa không khí, thang máy, thiết bị phòng cháy chữa cháy, thiết bị quản lý tòa nhà BMS, hệ thống điện, điện nhẹ,... Dưới sự dẫn dắt của TS. Nguyễn Đức Thuận, Tập đoàn Long Biên chuyển mình mạnh mẽ, mở rộng lĩnh hoạt động từ hạ tầng - kỹ thuật công nghiệp khu công nghiệp, cụm công nghiệp để mở đường đón các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Tập đoàn còn thành lập các công ty con và công ty liên kết để hoạt động kinh doanh đa ngành, đa lĩnh vực như: kinh doanh bất động sản, xây lắp, khai thác và chế biến khoáng sản, du lịch, thương mại điện tử, kinh doanh xuất nhập khẩu vật tư đặc chủng... nhằm mang đến các hàng hóa, dịch vụ giá rẻ, chất lượng cao cho khách hàng.

Đặc biệt, trong chiến lược phát triển của mình, Tập đoàn tiếp nhận nhiều doanh nghiệp quân đội sau cổ phần hóa. Tập đoàn Long Biên tiến hành mua lại cổ phần chi phối, tái cơ cấu bộ máy, giữ lại nhân lực cốt lõi và đào tạo lại. Mô hình đó giúp bảo tồn năng lực kỹ thuật quốc phòng, chuyển hóa kinh nghiệm người lính thành năng lực sản xuất dân sự có sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Câu chuyện hồi sinh của Công ty Cổ phần 289 Trường Sơn và việc tiếp nhận đội ngũ kỹ sư nổ mìn của METCO là minh chứng. Từ nguy cơ giải thể và thất nghiệp, các đơn vị này đã được tái tạo, chuyển hướng hoạt động, mở rộng thị trường và khẳng định năng lực trên trường quốc tế. Đó là chiến lược vừa mang tính kinh tế vừa mang tính xã hội cao, bảo vệ sinh kế, giữ nghề và phát huy năng lực quốc gia "Một vị tướng quân giỏi đến đâu cũng không thể một mình thắng trận. Tôi không thể có ba đầu sáu tay để ứng phó tất cả mọi việc, cũng không thể thành công nếu như ngày hôm qua, hôm nay



Công ty Cổ phần Kinh tế Kỹ thuật BQP (METCO) là một trong những nhà thầu thực hiện bệ dàn ngoài khơi Vietsovpetro.

và mai sau không có những cộng sự là những chuyên gia, nhà quản lý và đội ngũ cán bộ chuyên nghiệp trong Tập đoàn", ông Thuận chia sẻ.

Nhờ tầm nhìn đó, Long Biên từ một doanh nghiệp nhỏ chỉ có trong tay vài chục nhân sự, nay trở thành Tập đoàn quy tụ hàng trăm cán bộ, kỹ sư và chuyên gia đầu ngành, với doanh thu tăng trưởng ấn tượng, từ 20 tỷ đồng năm 2007 lên hàng ngàn tỷ đồng hiện nay, dự kiến đạt 5.000 tỷ đồng trong 05 năm tới.

Cùng với tăng trưởng kinh tế, Tập đoàn Long Biên còn luôn đặt trách nhiệm xã hội lên hàng đầu: đầu tư vào các dự án xanh, giảm phát thải, mở rộng mảng cây xanh trong khu công nghiệp; đồng thời thường xuyên tổ chức hoạt động thiện nguyện, hỗ trợ học sinh nghèo, xây nhà tình nghĩa, góp phần lan tỏa tinh thần nhân ái.

TS. Nguyễn Đức Thuận quan niệm, doanh nghiệp có lãi là điều cần, nhưng chỉ có giá trị khi lợi nhuận gắn liền với lợi ích cộng đồng. "Một doanh nghiệp lớn không đo bằng quy mô tài sản, mà bằng tầm ảnh hưởng tích cực đối với xã hội", ông nói. Chính vì vậy, Long Biên trở thành một trong những tập đoàn tiên phong trong thực hiện mô hình "phát triển bền vững" gắn với các tiêu chí ESG (môi trường - xã hội - quản trị). Hướng đi này không chỉ giúp tập đoàn nâng cao uy tín thương hiệu mà còn thu hút nguồn vốn đầu tư quốc tế, tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững cho doanh nghiệp Việt trên trường toàn cầu.

Tư duy quản trị và tầm nhìn vì một Việt Nam hùng cường

Đằng sau những con số, những thành tựu rực rỡ của Tập đoàn Long Biên là cả một hành trình tư duy quản trị được TS. Nguyễn Đức Thuận, Chủ tịch Tập đoàn đúc kết qua hàng chục năm dẫn dắt doanh nghiệp và gắn bó với cộng đồng doanh nhân trong, ngoài nước. Với ông, doanh nghiệp muốn trường tồn phải dựa trên ba trụ cột: "Quản trị minh bạch - con người trung tâm - trách nhiệm xã hội".

Theo ông, nhiều doanh nghiệp Việt Nam hiện vẫn đang loay hoay trong bài toán quản trị. Việt Nam là thị trường trẻ, giàu tiềm năng khởi nghiệp, song phần lớn doanh nghiệp vẫn vận hành dựa trên kinh nghiệm cá nhân, thiếu quy trình chuyên nghiệp và năng lực quản lý rủi ro còn hạn chế. Không ít doanh nghiệp sản xuất theo khả năng sẵn có thay vì nghiên cứu kỹ nhu cầu thị trường, trong khi đó, tại các quốc gia phát triển, doanh nghiệp luôn lấy khách hàng làm trung tâm, biến thị trường thành nơi gặp gỡ giữa người bán, người mua và người sản xuất.

Một thực tế đáng chú ý khác là nhiều doanh nghiệp Việt chưa chú trọng ứng dụng công nghệ, đặc biệt là công nghệ 4.0 vào quá trình vận hành và quản trị. "Không ít doanh nghiệp dù có tiềm lực nhưng chưa nhận thức đầy đủ về tầm quan trọng của công nghệ, khiến năng lực cạnh tranh bị hạn chế", Chủ tịch VACD nhấn mạnh. Theo ông, để tồn tại và phát triển, doanh nghiệp buộc phải đổi mới mô hình quản trị, ứng dụng công nghệ để nâng cao hiệu quả trong mọi khâu, từ quản lý tài chính, hợp đồng đến vận hành sản xuất.

Bên cạnh yếu tố công nghệ, TS. Nguyễn Đức Thuận cho rằng vai trò của người đứng đầu mang tính quyết định. Nhiều CEO Việt Nam hiện vẫn coi vị trí lãnh đạo là "chức danh" hơn là "nghề nghiệp". "Không phải cứ có tiền là kinh doanh thành công, bởi tiền chỉ giúp một người trở thành ông chủ. Muốn phát triển bền vững, người làm chủ phải có phẩm chất của nhà lãnh đạo và kỹ năng của nhà quản trị", ông khẳng định. Nhà lãnh đạo giỏi là người biết phân tích lợi thế cạnh tranh, nhận diện điểm mạnh, điểm yếu, đồng thời kiểm soát rủi ro ở mọi khía cạnh. Thực tế cho thấy, không ít doanh nghiệp thất bại chỉ vì yếu kém trong quản trị.

Tại Long Biên, ứng dụng công nghệ và quản trị rủi ro được coi là hai trụ cột chiến lược. Khi tỷ giá biến động mạnh, trong khi nhiều doanh nghiệp đối mặt nguy cơ thua lỗ, Long Biên đã chủ động mua bảo hiểm tỷ giá, đảm bảo hoạt động kinh doanh ổn định. Trong các lĩnh vực nhạy cảm như xây dựng hay sản xuất công nghiệp, tập đoàn luôn duy trì đội ngũ kỹ thuật an toàn và các gói bảo hiểm công trình nghiêm ngặt. "Lãnh đạo không cần giỏi toàn diện, nhưng phải biết xây dựng bộ máy, quy tụ những người giỏi nhất trong từng lĩnh vực", ông Thuận chia sẻ.

Tập đoàn Long Biên còn tiên phong trong ứng dụng công nghệ 4.0. Hệ thống quản lý hợp đồng, thanh toán quốc tế, lưu trữ tài liệu và trí tuệ nhân tạo (AI) trong kiểm soát vận hành giúp tập đoàn giảm thiểu nhân sự mà vẫn đảm bảo tính chính xác tuyệt đối. Nhờ đó, Long Biên giảm 20%

> Hãy làm kinh doanh bằng trí tuệ, nhưng hãy sống và lãnh đạo bằng trái tim Việt Nam.

nhân sự hành chính nhưng tăng hơn 40% hiệu suất công việc. Tuy nhiên, theo ông Thuận, "cái cốt lõi của mọi mô hình quản trị vẫn là con người". Triết lý "quản trị nhân văn" được ông Thuận đặt lên hàng đầu, coi đó là nền tảng để kiến tạo một tổ chức hạnh phúc cho người lao động. Ông quan niệm, nhân văn trong quản trị doanh nghiệp bắt đầu từ văn hóa doanh nghiệp - nơi thương hiệu, uy tín thể hiện ra bên ngoài, còn bên trong là cách con người ứng xử với nhau. "Người đứng đầu phải luôn đặt mình vào vị trí đối tác, nhân viên để thấu hiểu và sẻ chia", ông nói.

Nguyên tắc thu hút nhân tài của Long Biên được xây dựng trên ba trụ cột: được tôn trọng, được phát huy năng lực và có thu nhập xứng đáng. Môi trường làm việc toàn diện của Tập đoàn không chỉ chú trọng điều kiện vật chất, pháp lý mà còn nuôi dưỡng mối quan hệ nhân văn giữa các bên. Khi nhân viên mắc lỗi, Lãnh đạo Tập đoàn Long Biên tạo cơ hội sửa sai nhưng vẫn đảm bảo kỷ luật kiểm soát. Mỗi quyết định liên quan đến con người đều được cân nhắc đến tác động đối với họ và gia đình, giúp người lao động yên tâm cống hiến và gắn bó dài lâu. "Lợi nhuận là kết quả tất yếu, nhưng chỉ khi quản trị được rủi ro, ứng dụng công nghệ và xây dựng văn hóa nhân văn, doanh nghiệp mới có thể đi xa", ông Thuận khẳng định.

Về chiến lược phát triển tổ chức, ông đề cập năm yếu tố cốt lõi: có chiến lược sản phẩm ổn định; bộ máy quản lý phù hợp; nguồn vốn đủ mạnh; quy chế quản trị thu hút nhân tài; và tinh thần cống hiến cho xã hội. Theo ông, phát triển bền vững là mục tiêu trung tâm mà Tập đoàn Long Biên hướng đến. Nền tảng phát triển bền vững của Tập đoàn dựa trên các nguyên tắc: đầu tư thông minh và an toàn, tuân thủ nghiêm pháp luật, áp dụng quản trị chiến lược và xây dựng đội ngũ nhân sự trung thành, chuyên nghiệp.

Trong thế giới kinh doanh ngày càng biến động, triết lý sống và làm việc của TS. Nguyễn Đức Thuận vẫn luôn nhất quán: "Lãnh đạo không chỉ để dẫn dắt, mà để phụng sự". Ở ông, người ta tìm thấy sự



Diễn đàn Quản trị Doanh nghiệp Việt Nam 2024.

kết hợp hiếm có giữa trí tuệ học thuật, bản lĩnh thương trường và lòng yêu nước nồng nàn. Ông từng khẳng định: "Nếu người lính sẵn sàng hy sinh để bảo vệ Tổ quốc, thì người doanh nhân phải dấn thân để kiến tạo sự phồn vinh cho đất nước".

Tinh thần ấy đã lan tỏa mạnh mẽ trong cộng đồng doanh nhân Việt Nam. Dưới sự dẫn dắt của ông, nhiều thế hệ nhà quản trị trẻ đã trưởng thành, tự tin khẳng định bản lĩnh và trí tuệ Việt Nam trên thương trường. Họ không chỉ học từ ông về chiến lược quản trị, mà còn về thái độ sống, về lòng tự tôn dân tộc và trách nhiệm xã hội - những giá trị cốt lõi mà ông luôn coi trọng.

Bên cạnh công tác nghiên cứu và quản trị doanh nghiệp, TS. Nguyễn Đức Thuận còn dành nhiều thời gian cho hoạt động xã hội, từ thiện và hỗ trợ khởi nghiệp. Ông quan niệm rằng, doanh nhân không thể chỉ sống cho mình, mà phải sống cho cộng đồng, cho những giá trị chung của xã hội. Dưới sự khởi xướng của ông, nhiều chương trình hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, dự án đào tạo quản trị cho thanh niên khởi nghiệp đã được triển khai, góp phần bồi dưỡng lớp doanh nhân kế cận - lực lượng nòng cốt của nền kinh tế tương lai.

Không dừng lại ở đó, TS. Nguyễn Đức Thuận luôn trăn trở về việc xây dựng "chuẩn mực quản trị Việt Nam" - một mô hình quản trị vừa phù hợp với văn hóa, vừa đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế. Ông cho rằng, doanh nghiệp Việt không thể đi mãi trên con đường học hỏi người khác; đã đến lúc cần khẳng định bản sắc quản trị Việt - nơi kết hợp hài hòa giữa "tinh thần kỷ luật, trí tuệ sáng tạo và lòng nhân ái". Đó cũng là thông điệp mà ông gửi gắm đến thế hệ doanh nhân trẻ: "Hãy làm kinh doanh bằng trí tuệ, nhưng hãy sống và lãnh đạo bằng trái tim Việt Nam". ★



ANH HÙNG LAO ĐỘNG

TRẦN MẠNH BÁO

"Người thắp lửa" cho nền nông nghiệp Việt Nam

Hành trình từ một cán bộ kỹ thuật trẻ tuổi đến nhà lãnh đạo doanh nghiệp xuất sắc; từ nhà khoa học uyên bác đến ngọn lửa truyền cảm hứng cho muôn trái tim của Anh hùng Lao động Trần Mạnh Báo không chỉ là câu chuyện cá nhân về ý chí vươn lên mà còn là biểu tượng sống động của tinh thần tự cường dân tộc trong kỷ nguyên mới – kỷ nguyên vươn mình của dân tộc.



Trong dòng chảy lịch sử đầy tự hào của dân tộc Việt Nam, những con người xuất chúng không chỉ được định hình bởi tài năng cá nhân mà còn bởi khát vọng cống hiến cho cộng đồng. Anh hùng Lao động Trần Mạnh Báo - Chủ tịch Hội đồng Quản trị Công ty Cổ phần Tập đoàn ThaiBinh Seed chính là một biểu tượng sống động của tinh thần thần ấy. Ông đã hiến dâng trọn vẹn một đời người cho sứ mệnh cao cả: nghiên cứu, phát triển, bảo tồn và nâng tầm hạt giống Việt Nam.



Anh hùng Lao động Trần Mạnh Báo, Chủ tịch ThaiBinh Seed tặng Ủy viên Bộ Chính trị, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính bông lúa 1.247 hạt trong buổi Tọa đàm với doanh nghiệp về thực hiện hiệu quả Nghị quyết số 68-NQ/TW của Bộ Chính trị, ngày 31/5/2025.

Từ chiến trường đến cánh đồng gieo mầm khát vọng Việt

Sinh ra trong gia đình thuần nông ven biển của sông Diêm, vùng đất Thái Bình (nay là tỉnh Hưng Yên) cổ kính, Trần Mạnh Báo sớm thấm nhuần tinh thần lao động cần cù và lòng yêu nước nồng nàn, tha thiết. Năm 1968, người thanh niên Trần Mạnh Báo "gác bút nghiên" lên đường nhập ngũ, gia nhập Sư đoàn 320 trên chiến trường máu lửa Quảng Trị. Sau đó, ông cùng đồng đội vượt Trường Sơn, trở thành lính Sư đoàn 1, chiến đấu giải phóng 6 tỉnh phía Nam Campuchia và 3 tỉnh miền Tây Nam Bộ.

Hòa bình lập lại, trở về quê hương với thương tật 2/4, ông được nhận vào làm công nhân chăn nuôi tại Trạm truyền giống lợn Hưng Hà, rồi làm tạp vụ tại Công ty Giống cây trồng Thái Bình. Số phận dường như định sẵn cho ông một cuộc đời bình lặng. Thế nhưng, chính những trải nghiệm khắc nghiệt trên chiến trường và ký ức về những mùa đói kém cùng cha mẹ lam lũ ngoài đồng đã gieo vào tâm khảm ông một khát vọng lớn lao: làm thế nào để hạt lúa Việt Nam không chỉ nuôi sống người Việt mà còn vươn ra thế giới; khẳng định trí tuệ dân tộc Việt trên trường quốc tế.

Vì vậy, dù công việc vất vả, ông vẫn miệt mài bên đèn sách quyết tâm vượt khó vươn lên. Sau khi tốt nghiệp Đại học Nông nghiệp, ông trở về phục vụ tại chính nơi đã khởi đầu sự nghiệp - Công ty Giống cây trồng Thái Bình (nay là Công ty Cổ phần Tập đoàn ThaiBinh Seed).

Những năm tháng đầu tiên bước chân vào nghề cũng là giai đoạn đất nước còn nhiều khó khăn, ngành Nông nghiệp Việt Nam đối mặt với vô vàn thách thức từ năng suất thấp, chất lượng kém đến thị trường xuất khẩu. Trăn trở trước những thực trạng trên, thay vì chọn con đường an toàn, doanh nhân Trần Mạnh Báo dấn thân vào lĩnh vực nghiên cứu, ứng dụng và lai tạo giống mới - một lĩnh vực đòi hỏi sự kiên nhẫn, tỉ mỉ và tinh thần không ngại thất bại.

Có những đêm ông cùng đồng nghiệp thức trắng bên cánh đồng để thử nghiệm, ghi chép tỉ mỉ từng đặc điểm của cây lúa. Có những mùa gặt, ông lặng lẽ đi khắp các vùng quê để lắng nghe nông dân phản hồi về giống mới. Với ông, khoa học không chỉ là phòng thí nghiệm mà phải gắn chặt với đời sống thực tiễn, với ruộng đồng và với những giọt mồ hôi của người nông dân.

Một trong những công trình nổi bật mà ông cùng các cộng sự thực hiện là nghiên cứu chọn tạo các giống lúa thuần chất lượng cao, có khả năng chống chịu sâu bệnh, thích nghi với nhiều vùng sinh thái khác nhau. Nhiều giống lúa mang thương hiệu ThaiBinh Seed trở thành sự lựa chọn hàng đầu của nông dân,



Anh hùng Lao động, doanh nhân Trần Mạnh Báo chia sẻ về quy trình sản xuất, đóng gói lúa giống với các cựu chiến binh.

không chỉ nhờ năng suất vượt trội mà còn bởi chất lượng gạo thơm ngon. Các giống lúa do ông chỉ đạo nghiên cứu nhiều lần được công nhận là tiến bộ kỹ thuật cấp Nhà nước, tạo ra bước đột phá trong việc chuyển dịch cơ cấu giống lúa của cả nước. Nhiều đề tài nghiên cứu của ông đã trở thành cơ sở khoa học để Nhà nước hoạch định chính sách phát triển nông nghiệp, đặc biệt trong lĩnh vực an ninh lương thực và thích ứng với biến đổi khí hậu.

Đặc biệt, ông còn chú trọng việc bảo tồn nguồn gen quý hiếm, coi đó là "tài sản vô giá" của quốc gia. Nhiều công trình do ông thực hiện đã giúp phục hồi thành công những giống lúa đặc sản từng có nguy cơ biến mất, góp phần giữ gìn sự đa dạng sinh học và tạo cơ hội phát triển sản phẩm đặc thù vùng miền.

Với những cống hiến to lớn cho ngành Nông nghiệp, doanh nhân Trần Mạnh Báo vinh dự được Đảng, Nhà nước trao tặng nhiều phần thưởng cao quý. Đặc biệt, năm 2020, ông được trao tặng danh hiệu Anh hùng Lao động thời kỳ đổi mới. Đây là sự ghi nhận xứng đáng cho những nỗ lực bền bỉ của ông trong hơn nửa thế kỷ gắn bó với nông nghiệp, nông dân.



Đoàn công tác của Viện Nghiên cứu Nông nghiệp Senegal thăm và làm việc tại Tập đoàn ThaiBinh Seed, ngày 21/8/2025.



AHLĐ Trần Mạnh Báo trao đổi tại Diễn đàn "Người Việt có tầm ảnh hưởng" với chủ đề "Tự hào nông dân Việt Nam" tại Paris, Pháp, tháng 3/2019.

Người ta chưa dám làm thì tôi làm. Đó chính là giá trị tiên phong.



Phòng thử nghiệm quốc gia Mã số Vilas 110 của ThaiBinh Seed.

Bên cạnh đó, ông còn nhiều lần được trao tặng Huân chương Lao động các hạng, Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ, các giải thưởng khoa học công nghệ cấp nhà nước cùng nhiều giải thưởng uy tín của các tổ chức quốc tế. Ông là người được nêu tên trong báo cáo an ninh lương thực toàn cầu của Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên hợp quốc FAO. Năm 2025, ông được Ủy ban danh dự Trường Đại học Quốc tế Hoa Kỳ phong tặng danh hiệu Giáo sư danh dự vì những đóng góp quan trọng trong lĩnh vực nghiên cứu và phát triển nông nghiệp.

Những giải thưởng và danh hiệu này không chỉ là sự ghi nhận cá nhân, mà còn là minh chứng cho sự phát triển vượt bậc của ngành giống cây trồng Việt Nam, khẳng định rằng với trí tuệ, ý chí và khát vọng, người Việt hoàn toàn có thể làm chủ khoa học công nghệ, tạo ra những giá trị có tầm vóc quốc tế.

Triết lý kinh doanh nhân văn sức mạnh bền vững

Nếu như những công trình nghiên cứu khoa học là nền tảng khẳng định tài năng và trí tuệ của Anh hùng Lao động Trần Mạnh Báo, thì triết lý kinh doanh mà ông theo đuổi chính là "linh hồn" dẫn dắt toàn bộ hành trình phát triển của ThaiBinh Seed. Ông luôn nhấn mạnh: "Doanh nghiệp không thể chỉ tồn tại bằng lợi nhuận, mà phải gắn lợi ích của mình với lợi ích của xã hội, phải đồng hành cùng nông dân thì mới bền lâu". Quan điểm này trở thành kim chỉ nam cho mọi hoạt động của Tập đoàn, đưa ThaiBinh Seed thành



AHLĐ Trần Mạnh Báo - Chủ tịch Tập đoàn ThaiBinh Seed đón nhận Danh hiệu Anh hùng Lao động thời kỳ đổi mới, ngày 07/01/2022.

một trong những thương hiệu được nông dân tin tưởng và gắn bó nhất trong nhiều thập kỷ qua.

Nhìn lại chặng đường ông đã và đang đi, có thể thấy, điều tạo nên sự khác biệt của ông với nhiều doanh nhân khác chính là việc ông không coi mình chỉ là người lãnh đạo một doanh nghiệp, mà là một "người gieo hạt" cho xã hội. Những giá trị mà ông hướng đến không gói gọn trong phạm vi doanh thu, lợi nhuận, mà rộng hơn là góp phần thay đổi diện mạo nông nghiệp Việt Nam, đưa thương hiệu quốc gia vươn ra thế giới. Nhiều đồng nghiệp và nhà nghiên cứu đều nhận định: "Trần Mạnh Báo là một doanh nhân mang tâm thế của một nhà văn hóa - khoa học, nơi mà triết lý kinh doanh và khát vọng phụng sự dân tộc luôn hòa quyện làm một".

Chính triết lý kinh doanh mang tính nhân văn này giúp ThaiBinh Seed không ngừng phát triển và mở rộng thị trường. Từ một doanh nghiệp địa phương, ThaiBinh Seed đã vươn tầm trở thành tập đoàn dẫn đầu trong lĩnh vực giống cây trồng, có mạng lưới trải khắp nhiều tỉnh thành, đồng thời làm thay đổi cơ cấu cây trồng và kinh tế nông nghiệp Việt Nam. Thành công này không chỉ được đo bằng con số, mà còn được đo bằng niềm tin và sự tri ân của hàng triệu hộ nông dân trên khắp mọi miền đất nước.

Trải qua hơn nửa thế kỷ cống hiến, Anh hùng Lao động Trần Mạnh Báo đã khẳng định vị thế là một "người thắp lửa" cho nền nông nghiệp Việt Nam, một thủ lĩnh tinh thần gắn liền với khát vọng tự cường dân tộc. Hình ảnh một người con từ vùng quê Thái Bình, bắt đầu từ những khó khăn chồng chất của nông nghiệp thời bao cấp, từng bước xây dựng sự nghiệp bằng trí tuệ, sự kiên trì và khát vọng cống hiến, chính là minh chứng sống động cho tinh thần "người Việt Nam làm được, làm tốt và làm xuất sắc".

Trong bối cảnh đất nước đang chuyển mình mạnh mẽ, hình mẫu Anh hùng Lao động Trần Mạnh Báo không chỉ truyền cảm hứng cho giới doanh nhân, mà còn cho thế hệ trẻ - những người đang nuôi dưỡng khát vọng khởi nghiệp, sáng tạo và hội nhập quốc tế. Hành trình hơn nửa thế kỷ ông đi qua đã chứng minh rằng, với ý chí kiên cường và tấm lòng yêu nước, mỗi con người Việt Nam đều có thể góp phần xây dựng đất nước phồn vinh, hùng cường, vững bước tiến vào kỷ nguyên mới. ★



Tập đoàn ThaiBinh Seed ủng hộ đồng bào bị thiệt hại sau bão Yagi.

> *Biến những người nông dân thành doanh nhân, biến nông thôn thành doanh nghiệp, và ThaiBinh Seed sẽ tiên phong đi đầu trong vấn đề này.*



LẤP LÁNH

HÀNH TRÌNH KIẾN TẠO HỆ SINH THÁI ĐA NGÀNH DOJI VỚI TRIẾT LÝ "HƯỚNG TỚI CON NGƯỜI VÀ VÌ CON NGƯỜI"

Bắt đầu từ ánh sáng lấp lánh của ngành kim hoàn, Tập đoàn DOJI đã mở rộng hành trình chinh phục sang các lĩnh vực bất động sản và ngân hàng, tạo nên hệ sinh thái ba trụ cột vững vàng, đáp ứng cả nhu cầu thẩm mỹ lẫn tiện ích của khách hàng.



Ông Đỗ Minh Phú - Chủ tịch Hội đồng Sáng lập Tập đoàn Vàng bạc Đá quý DOJI, Chủ tịch HĐQT Ngân hàng TPBank.

Trong hành trình kiến tạo hệ sinh thái khép kín phục vụ nhu cầu đa dạng của khách hàng, điểm nổi bật nhất là tầm nhìn sứ mệnh "Hướng tới con người và vì con người". Đây không phải là câu khẩu hiệu mà còn là kim chỉ nam chi phối mọi quyết định chiến lược của Tập đoàn DOJI. Từ thiết kế sản phẩm, lựa chọn vật liệu, ứng dụng công nghệ, đến cách tổ chức không gian sống hay tối ưu dịch vụ tài chính, tất cả đều xoay quanh việc mang lại trải nghiệm và giá trị tốt nhất cho con người. Sự đồng bộ trong ba mảng kinh doanh tưởng chừng tách biệt - trang sức, bất động sản, ngân hàng - chính là chìa khóa để Tập đoàn DOJI xây dựng thương hiệu không chỉ đẹp về hình ảnh, mà còn bền vững về giá trị.

Tư duy đột phá này được dẫn dắt bởi ông Đỗ Minh Phú - Chủ tịch Hội đồng Sáng lập Tập đoàn Vàng bạc Đá quý DOJI, Chủ tịch HĐQT Ngân hàng TPBank - một vị doanh dân tài ba, nhạy bén trước thời cuộc, đã có những định hướng chiến lược đúng đắn, đem lại giá trị cho các lĩnh vực trong hệ sinh thái DOJI. Ông Đỗ Minh Phú tin rằng, trong kỷ nguyên chuyển mình mạnh mẽ của đất nước, doanh nghiệp không thể đứng yên mà phải thay đổi, thích nghi và phát triển.

Trong danh sách CafeF List 2025 được công bố mới đây, Tập đoàn DOJI đạt Top 10 Doanh nghiệp tư nhân Phân phối Bán lẻ và Top 50 Doanh nghiệp tư nhân đóng góp ngân sách lớn nhất Việt Nam. Đồng thời, DOJILAND - Công ty thành viên thuộc Tập đoàn DOJI nằm trong Top 20 công ty bất động sản và TPBank đạt Top 20 ngân hàng nộp ngân sách lớn nhất Việt Nam.

ĐẾ CHẾ KIM HOÀN **DOJI** VÀ CUỘC CHƠI DẪN DẮT XU HƯỚNG





Trong hệ sinh thái đa ngành của DOJI, vàng bạc - trang sức - đá quý luôn là "trái tim" và cũng là lĩnh vực định vị thương hiệu rõ nét nhất. Không chỉ đơn thuần bán vàng hay đá quý, người sáng lập thương hiệu DOJI chủ động tái định nghĩa giá trị của trang sức Việt bằng chiến lược kết hợp giữa "thiết kế là linh hồn của sản phẩm", "công nghệ chế tác là vũ khí tạo nên khác biệt" và trải nghiệm khách hàng.

DOJI tạo dấu ấn khi là một trong những đơn vị tiên phong "hiện đại hóa" vàng 24K - vốn được coi là biểu tượng truyền thống với những công nghệ chế tác tiên tiến 3D/5D, khắc phục những nhược điểm như mềm, dễ móp méo, khó tạo hình của vàng ta. Những thiết kế trong các BST Vu Quy khắc họa rõ nét các chi tiết những đóa sen đua nở, khóm cẩm tú cầu rực rỡ… dành cho các gia đình vào ngày cưới. Hay BST Hạt Thóc, Hoa Hướng Dương... đã phá vỡ khuôn khổ quen thuộc với các ưu điểm vượt trội như nhẹ, tinh xảo, phù hợp đeo hàng ngày nhưng vẫn giữ trọn giá trị vàng nguyên chất. Sự kết hợp giữa kỹ thuật tạo hình hiện đại và ý tưởng thiết kế sáng tạo giúp sản phẩm vừa mang tính thời trang, vừa bền vững về giá trị.



Bên cạnh vàng 24K truyền thống, những BST trang sức kim cương cũng được đầu tư đồng bộ, đáp ứng tối đa xu hướng làm đẹp của khách hàng ngày một cao. Dòng sản phẩm TrenD là minh chứng điển hình cho tư duy dẫn dắt xu hướng. Thay vì áp đặt một phong cách duy nhất, TrenD khuyến khích những người phụ nữ hiện đại trải nghiệm đa phong cách, nơi BST Lady Boss tôn vinh sự mạnh mẽ, BST Darling Girl mang lại nét quyến rũ, BST The Muse lãng mạn, bay bổng và BST Highlight Me khẳng định cá tính. Mỗi bộ sưu tập đều được nghiên cứu kỹ lưỡng về thị hiếu, ứng dụng công nghệ chế tác tiên tiến để tối ưu độ bền, độ sáng và sự tinh xảo.

Điểm then chốt làm nên thành công của DOJI chính là sự chuyển dịch từ "bán sản phẩm" sang "bán trải nghiệm". Với không gian mua sắm cao cấp, dịch vụ tư vấn cá nhân hóa và chiến lược truyền thông đồng bộ, DOJI đã trở thành biểu tượng của sự an tâm và phong cách, thu hút cả những khách hàng trẻ tuổi vốn đòi hỏi cao về cả giá trị đầu tư và tính thẩm mỹ.

Nhờ những bước đi tiên phong và tư duy đột phá ấy, người sáng lập Tập đoàn DOJI Đỗ Minh Phú đã không chỉ xây dựng nên một đế chế kim hoàn vững mạnh, mà còn thành công thay đổi thói quen tiêu dùng, dẫn dắt xu hướng và khẳng định vị thế dẫn đầu của DOJI trên thị trường trang sức Việt Nam.

TỪ KIM HOÀN ĐẾN **KIM ĐỊA ỐC** - HƯỚNG ĐI CHƯA CÓ TIỀN LỆ TẠI VIỆT NAM

Nếu ở lĩnh vực trang sức, DOJI chế tác nên những tuyệt phẩm để tôn vinh vẻ đẹp cá nhân, thì việc mang sự tinh tế và sang trọng của kim hoàn vào bất động sản lại là bước ngoặt mang tính nhảy vọt, một bước đi táo bạo, đầy sáng tạo của DOJI và Chủ tịch Đỗ Minh Phú.

Và DOJILAND, một thành viên của Tập đoàn Vàng bạc Đá quý DOJI đã thành công khi tiên phong phát triển Kim Địa Ốc - bất động sản nghệ thuật kim hoàn. Lấy cảm hứng từ kỹ nghệ chế tác trang sức, DOJILAND đã thổi hồn, biến mỗi công trình trở thành một tác phẩm nghệ thuật sống động, nơi kết tinh giữa kiến trúc biểu tượng, vật liệu cao cấp và dấu ấn thẩm mỹ độc bản.

Điểm khác biệt dễ nhận thấy nhất của Kim Địa Ốc chính là "mã gen kim hoàn". Ở tầng nhận diện, "mã gen" này thể hiện qua hình khối kiến trúc mang dáng vương miện, biểu tượng kim cương, đường nét mềm mại và tinh xảo. Mỗi công trình của DOJI đều dễ dàng được nhận diện bởi vẻ sang trọng đặc trưng - biểu trưng cho một thương hiệu gắn liền với vàng bạc và đá quý. Tuy nhiên, điều làm nên giá trị bền vững không nằm ở diện mạo, mà ở "mã gen" tạo nên bản sắc: sự cầu toàn, tỉ mỉ và tinh xảo đến từng chi tiết - giống như cách một nghệ nhân kiên trì mài giũa từng giác cắt trên viên kim cương để chạm tới cột mốc hoàn mỹ.

Triết lý ấy thể hiện rõ trong DOJI Tower, tòa tháp mang đậm dấu ấn của thương hiệu vàng bạc đá quý hàng đầu Việt Nam. DOJI Tower mô phỏng hình viên kim cương khổng lồ rực sáng giữa lòng Thủ đô với hiệu ứng ánh sáng "độc nhất vô nhị", trở thành điểm nhấn kiến trúc trên bản đồ bất động sản Hà Nội.

Tiếp nối tinh thần đó, Diamond Crown Hai Phong - công trình Diagrid độc đáo lấy cảm hứng từ hình ảnh vương miện kim cương đã phá vỡ những khuôn mẫu thiết kế cứng nhắc để tạo nên đường cong uyển chuyển, hòa quyện giữa sức mạnh và sự mềm mại. Tòa nhà trở thành điểm nhấn thị giác, giúp thành phố cảng Hải Phòng sở hữu thêm một biểu tượng nhận diện.

Tương tự, Golden Crown Hai Phong tiếp tục vận dụng kỹ nghệ chế tác kim hoàn vào kiến trúc: các chi tiết mặt ngoài được xử lý như kỹ thuật đính đá, vật liệu được chọn lọc để phản chiếu ánh sáng, tạo hiệu ứng lấp lánh như bề mặt của một món trang sức cao cấp. Mỗi góc nhìn, mỗi chi tiết đều được tính toán để vừa đáp ứng công năng, vừa khơi gợi cảm xúc thẩm mỹ.

Việc áp dụng tư duy và tiêu chuẩn khắt khe của ngành kim hoàn vào bất động sản giúp DOJI tạo ra các dự án vượt trội cả về giá trị sử dụng lẫn nghệ thuật. Đây là hướng đi đang được giới thượng lưu toàn cầu ưa chuộng, sẵn sàng chi trả ở mức giá cao để sở hữu một không gian vừa tiện nghi, vừa mang tính biểu tượng, trường tồn như đá quý.

Với DOJI, mỗi công trình bất động sản là một viên ngọc quý - không chỉ kiến tạo giá trị kinh tế, mà còn định hình diện mạo đô thị, làm đẹp những vùng đất có sự hiện hữu của các công trình Kim Địa Ốc được xây dựng bởi trái tim và khối óc của người "kiến trúc sư trưởng", Chủ tịch Đỗ Minh Phú.

> MỖI CÔNG TRÌNH CỦA DOJI ĐỀU DỄ DÀNG ĐƯỢC NHẬN DIỆN BỞI VẺ SANG TRỌNG ĐẶC TRƯNG - BIỂU TRƯNG CHO MỘT THƯƠNG HIỆU GẮN LIỀN VỚI VÀNG BẠC VÀ ĐÁ QUÝ.









TPBANK - MẢNH GHÉP TÀI CHÍNH TRONG VÒNG TRÒN GIÁ TRỊ DOJI

Từ kim hoàn, nơi DOJI tạo nên giá trị bằng sự tinh xảo và thẩm mỹ, đến bất động sản - nơi những "mã gen" kim hoàn được chuyển hóa thành các công trình biểu tượng, DOJI tiếp tục hoàn thiện hệ sinh thái với mảnh ghép thứ ba - ngân hàng, khi là cổ đông lớn, tham gia tái cấu trúc TPBank.

Dưới sự hậu thuẫn chiến lược của DOJI, TPBank là minh chứng sống động cho một thương vụ tái cấu trúc thành công dựa trên ba yếu tố "thực": dòng tiền, quản trị và năng lực vận hành. Từ vị thế một ngân hàng yếu kém, nợ xấu tăng, thua lỗ cả ngàn tỷ đồng,... TPBank nhanh chóng "lột xác" nhờ nguồn vốn mạnh, tầm nhìn dài hạn và tinh thần đổi mới mà Chủ tịch Đỗ Minh Phú mang tới.

Hàng ngàn tỷ đồng được đầu tư cho hệ thống core banking, ngân hàng điện tử, công nghệ AI, robotic... mở đường cho TPBank trở thành ngân hàng đầu tiên triển khai định danh khách hàng điện tử (eKYC) và tiên phong với LiveBank - hệ thống điểm giao dịch tự động 24/7. Chủ tịch Đỗ Minh Phú khẳng định: "Trên thế giới đã có mô hình ngân hàng không chi nhánh. Đây là chìa khóa để TPBank tăng tốc phát triển". Điều này cho thấy tầm nhìn đón đầu và tinh thần tiên phong của vị thuyền trưởng tài ba.

Không chỉ cung cấp nguồn lực tài chính dồi dào trong giai đoạn tái cơ cấu, DOJI còn truyền tải triết lý bán lẻ lấy khách hàng làm trung tâm sang lĩnh vực ngân hàng, biến giao dịch tài chính trở thành trải nghiệm cá nhân hóa và tiện lợi.

Ứng dụng TPBank với định vị sắc nét "Tiện ích đỉnh - Sống đỉnh" không đơn thuần là công cụ giao dịch, mà là ứng dụng đa tiện ích đồng hành cùng phong cách sống của khách hàng, giúp khách hàng tiếp cận các sản phẩm, dịch vụ của DOJI một cách dễ dàng hơn, từ mua trang sức đến các giải pháp tín dụng bất động sản. Với sự kết hợp giữa tính kỷ luật của tài chính và sự tinh tế của kim hoàn, TPBank đã định vị mình là ngân hàng trẻ, công nghệ, nhưng vẫn gần gũi, thấu hiểu và đáng tin cậy.

Trong bối cảnh doanh nghiệp Việt Nam đang tìm kiếm sự bứt phá nhưng còn thiếu hệ sinh thái hỗ trợ đủ linh hoạt, Tập đoàn DOJI với định hướng chiến lược đúng đắn của người sáng lập tài ba Đỗ Minh Phú, đã có đóng góp ý nghĩa: mở ra khả năng tái định hình mối quan hệ đa ngành, khép kín vòng tròn giá trị - nơi sản phẩm, dịch vụ và tài chính bổ trợ lẫn nhau, tạo lợi thế cạnh tranh bền vững trên thị trường. ★



TỔNG CÔNG TY KHÍ VIỆT NAM

TỰ HÀO HÀNH TRÌNH 35 NĂM THẮP LỬA NON SÔNG



Trải qua 35 năm hình thành và phát triển (1990 - 2025), Tổng Công ty Khí Việt Nam (PV GAS) đã khẳng định vị thế tiên phong trong ngành công nghiệp khí, ghi dấu ấn bằng những thành tựu mang tầm vóc quốc gia. Từ một đơn vị non trẻ, PV GAS vươn mình trở thành doanh nghiệp chủ lực của Tập đoàn Công nghiệp - Năng lượng quốc gia Việt Nam (Petrovietnam), đóng góp quan trọng vào bảo đảm an ninh năng lượng, an ninh lương thực và phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.



Với bản lĩnh tiên phong, tinh thần đổi mới sáng tạo và khát vọng không ngừng vươn lên, PV GAS đã đạt nhiều dấu mốc ấn tượng: doanh thu lũy kế hơn 1,3 triệu tỷ đồng, lợi nhuận trên 350 nghìn tỷ đồng, đóng góp lớn cho ngân sách Nhà nước. Những con số biết nói ấy không chỉ là minh chứng cho hiệu quả kinh tế mà còn là biểu tượng của trí tuệ, tâm huyết và tinh thần cống hiến bền bỉ của các thế hệ người lao động tại PV GAS, những con người mang sứ mệnh "thắp sáng ngọn lửa khí trên khắp non sông".

Tiên phong đổi mới, khẳng định tầm vóc ngành Công nghiệp Khí Việt Nam

Ngay từ những ngày đầu thành lập, PV GAS chứng minh vai trò tiên phong khi đưa khí từ mỏ Bạch Hổ vào bờ, đánh dấu mốc lịch sử chấm dứt việc đốt bỏ khí đồng hành; góp phần bảo vệ môi trường và tiết kiệm nguồn tài nguyên quý giá của quốc gia. Tiếp đó, Nhà máy Xử lý khí Dinh Cố (vận hành từ ngày 09/7/1999) mở ra bước ngoặt lớn, khi lần đầu tiên Việt Nam ứng dụng công nghệ làm lạnh sâu, ngưng tụ ở nhiệt độ thấp, một công nghệ hiện đại bậc nhất thời điểm ấy, đặt nền móng cho kỷ nguyên mới của ngành công nghiệp khí quốc gia.

Năm 2002, PV GAS tiếp tục ghi dấu ấn với Nhà máy Xử lý khí Nam Côn Sơn, công trình có công suất lớn nhất cả nước, đưa dòng khí đầu tiên từ bể Nam Côn Sơn vào bờ. Hơn 110 tỷ m^3 khí đã được vận chuyển an toàn qua hệ thống này, góp phần duy trì dòng chảy năng lượng cho hàng triệu hộ gia đình và hàng nghìn doanh nghiệp. Đến năm 2017, Nhà máy Xử lý khí Cà Mau đi vào hoạt động, ứng dụng công nghệ Ortloff's SCORE hiện đại, giúp tối đa hóa hiệu suất thu hồi sản phẩm lỏng giá trị cao, minh chứng cho năng lực làm chủ công nghệ tiên tiến của PV GAS.



5 giá trị cốt lõi của PV GAS: An toàn - Chuyên nghiệp - Đổi mới - Hợp tác - Hiệu quả.

Trong lĩnh vực vận chuyển, tuyến ống Nam Côn Sơn - "mạch máu" năng lượng quốc gia do PV GAS thiết kế và vận hành, từng được ghi nhận là tuyến ống 2 pha dài nhất thế giới tại thời điểm đưa vào khai thác, vận chuyển đồng thời khí thiên nhiên và condensate từ mỏ ngoài khơi vào bờ. Đây là một minh chứng rõ nét cho trình độ kỹ thuật, năng lực quản trị tiên phong và bản lĩnh của đội ngũ PV GAS.

Bước sang giai đoạn chuyển dịch năng lượng, PV GAS tiếp tục khẳng định vai trò là đầu tàu trong việc đưa vào vận hành Kho cảng LNG Thị Vải - kho LNG đầu tiên tại Việt Nam. Công trình này mở ra kỷ nguyên mới - kỷ nguyên nhập khẩu và sử dụng khí thiên nhiên hóa lỏng (LNG), góp phần đảm bảo an ninh năng lượng quốc gia, giảm phát thải và thúc đẩy phát triển bền vững. Hiện nay, PV GAS đang mở rộng hệ thống kho cảng LNG tại miền Bắc và Bắc Trung Bộ, hướng tới hình thành mạng lưới cung ứng khí hiện đại, linh hoạt và đa phương thức.

Cùng với việc tiếp thu công nghệ tiên tiến hiện đại trên thế giới, PV GAS đặt biệt chú trọng đổi mới sáng tạo nội sinh. Nhiều giải pháp kỹ thuật tối ưu



Tàu Maran Gas Achilles chở chuyến LNG nhập khẩu đầu tiên về Kho cảng LNG Thị Vải - Việt Nam, ngày 10/7/2023.



TS Nguyễn Hoàng Anh - Phó Chủ tịch VietKings, Tổng Thư ký Liên minh Kỷ lục Thế giới trao tặng bằng Kỷ lục Việt Nam đến ông Nguyễn Thanh Bình, Chủ tịch HĐQT PV GAS và ông Phạm Văn Phong, Tổng Giám đốc PV GAS.

vận hành, nâng cao năng suất, tiết giảm chi phí và đảm bảo an toàn tuyệt đối đã được nghiên cứu và ứng dụng hiệu quả. Giai đoạn 2020 - 2025, PV GAS ghi nhận hơn 724 sáng kiến cấp đơn vị, 119 sáng kiến cấp Tổng Công ty, với giá trị làm lợi hơn 1.700 tỷ đồng (chưa kể những sáng kiến cải tiến chưa quy đổi ra giá trị làm lợi cụ thể). Nhiều giải pháp không chỉ mang lại hiệu quả kinh tế hàng chục tỷ đồng mỗi năm, còn góp phần giảm phát thải CO_2, khẳng định trách nhiệm xã hội và cam kết phát triển xanh của doanh nghiệp.

Với những thành tựu vượt bậc trong khoa học - công nghệ, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội đất nước, PV GAS vinh dự được Đảng, Nhà nước, Chính phủ trao tặng nhiều phần thưởng cao quý: Huân chương Lao động hạng Nhất, hạng Nhì, hạng Ba; Huân chương Độc lập hạng Nhì, hạng Ba; Huân chương Chiến công hạng Ba và danh hiệu Anh hùng Lao động thời kỳ đổi mới. Đây là những phần thưởng xứng đáng cho 35 năm nỗ lực bền bỉ và cống hiến không ngừng nghỉ của tập thể Ban lãnh đạo, cán bộ công nhân viên PV GAS.



PV GAS 13 năm liên tiếp được vinh danh "Top 50 công ty niêm yết tốt nhất" do Forbes Việt Nam bình chọn.

NHỮNG MỐC SON ĐÁNG NHỚ



Thủ tướng Võ Văn Kiệt tham dự Lễ đón Dòng khí đầu tiên vào bờ năm 1995.

20/9/1990 – Thành lập "Công ty Khí đốt" - tiền thân của Tổng Công ty Khí Việt Nam.

26/4/1995 – Dòng khí đầu tiên từ bể Cửu Long được đưa vào bờ cung cấp cho các hộ tiêu thụ khu vực Đông Nam Bộ.

NĂM 1999 – Lần đầu tiên sản xuất LPG và condensate tại Việt Nam.

12/2002 – Đưa dòng khí đầu tiên từ bể Nam Côn Sơn vào bờ.

11/2003 – Hoàn thành mạng cấp khí thấp áp đầu tiên.

05/2007 – Đưa dòng khí từ lô PM3 & 46 - Cái Nước vào bờ.



Quang cảnh Nhà máy Xử lý khí Nam Côn Sơn.

Xây dựng môi trường làm việc lý tưởng - Nền tảng cho hành trình năng lượng xanh

Không chỉ tiên phong về công nghệ, PV GAS còn tiên phong trong xây dựng văn hóa doanh nghiệp. PV GAS luôn xác định nguồn nhân lực là tài sản cốt lõi, là động lực then chốt để hiện thực hóa "Hành trình năng lượng xanh" trong lĩnh vực khí và năng lượng tại Việt Nam. Vì vậy, trong suốt quá trình phát triển, PV GAS đặc biệt chú trọng đầu tư nguồn lực cho công tác phát triển đội ngũ, xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, an toàn và thân thiện; đồng thời, xác lập lộ trình nghề nghiệp rõ ràng, bền vững cho người lao động.

Ba yếu tố được PV GAS coi trọng trong triết lý quản trị nhân sự là: An toàn là hạnh phúc - Phúc lợi toàn diện - Đầu tư cho tương lai. Tổng Công ty Khí Việt Nam không ngừng đầu tư cho đào tạo, nâng cao năng lực chuyên môn và kỹ năng quản trị cho đội ngũ cán bộ, kỹ sư, người lao động. Môi trường làm việc được xây dựng theo hướng an toàn, chuyên nghiệp, minh bạch, tạo cơ hội thăng tiến bình đẳng và khuyến khích sáng tạo trong mỗi cán bộ công nhân viên. Chính nơi đây, tinh thần đoàn kết - kỷ luật - sáng tạo trở thành "chất keo" gắn kết hàng nghìn con người dưới mái nhà PV GAS.



Hoạt động sản xuất, vận hành, huấn luyện và thực tập phương án chữa cháy, cứu nạn, cứu hộ tại PV GAS.

Các hoạt động văn hóa, thể thao, thiện nguyện cũng được được duy trì thường xuyên, không chỉ vun đắp tinh thần gắn bó mà còn lan →

Nghi thức cắt băng khánh thành Kho LNG 1 MMTPA Thị Vải.



07/2007 — Trở thành Tổng Công ty Khí Việt Nam, hoạt động theo mô hình công ty mẹ - công ty con.

05/2011 — Cổ phần hóa, với vốn điều lệ 18.950 tỷ đồng.

08/2015 — Dòng khí đầu tiên từ bể Sông Hồng được đưa vào bờ cung cấp cho các hộ tiêu thụ khu vực Bắc Bộ.

29/10/2023 — Khánh thành và vận hành Kho LNG 1 MMTPA Thị Vải - kho LNG đầu tiên tại Việt Nam.

NĂM 2025 — PV GAS kỷ niệm 35 năm thành lập, mở ra giai đoạn phát triển mới, tiên phong trong hành trình năng lượng xanh vì tương lai bền vững của đất nước.





Các hoạt động thể thao tại PV GAS giúp tăng cường thể chất, gắn kết tinh thần đồng đội, thúc đẩy sự giao lưu, đoàn kết giữa các cá nhân trong toàn đơn vị.

tỏa hình ảnh PV GAS, một tập thể nhân văn, trách nhiệm và tràn đầy năng lượng tích cực. Kế thừa nền tảng văn hóa Petrovietnam, PV GAS xây dựng hệ giá trị riêng mang bản sắc ngành Khí: Tiên phong - Trách nhiệm - Sáng tạo, tạo nên động lực nội tại mạnh mẽ giúp doanh nghiệp vượt qua mọi thách thức, từng bước hiện thực hóa tầm nhìn trở thành doanh nghiệp dẫn đầu trong cung cấp giải pháp năng lượng sạch tại Việt Nam.

Thế giới đang bước vào thời kỳ chuyển dịch năng lượng mạnh mẽ, PV GAS với tầm nhìn chiến lược, đang vững bước đi đầu trong hành trình ấy. "Hành trình năng lượng xanh" không chỉ là định hướng phát triển, mà còn là sứ mệnh của PV GAS với đất nước và thế hệ mai sau. Để hiện thực hóa mục tiêu đó, PV GAS đang triển khai đồng bộ các giải pháp: tăng cường ứng dụng công nghệ cao, tối ưu hóa sản xuất - kinh doanh, đa dạng hóa chuỗi cung ứng khí, đồng thời tái cấu trúc bộ máy tổ chức theo hướng tinh gọn, linh hoạt, hiệu quả.

35 năm nhìn lại, một chặng đường tự hào, PV GAS không chỉ thắp sáng ngọn lửa khí cho khắp non sông, mà còn thắp lên niềm tin và khát vọng về một Việt Nam năng lượng sạch, độc lập và hùng cường. Với bản lĩnh, trí tuệ và tinh thần tiên phong, PV GAS tiếp tục khẳng định vị thế doanh nghiệp dẫn đầu, sẵn sàng viết tiếp chương mới - chương của đổi mới, sáng tạo và phát triển bền vững vì tương lai xanh của Tổ quốc. ★



Đoàn Thanh niên PV GAS phối hợp bàn giao công trình sửa chữa nhà cho gia đình chính sách.



Đoàn Thanh niên PV GAS tổ chức Ngày hội hiến máu "Từ trái tim đến trái tim".



Bồn chứa LPG tại GPP Cà Mau.

DOANH NHÂN
NGUYỄN THANH TRUNG



HÀNH TRÌNH
KIẾN TẠO
THƯƠNG HIỆU VIỆT VƯƠN TẦM QUỐC TẾ

Trong hành trình phát triển của ngành tôn thép Việt Nam, tên tuổi doanh nhân Nguyễn Thanh Trung, Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Tôn Đông Á luôn được nhắc đến như một biểu tượng của bản lĩnh, trí tuệ và khát vọng kiến tạo giá trị Việt vươn tầm thế giới. Ông chọn cho mình con đường của sứ mệnh và trách nhiệm, với niềm tin kiên định rằng: doanh nghiệp Việt hoàn toàn có thể khẳng định vị thế toàn cầu bằng trí tuệ và sự tử tế.



Ông Nguyễn Văn Đại - Phó Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Tôn Đông Á nhận biểu trưng Thương hiệu Quốc gia Việt Nam 2024.

Gần ba thập niên xây dựng và phát triển, dưới sự dẫn dắt của doanh nhân Nguyễn Thanh Trung, Công ty Cổ phần Tôn Đông Á trở thành một trong hai thương hiệu tôn mạ hàng đầu Việt Nam, có mặt tại hơn 50 quốc gia trên thế giới. Với triết lý "Chất lượng - Uy tín - Phát triển vững bền", làm kim chỉ nam xuyên suốt quá trình hoạt động, Công ty không ngừng đổi mới, nâng cao chất lượng sản phẩm và mở rộng thị trường xuất khẩu.

Nhận lời mời của Ban Biên tập ấn phẩm "Việt Nam - Kỷ nguyên vươn mình", doanh nhân Nguyễn Thanh Trung đã chia sẻ về hành trình 27 năm cùng Tôn Đông Á viết lên khát vọng chinh phục, vượt lên giới hạn, tinh thần trách nhiệm với cộng đồng cùng sứ mệnh "cùng xây cuộc sống xanh" cho hôm nay và mai sau.



Thưa ông, từ một doanh nghiệp mới trong ngành thép, đến nay Tôn Đông Á trở thành thương hiệu hàng đầu Việt Nam, xuất khẩu đến hơn 50 quốc gia trên thế giới. Vậy, triết lý nào giúp ông kiên định với con đường phát triển bền vững suốt gần ba thập niên qua?

Tôi luôn tin rằng, một doanh nghiệp muốn đi xa phải có "tầm nhìn rõ" và "tâm sáng". Khi sáng lập Tôn Đông Á, tôi xác định ngay từ đầu rằng: chúng tôi không chỉ làm tôn, mà làm giải pháp bền vững cho mái ấm và công trình Việt. Triết lý "Chất lượng làm gốc - Con người là trung tâm - Phát triển bền vững là mục tiêu" là kim chỉ nam xuyên suốt mọi hoạt động của chúng tôi.

Ngành thép vốn khốc liệt, nhưng chính sự khốc liệt ấy đã rèn nên bản lĩnh. Chúng tôi lấy chữ "Tín" để xây niềm tin, lấy chữ "Tâm" để giữ khách hàng, lấy chữ "Chất" để khẳng định thương hiệu. Sau 27 năm, điều tôi tự hào nhất không phải là quy mô hay doanh thu, mà là việc mỗi tấm tôn mang dấu ấn "Made in Vietnam" đã và đang góp phần che chở cho hàng triệu mái nhà Việt mà còn hiện diện vững vàng ở hơn 50 thị trường quốc tế. Thương hiệu Tôn Đông Á giờ đây đã tự hào cạnh tranh một cách ngang bằng với các thương hiệu thép lớn trên thế giới.



Trong bối cảnh nền kinh tế hội nhập sâu rộng và xu thế phát triển xanh, bền vững, ông nhìn nhận thế nào về sứ mệnh của ngành thép Việt Nam nói chung và Tôn Đông Á nói riêng?

Thép là ngành "xương sống" của công nghiệp hóa. Nhưng trong kỷ nguyên mới, "thép phải xanh" - nghĩa là vừa tạo giá trị kinh tế, vừa bảo vệ môi trường. Tôi cho rằng, sứ mệnh của ngành thép Việt Nam không chỉ là sản xuất nhiều hơn, mà là sản xuất "xanh" hơn, "thông minh" hơn và "bền vững" hơn.

Ngay từ khi thành lập, chúng tôi nhận thức đây là thách thức lớn, nhưng đồng thời cũng là cơ hội để phát triển bền vững. Không chỉ là doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực sản xuất thép lá mạ tại Việt Nam, Tôn Đông Á còn là "một trong những ngọn cờ tiên phong" trong việc đầu tư vào khoa học công nghệ để tạo ra sản phẩm chất lượng của người Việt, thương hiệu Việt. Sản phẩm của chúng tôi có vòng đời sử dụng lâu dài, thậm chí có thể tái sử dụng bằng việc chú trọng đầu tư vào dây chuyền và công nghệ hiện đại, thân thiện với môi trường.

Tôn Đông Á vinh dự là một trong 20 doanh nghiệp được lựa chọn để thực hiện chương trình kiểm toán năng lượng trong khuôn khổ dự án "Thúc đẩy thị trường đầu tư tiết kiệm và hiệu quả năng lượng trong lĩnh vực công nghiệp và hỗ trợ thực hiện Kế hoạch hành động tăng trưởng xanh", do Bộ Công Thương và Bộ Kế hoạch và Đầu tư (nay là Bộ Tài chính) cùng Cơ quan Hợp tác Quốc tế Hàn Quốc (KOICA) triển khai trong năm 2023.

Hướng tới việc đáp ứng các quy định khắt khe về giảm khí thải carbon, Tôn Đông Á đã chủ động điều chỉnh quy trình sản xuất, giảm tác động đến môi trường để phù hợp với cơ chế điều chỉnh carbon tại biên giới (CBAM). Hơn thế nữa, chúng tôi còn đẩy mạnh việc tối ưu hóa chuỗi sản xuất và áp dụng các giải pháp năng lượng xanh nhằm mục tiêu đạt được mức phát thải ròng bằng 0 (Net Zero) vào năm 2050.

Ngoài ra, Tôn Đông Á còn triển khai hệ thống năng lượng mặt trời được áp dụng nhằm khai thác tối đa diện tích mái nhà xưởng, nơi tiếp xúc trực tiếp với ánh sáng mặt trời để sản xuất điện. Hệ thống này sản sinh ra điện mỗi năm, mang lại hiệu quả kinh tế rõ rệt thông qua việc giảm chi phí năng lượng. Đồng thời, giúp giảm phát thải CO_2 hàng năm.

Tôn Đông Á luôn chú trọng triển khai các giải pháp tối ưu trong việc tiết kiệm điện, nước và nguyên liệu - coi đây là một trong những mục tiêu hàng đầu nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng tài nguyên, đồng thời kiểm soát chặt chẽ khí thải, chất thải và nước thải trong toàn bộ quy trình sản xuất. Với hệ thống nhà máy được thiết kế và vận hành theo tiêu chuẩn quốc tế, mọi nguồn khí thải đều được xử lý triệt để trước khi thải ra môi trường, góp phần giảm thiểu tối đa tác động đến không khí và hệ sinh thái xung quanh.

Song song đó, Tôn Đông Á chú trọng việc xây dựng hệ thống quản lý hiệu quả. Minh chứng là Công ty đã đạt được các chứng chỉ quan trọng như: ISO 14001 (Hệ thống quản lý môi trường); ISO 9001 (Hệ thống quản lý chất lượng); ISO/IEC 17025 (Hệ thống quản lý phòng thí nghiệm); ISO 50001:2018 (Hệ thống quản lý năng lượng); ISO 14067:2018 (Hệ thống đo lường vết carbon của sản phẩm); ISO 14064-1:2018 (Hệ thống về kiểm kê khí nhà kính).

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế toàn cầu, chất lượng sản phẩm là yếu tố then chốt quyết định năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Với những nỗ lực không ngừng, ngày 21/02/2025 Tôn Đông Á chính thức ghi tên mình vào danh sách những doanh nghiệp Việt Nam hiếm hoi đạt được chứng nhận JIS danh giá từ Japan Quality Assurance Organization (JQA). Việc đạt được chứng nhận JIS do JQA cấp không chỉ là một cột mốc đáng tự hào mà còn là bước ngoặt quan trọng, khẳng định vị thế của Tôn Đông Á trên hành trình chinh phục các thị trường quốc tế nghiêm ngặt về chất lượng.

Đây chính là minh chứng rõ nét cho chiến lược hành động dài hạn của Tôn Đông Á trong việc xây dựng nền tảng công nghiệp xanh, thân thiện với môi trường, thuận theo xu hướng kinh tế tuần hoàn. Chúng tôi tin rằng, một doanh nghiệp bền vững phải là doanh nghiệp biết hài hòa giữa lợi ích



Tôn Đông Á hiện là một trong những doanh nghiệp sản xuất thép hàng đầu tại Việt Nam, chuyên về các sản phẩm tôn mạ màu và tôn mạ kẽm, hợp kim nhôm kẽm.

kinh tế và trách nhiệm xã hội. Và trong sứ mệnh đó, Tôn Đông Á mong muốn góp phần khẳng định vị thế của ngành thép Việt Nam trên bản đồ thế giới - một ngành công nghiệp hiện đại, trách nhiệm và đầy khát vọng.



Bên cạnh điều hành doanh nghiệp, ông còn được biết đến với nhiều hoạt động thiện nguyện, đặc biệt trong lĩnh vực giáo dục. Điều gì khiến ông dành nhiều tâm huyết cho công tác này?

Tôi là người con xứ Huế, vùng đất hiếu học, giàu truyền thống nhân văn, đậm nghĩa tình, từ trải nghiệm của bản thân, tôi thấu hiểu rằng: giáo dục là con đường bền vững nhất để thay đổi cuộc đời một con người, là nền tảng vững chắc nhất để phát triển đất nước.

Vì vậy, từ năm 2005, Quỹ Giáo dục Huế Hiếu Học được thành lập với mong muốn chắp cánh ước mơ tri thức cho những học sinh, sinh viên có hoàn cảnh khó khăn. Suốt 20 năm qua, hàng ngàn suất học bổng đã được trao đi. Với tôi, đó không chỉ là sự hỗ trợ vật chất mà là hành trình "gieo hạt cho tương lai". Tôi tin rằng, trách nhiệm xã hội không phải là hành động ngắn hạn, mà là cách doanh nghiệp góp phần xây dựng nền tảng tri thức và nhân lực cho đất nước, kiến tạo nên một Việt Nam hùng cường hơn trong mai sau.

Trong suốt chặng hành trình 27 năm qua, Tôn Đông Á luôn nỗ lực tối đa để mang đến những hỗ trợ thiết thực nhất, có tác động tích cực và hiệu quả vì cộng đồng, luôn đồng hành cùng người dân Việt Nam trên khắp mọi miền đất nước. Cũng vì lẽ đó, Tôn Đông Á định hướng đồng hành, hỗ trợ phát triển bền vững của xã hội trên nhiều phương diện, bằng việc tập trung vào các định hướng chính: xây dựng cơ sở vật chất, hạ tầng; hỗ trợ phát triển nền giáo dục; phát triển cộng đồng; tạo dựng hậu phương vững chắc; tạo nên mạng lưới cộng đồng cùng lan tỏa, sẻ chia. Tôn Đông Á hiểu rõ sản xuất kinh doanh hiệu quả luôn đi đôi với trách nhiệm đóng góp cho cộng đồng thông qua các chương trình xã hội được Công ty triển khai xuyên suốt với tổng kinh phí đóng góp lên đến hơn 54 tỷ đồng.





Là một doanh nhân bản lĩnh, kiên cường và giàu trách nhiệm xã hội, ông kỳ vọng gì ở thế hệ doanh nhân trẻ Việt Nam trong kỷ nguyên mới của dân tộc?

Tôi luôn tin vào lớp doanh nhân trẻ Việt Nam - những con người có tri thức, có khát vọng và dám dấn thân. Thế hệ doanh nhân trẻ hôm nay có nhiều cơ hội hơn chúng tôi ngày trước, nhưng cũng đối mặt với nhiều thách thức hơn trong một thế giới đầy biến động.

Do đó, những người trẻ hãy luôn giữ "ngọn lửa Việt" trong tim - bản lĩnh, trí tuệ, sáng tạo, nhiệt huyết và giàu lòng nhân ái. Hãy làm kinh doanh bằng cả trái tim, chứ không chỉ bằng con số. Hãy để doanh nghiệp của mình không chỉ thành công, mà còn có ích - cho con người, cho xã hội, cho Tổ quốc.

Câu chuyện về doanh nhân Nguyễn Thanh Trung để lại ấn tượng về một con người điềm đạm nhưng luôn cháy hết mình vì khát vọng cống hiến. Ở ông, thành công không được đo bằng lợi nhuận, mà bằng những giá trị tốt đẹp vun đắp cho cộng đồng và đất nước. Dưới sự dẫn dắt của ông, Tôn Đông Á đang tiếp tục hành trình kiến tạo - hành trình của niềm tin, khát vọng và lòng tự hào Việt Nam, vươn lên bằng trí tuệ, đứng vững bằng bản lĩnh, và lan tỏa bằng giá trị nhân văn sâu sắc. ★





BẢN LĨNH TẦM NHÌN CỐNG HIẾN

DẤU ẤN GẦN 40 NĂM CỦA TS. NGUYỄN QUỐC HÙNG TRONG NGÀNH TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG VIỆT NAM

Với gần bốn thập kỷ cống hiến không ngừng nghỉ cho lĩnh vực Tài chính - Ngân hàng, TS. Nguyễn Quốc Hùng là một trong những gương mặt tiêu biểu, có tầm ảnh hưởng sâu rộng đến sự phát triển và ổn định của hệ thống ngân hàng Việt Nam. Ông được biết đến là người đại diện tiếng nói của cộng đồng tổ chức tín dụng, cầu nối quan trọng giữa doanh nghiệp và Nhà nước, và là biểu tượng về sự tận tụy, bản lĩnh, trách nhiệm trong ngành.

Dấu ấn lãnh đạo qua từng chặng đường

Khởi nghiệp tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank), TS. Nguyễn Quốc Hùng đã trải qua nhiều vị trí quản lý then chốt. Từ tháng 9/1999, ông được bổ nhiệm làm Phó Giám đốc Agribank Chi nhánh Hà Nội và đến tháng 4/2001 giữ chức Bí thư Đảng ủy. Năm 2008 đánh dấu bước tiến quan trọng trong sự nghiệp khi ông được giao trọng trách Phó Tổng Giám đốc Agribank kiêm Chủ tịch Hội đồng quản trị Công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp.

Tháng 5/2014, ông tiếp tục được tin tưởng giao nhiệm vụ Chủ tịch Hội đồng thành viên Công ty Quản lý tài sản của các tổ chức tín dụng Việt Nam (VAMC). Trong vai trò này, ông đã để lại dấu ấn đậm nét trong công cuộc xử lý nợ xấu, tái cơ cấu các tổ chức tín dụng yếu kém, góp phần quan trọng vào việc ổn định hệ thống tài chính và bảo vệ lợi ích tổng thể của nền kinh tế quốc dân. Ông kiên định quan điểm: "Không xử lý được nợ xấu, không thể có nền tài chính lành mạnh".



TS. Nguyễn Quốc Hùng được bầu làm Phó Chủ tịch Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam 2023.

Từ tháng 01/2017 đến tháng 8/2020, ông được bổ nhiệm giữ chức Vụ trưởng Vụ Tín dụng các ngành kinh tế, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam - vị trí chiến lược trong việc hoạch định và thực thi chính sách tín dụng cho toàn nền kinh tế. Từ tháng 12/2020 đến nay, ông đảm nhiệm vai trò Tổng Thư ký, sau đó là Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam, tiếp tục là cầu nối quan trọng giữa các tổ chức tín dụng và cơ quan quản lý, góp phần thúc đẩy cải cách thể chế và tăng cường quản trị rủi ro.

Trong suốt hành trình sự nghiệp, dù ở bất kỳ cương vị nào, TS. Nguyễn Quốc Hùng luôn được đánh giá cao về tầm nhìn chiến lược, sự kiên định với nguyên tắc phát triển bền vững, và nỗ lực tiên phong trong đổi mới công nghệ ngân hàng. Ông cũng là người đóng vai trò quan trọng trong việc định hình các giải pháp tài chính hỗ trợ doanh nghiệp và người dân trong bối cảnh kinh tế thế giới có nhiều biến động phức tạp.

NĂM 2016



TS. Nguyễn Quốc Hùng vinh dự nhận Huân chương Lao động hạng Ba.

NĂM 2021



Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ.

NĂM 2023



TS. Nguyễn Quốc Hùng, Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam nhận giải thưởng Nhà lãnh đạo xuất sắc châu Á 2023.

NĂM 2024



Thứ trưởng Bộ Tư pháp Nguyễn Thanh Tịnh trao Bằng khen của Bộ trưởng Bộ Tư pháp cho ông Nguyễn Quốc Hùng - Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam.

NĂM 2025



TS. Nguyễn Quốc Hùng vinh dự nhận giải thưởng "Nhà lãnh đạo tiên phong thế kỷ XXI về đổi mới" tại Diễn đàn Khoa học và Kinh tế toàn cầu, Dubai, 08/5/2025.

Với những đóng góp xuất sắc cho ngành ngân hàng, ông được Đảng và Nhà nước trao tặng nhiều phần thưởng cao quý: Huân chương Lao động hạng Ba, Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ, Huy hiệu 30 năm tuổi Đảng. Bên cạnh đó, ông còn được các tổ chức quốc tế vinh danh, tiêu biểu là danh hiệu "Nhà lãnh đạo xuất sắc châu Á 2023" trong khuôn khổ Diễn đàn Kinh tế quốc tế ASIA, tổ chức tại Singapore vào ngày 06/10/2023; "Nhà lãnh đạo tiên phong thế kỷ XXI về đổi mới" do Hội đồng Thương mại và Công nghệ toàn cầu trao tặng trong Khuôn khổ Diễn đàn Khoa học và Kinh tế toàn cầu tổ chức tại Dubai năm 2025.

Người thuyền trưởng tài ba của Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam

Ra đời theo Quyết định số 247/TTg ngày 14/5/1994 của Thủ tướng Chính phủ, Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam là một trong những tổ chức nghề nghiệp được thành lập sớm nhất trong tiến trình đổi mới đất nước. Sự xuất hiện của Hiệp hội đã đánh dấu bước trưởng thành quan trọng của hệ thống Tài chính - Ngân hàng Việt Nam, chính thức thiết lập một tổ chức đại diện cho cộng đồng các tổ chức tín dụng, làm cầu nối giữa doanh nghiệp và Nhà nước nhằm bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các tổ chức hội viên, thúc đẩy sự ổn định, an toàn và hiệu quả của hệ thống ngân hàng - trụ cột tài chính quốc gia.

Kể từ khi được tín nhiệm giữ trọng trách Phó Chủ tịch, Tổng Thư ký Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam (VNBA), TS. Nguyễn Quốc Hùng đã ghi dấu ấn đậm nét với tư duy chiến lược, hành động thực tiễn và tinh thần đổi mới không ngừng. Dưới sự dẫn dắt của ông, Hiệp hội đã không ngừng nâng cao vị thế, đồng thời là đối tác đáng tin cậy của cộng đồng ngân hàng trong nước và quốc tế. Hiện nay, VNBA có 76 tổ chức hội viên; Cơ quan Thường trực với 8 ban, đơn vị chuyên môn và một số tổ chức trực thuộc như: Ủy ban Chính sách, Ủy ban Công nghệ, Ủy ban Rủi ro, Chi hội Thẻ ngân hàng, CLB Pháp chế, CLB Tài chính tiêu dùng, CLB Fintech, CLB AMC.



Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam Nguyễn Thị Hồng, Thống đốc Ngân hàng Trung ương Lào Buonluea Sinxayvoravong, Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam Nguyễn Quốc Hùng và các đại biểu tại Hội thảo cấp cao của Ngân hàng Trung ương Lào và IMF tổ chức tại Luang Prabang, CHDCND Lào, tháng 4/2024.



Lễ ký kết hợp tác chiến lược giữa Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam và Hiệp hội Blockhain Việt Nam, ngày 26/10/2022.

Ngay khi đại dịch COVID-19 bùng phát, TS. Nguyễn Quốc Hùng đã thể hiện khả năng điều hành linh hoạt, nhạy bén và quyết đoán. Với tầm nhìn bao quát và sự am hiểu sâu sắc thực tiễn, ông cùng Hiệp hội chủ động đề xuất, tham mưu và triển khai hàng loạt giải pháp kịp thời nhằm hỗ trợ doanh nghiệp và người dân vượt qua khủng hoảng. Hàng triệu khách hàng được cơ cấu lại thời hạn trả nợ, miễn giảm lãi suất, giữ nguyên nhóm nợ - một chiến lược đầy tính nhân văn nhưng vẫn đảm bảo sự ổn định tài chính. Đồng thời, ông tích cực phản biện chính sách, đề xuất hoàn thiện cơ chế cho gói tái cấp vốn 16.000 tỷ đồng, góp phần cải thiện khả năng tiếp cận vốn của doanh nghiệp trong thời kỳ khó khăn.

Không chỉ dừng lại ở vai trò hỗ trợ và bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các tổ chức hội viên, TS. Nguyễn Quốc Hùng còn đặc biệt chú trọng đến chuyển đổi số và cải cách thể chế - hai trụ cột phát triển bền vững của ngành ngân hàng hiện đại. Tháng 10/2022, ông chủ trì Diễn đàn cấp cao "Ngành Ngân hàng chủ động và tiên phong tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0" - một sự kiện quy mô lớn, quy tụ các ngân hàng, công ty Fintech và chuyên gia hàng đầu. Tại đây, ông nhấn mạnh rằng chuyển đổi số không còn là lựa chọn, mà là điều kiện tiên quyết để nâng cao trải nghiệm khách hàng, tăng



Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam Nguyễn Quốc Hùng trao quà kỷ niệm cho ông Helder Lopes, Thống đốc Ngân hàng Trung ương Timor-Leste.

năng suất lao động và đảm bảo an toàn hệ thống trong kỷ nguyên số.

Ở khía cạnh hoàn thiện môi trường pháp lý, tháng 6/2024, ông chủ trì cuộc họp Ban soạn thảo Bộ Quy tắc ứng xử trong hoạt động thu hồi nợ - văn kiện mang ý nghĩa thiết lập chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp và chuyên nghiệp hóa hoạt động thu hồi nợ của các tổ chức tín dụng. Đây không chỉ là nỗ lực giảm thiểu rủi ro pháp lý, mà còn góp phần nâng cao hình ảnh ngành ngân hàng, hướng đến một nền văn hóa tín dụng văn minh, bền vững.

Với tinh thần đối thoại cởi mở và kiến tạo chính sách, TS. Nguyễn Quốc Hùng còn chủ trì nhiều cuộc họp và hội thảo quan trọng xoay quanh khung pháp lý cho hoạt động ngân hàng, nổi bật là tọa đàm "Nghị định 94/2025/NĐ-CP và cơ hội cho Fintech Việt Nam" vào tháng 06/2025, với sự tham gia của các cơ quan soạn thảo, tổ chức tín dụng và đại diện doanh nghiệp công nghệ. Những chia sẻ và định hướng của ông tại đây góp phần giúp cộng đồng tài chính - công nghệ hiểu rõ vai trò của pháp lý trong định hình môi trường kinh doanh minh bạch và an toàn, đồng thời thúc đẩy áp dụng các giải pháp số hóa như eKYC, định danh điện tử và thanh toán không tiền mặt.

Ở bình diện quốc tế, TS. Nguyễn Quốc Hùng là người đại diện Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam tham gia các hội nghị và diễn đàn đối ngoại. Tiêu biểu là sự kiện thúc đẩy hợp tác dịch vụ ngân hàng giữa Việt Nam và Ấn Độ vào tháng 3/2024 tại Hà Nội. Tại đây, ông phát biểu chào mừng và điều phối thảo luận với các đối tác lớn như State Bank of India, HSBC, Amazon Web Services và nhiều doanh nghiệp Ấn Độ - Việt Nam. Ông nhấn mạnh rằng quan hệ hợp tác ngân hàng song phương đóng vai trò chiến lược trong việc mở rộng giao thương, thu hút đầu tư và tăng cường tiếp cận tài chính cho doanh nghiệp hai nước. Ngoài ra, ông còn tham dự Hội thảo cấp cao của Ngân hàng Trung ương Lào phối hợp với Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) tổ chức tại Luang Prabang vào tháng 4/2024; "Ngày Việt Nam - Đối thoại Việt Nam lần thứ nhất" tại Đức ngày 19/11/2024…

Không chỉ là một nhà lãnh đạo có tầm nhìn và bản lĩnh, TS. Nguyễn Quốc Hùng còn là người truyền cảm hứng cho thế hệ kế cận trong ngành Ngân hàng. Ông thường xuyên tham gia giảng dạy, chia sẻ tại các diễn đàn chuyên môn, các khóa đào tạo cán bộ nguồn, đóng vai trò cầu nối giữa kinh nghiệm thực tiễn và tư duy cải cách. Ở ông hội tụ hài hòa giữa chiều sâu chuyên môn, tính chiến lược và khả năng thích ứng với thời đại số. Mới đây nhất, ông đảm nhiệm vai trò diễn giả khai mạc tại sự kiện "Thúc đẩy cuộc cách mạng AI trong Tài chính - Ngân hàng 2025" do GreenNode và NVIDIA đồng tổ chức

Gần 40 năm cống hiến không ngừng nghỉ, TS. Nguyễn Quốc Hùng là hình mẫu tiêu biểu cho tinh thần đổi mới, trách nhiệm và tận tụy của ngành Ngân hàng Việt Nam. Ông chính là biểu tượng sống động cho bản lĩnh người làm ngân hàng trong thời kỳ hội nhập - kiên định, linh hoạt, nhân văn và luôn hướng tới phát triển bền vững. Với bề dày kinh nghiệm và trái tim đầy tâm huyết, ông đang tiếp tục đưa Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam vững bước trên hành trình hội nhập sâu rộng và hiện đại hóa toàn diện. ★



TS. Nguyễn Quốc Hùng chủ trì Tọa đàm cấp cao Chiến lược xây dựng hạ tầng dữ liệu linh hoạt và bền vững cho ngân hàng Việt Nam, ngày 09/7/2025.

CÔNG TY CỔ PHẦN DƯỢC VÀ VẬT TƯ THÚ Y HANVET

Hành trình vươn tầm thế giới



Từ một xí nghiệp nhỏ, gần như khởi đầu với "hai bàn tay trắng" khi nền kinh tế còn nhiều khó khăn, Công ty Cổ phần Dược và Vật tư Thú y (viết tắt là Hanvet) đã viết nên câu chuyện vươn lên đầy ấn tượng. Trải qua gần bốn thập kỷ phát triển, đến nay, Công ty trở thành doanh nghiệp khoa học công nghệ sản xuất dược phẩm và vắc xin thú y hàng đầu Việt Nam và thế giới. Hành trình ấy là minh chứng sống động cho tinh thần đổi mới, ý chí bền bỉ và khát vọng vươn tầm của lãnh đạo và tập thể cán bộ, nhân viên Công ty.

37	+300	12	ISO	+30
Với 37 năm xây dựng và phát triển	Hơn 300 sản phẩm	Dây chuyền GMP-WHO	9001:2015 ISO 17025 ISO 14644	Xuất khẩu đến hơn 30 nước trên thế giới







Từ khởi đầu gian khó

Công ty Cổ phần Dược và Vật tư Thú y (Hanvet) tiền thân là Xí nghiệp Bao bì và Dụng cụ thú y, thành lập ngày 01/10/1988. Ra đời trong bối cảnh đất nước còn nhiều khó khăn, nền kinh tế Việt Nam đang trong giai đoạn bị cấm vận, khan hiếm lương thực và hàng hóa; người dân phải xếp hàng dài để mua gạo, rau, từng thùng nước. Trong dòng chảy ấy, Hanvet khởi đầu với số vốn ít ỏi và một tập thể lao động phần lớn chưa qua đào tạo chuyên môn. Với tinh thần không ngại khó, không ngại khổ, dám tìm lối đi riêng, Công ty từng bước đứng vững trên thị trường. Những năm đầu, Công ty sử dụng lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh vật tư và gia công bao bì để đảm bảo đời sống cán bộ nhân viên; đầu tư vào nghiên cứu, sản xuất các sản phẩm dược thú y đầu tiên. Trong 10 năm đầu hoạt động với tư cách doanh nghiệp nhà nước, Hanvet đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 40%/năm, một con số đáng kinh ngạc trong giai đoạn đầy thách thức và khó khăn.

Năm 1999, Công ty là đơn vị đầu tiên ở miền Bắc được Nhà nước cấp phép cổ phần hóa và chính thức đổi tên thành Công ty Cổ phần Dược và Vật tư Thú y (Hanvet). Với phương châm "Chất lượng là sức sống của Hanvet", Công ty kiên trì tích lũy tài chính, tập trung nghiên cứu đầu tư sản xuất dược phẩm, luôn nằm trong top đầu doanh nghiệp sản xuất dược thú y ở Việt Nam.



Công ty Cổ phần Dược và Vật tư Thú y (Hanvet) được vinh danh trong Top 10 thương hiệu nổi tiếng ASEAN năm 2025.



Đến thương hiệu vươn tầm quốc tế

Suốt gần bốn thập kỷ hình thành và phát triển, Hanvet luôn kiên định lấy tri thức và công nghệ làm nền tảng cho sự tăng trưởng bền vững. Dưới sự dẫn dắt của ban lãnh đạo và tinh thần đồng lòng của toàn thể cán bộ, công nhân viên, Công ty đã viết nên hành trình "đoàn kết vượt khó, tạo dựng những thành tựu đầy tự hào". Từ những ngày đầu chỉ với chưa đến 100 nhân sự và số vốn vỏn vẹn vài nghìn USD, đến nay Hanvet đã trở thành doanh nghiệp quy mô với hơn 800 nhân sự, giá trị vốn hóa lên đến hàng trăm triệu USD.

Đặc biệt, trong thập kỷ gần đây, Công ty tập trung đầu tư nghiên cứu và phát triển các sản phẩm công nghệ sinh học như vắc xin, kháng thể, probiotic - những giải pháp thân thiện môi trường, phù hợp với chiến lược quốc gia về giảm sử dụng kháng sinh trong chăn nuôi và hướng tới sản xuất an toàn, bền vững.

Với hệ thống nghiên cứu - sản xuất hiện đại cùng đội ngũ nhân lực trình độ cao, Hanvet đã vươn lên trở thành một trong những doanh nghiệp sản xuất vắc xin thú y hàng đầu Việt Nam và khu vực Đông Nam Á. Năng lực nghiên cứu và kiểm định chất lượng của Công ty được giới chuyên môn quốc tế đánh giá cao, minh chứng bằng việc sở hữu 16 dây chuyền sản xuất đạt chuẩn GMP-WHO, hơn 300 sản phẩm dược phẩm, 15 loại vắc xin dành cho lợn, 15 loại cho gia cầm - thủy cầm, 4 loại cho thú cảnh cùng nhiều kháng thể đặc hiệu.

Các sản phẩm nổi bật như Han-Stapen, Hanoxylin, Han-Clamox, Han-Tuxin hay chế phẩm diệt côn trùng Hantox, Hancyctox đã khẳng định thương hiệu Hanvet trên thị trường quốc tế, hiện diện tại hơn 30 quốc gia như Nga, Hàn Quốc, Thái Lan, Myanmar, UAE, Mông Cổ và nhiều nước châu Phi. Đặc biệt, các vắcxin và kháng thể nổi tiếng như vắcxin tai xanh cho lợn, vắcxin dại chó,

vắcxin Care-Parvo cho chó, Hanvet KTV, Hanvet KTG, Hanvet KT.Dog… đã được vinh danh bằng nhiều giải thưởng khoa học - công nghệ uy tín.

Không dừng ở lĩnh vực sản xuất thuốc và vắcxin thú y, Công ty còn đầu tư phát triển hệ thống bệnh viện thú cảnh tại các thành phố lớn như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Cần Thơ, Hải Phòng, tỉnh Quảng Ninh; đồng thời, mở rộng sang ngành dịch vụ khách sạn với hệ thống Khách sạn Hanvet tại Hải Phòng, Xuân Thành, Phú Quốc (quy mô hơn 400 phòng đạt chuẩn 4 sao) cùng hơn 10 khách sạn mini khác tại Hà Nội, góp phần đa dạng hóa hoạt động kinh doanh và nâng cao giá trị thương hiệu.

Song song với phát triển sản xuất, kinh doanh, Công ty luôn coi trọng trách nhiệm xã hội và chăm lo đời sống người lao động. Công ty duy trì môi trường làm việc "xanh - sạch - đẹp", bảo đảm thu nhập ổn định, đời sống ngày càng nâng cao cho nhân sự. Mỗi năm, Hanvet dành hàng tỷ đồng cho các chương trình thiện nguyện: trao học bổng Hanvet cho sinh viên Học viện Nông nghiệp Việt Nam, Đại học Nông Lâm Thái Nguyên, hỗ trợ học sinh tại Hoàn Kiếm, Đông Anh, Đan Phượng; đồng hành cùng chương trình "Trái tim cho em" phẫu thuật tim cho trẻ em có hoàn cảnh khó khăn; xây nhà kiên cố cho người nghèo...

Với những đóng góp cho ngành Dược - Thú y tại Việt Nam, Công ty Cổ phần Dược và Vật tư Thú y Hanvet được Nhà nước, các bộ, ban, ngành ghi nhận bằng nhiều phần thưởng cao quý: Huân chương Lao động hạng Ba cho Công ty và cho TS Nguyễn Hữu Vũ - Chủ tịch HĐQT, Tổng Giám đốc Công ty; bằng khen của Thủ tướng Chính phủ, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Bộ Tài chính, UBND Thành phố Hà Nội, UBND tỉnh Hưng Yên cùng nhiều giải thưởng uy tín về đổi mới sáng tạo, sản phẩm khoa học - công nghệ… Những thành tựu này không chỉ khẳng định uy tín thương hiệu Hanvet, mà còn ghi dấu những đóng góp thiết thực cho sự phát triển của ngành Nông nghiệp Việt Nam.



Đồng hành cùng chương trình "Trái tim cho em", hàng năm Hanvet đã tài trợ nhiều ca mổ tim cho các em có hoàn cảnh khó khăn, mắc bệnh tim bẩm sinh.

Với tầm nhìn chiến lược, năng lực công nghệ vượt trội và triết lý phát triển bền vững, Hanvet không chỉ là niềm tự hào của ngành dược - vắc xin thú y Việt Nam mà còn góp phần đưa trí tuệ Việt vươn tầm quốc tế. Sự thành công của Công ty Cổ phần Dược và Vật tư Thú y (Hanvet) không chỉ là câu chuyện của một doanh nghiệp, mà còn là biểu tượng của ý chí tự lực, tinh thần sáng tạo và khát vọng vươn lên của người Việt Nam. ★


Nhà máy Hanvet tại Khu công nghiệp Phố Nối A, tỉnh Hưng Yên.



Khách sạn Hanvet.

CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN HOA BINH MINH

Vững bước cùng khát vọng Việt Nam hùng cường

Hơn ba thập kỷ xây dựng và phát triển, một hành trình chưa dài nhưng đủ để khắc ghi dấu ấn của một thương hiệu Việt bền bỉ, kiên cường và không ngừng vươn lên. Từ những kho hàng xi măng khiêm tốn giữa vùng Trung du miền núi phía Bắc, Hòa Bình Minh đã vươn mình mạnh mẽ trở thành một tập đoàn kinh tế đa ngành, góp phần tô đậm bản đồ doanh nghiệp tư nhân Việt Nam trong thời kỳ đổi mới và hội nhập. Đây không chỉ là hành trình của một doanh nghiệp mà còn là biểu tượng cho ý chí, trí tuệ và khát vọng vươn mình của người Việt - khát vọng kiến tạo một Việt Nam hùng cường, phồn vinh và thịnh vượng trong kỷ nguyên mới.



Công ty Cổ phần Tập đoàn Hòa Bình Minh đón nhận Huân chương Lao động hạng Nhất, ngày 17/10/2025.



Ông Bùi Minh Lực - Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Tập đoàn Hòa Bình Minh nhận Huân chương Lao động hạng Nhất năm 2023.

Kiến tạo nền tảng vững chắc từ tầm nhìn chiến lược

Được thành lập vào tháng 04/1993 với tiền thân là Công ty TNHH Hòa Bình, sau hơn 32 năm, Công ty Cổ phần Tập đoàn Hòa Bình Minh đã vươn lên trở thành một trong những doanh nghiệp tư nhân hàng đầu Việt Nam. Hiện nay, Hòa Bình Minh đã hiện diện tại 25 trên tổng số 34 tỉnh, thành phố trong cả nước, hình thành hệ sinh thái kinh doanh đa ngành gồm: vật liệu xây dựng, ôtô - xe máy, nông nghiệp công nghệ cao, khách sạn - du lịch và đầu tư hạ tầng khu công nghiệp. Với tầm nhìn trở thành Tập đoàn thương mại - dịch vụ - đầu tư hàng đầu Việt Nam, Hòa Bình Minh đang tiếp tục khẳng định bản lĩnh, trí tuệ và khát vọng cống hiến, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội và nâng tầm vị thế doanh nghiệp Việt trên trường quốc tế.

Khởi đầu từ vật liệu xây dựng, ngành nghề gắn liền với sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, Công ty Cổ phần Tập đoàn Hòa Bình Minh sớm khẳng định vị thế trong vai trò nhà phân phối xi măng hàng đầu khu vực Trung du và miền núi phía Bắc cho các thương hiệu lớn như Thép Hòa Phát, Chinfon, Hoàng Long, Long Sơn. Cùng với đó, hệ thống phân phối gạch ốp lát, sắt thép, thiết bị nội thất ngày càng được mở rộng, vươn lên Top 5 doanh nghiệp có mạng lưới bán hàng lớn nhất Việt Nam. Hiện, Công ty sở hữu hơn 50 kho hàng, cửa hàng thép, xi măng, gạch ốp lát phủ rộng 25 tỉnh, thành, tạo nền tảng vững chắc cho chiến lược phát triển đa ngành. Với mạng lưới phân phối rộng khắp cùng chiến lược phát triển bền vững, Hòa Bình Minh không chỉ giữ vững

vị thế tiên phong trong lĩnh vực phân phối vật liệu xây dựng, nhiều năm có sản lượng phân phối thép xây dựng Hoà Phát số 01 Việt Nam trở thành biểu tượng của sự tin cậy, uy tín và phát triển bền vững.

Với mạng lưới phân phối rộng khắp cùng chiến lược phát triển bền vững, Hòa Bình Minh không chỉ giữ vững vị thế tiên phong trong lĩnh vực vật liệu xây dựng, mà còn trở thành biểu tượng của sự tin cậy, uy tín và phát triển bền vững trên thị trường Việt Nam.

Nhạy bén trước xu thế thị trường, Hòa Bình Minh nhanh chóng mở rộng sang lĩnh vực ôtô, xe máy và tạo dựng dấu ấn khác biệt. Giai đoạn 1998 - 1999 đánh dấu bước ngoặt quan trọng trong hành trình phát triển của Hòa Bình Minh, khi doanh nghiệp trở thành nhà phân phối ủy nhiệm đầu tiên của Honda tại Yên Bái và Lào Cai. Những năm sau đó Công ty tiếp tục mở rộng mạng lưới đại lý Head Honda tại Phú Thọ (bao gồm cả Vĩnh Phúc cũ), Hải Phòng, Đồng Nai, Thành phố Hồ Chí Minh (bao gồm cả Bình Dương cũ), Tây Ninh, Ninh Thuận (nay là Khánh Hòa) khẳng định vị thế tiên phong trên thị trường xe máy tại Việt Nam.



Lễ khai trương nhà phân phối ủy quyền 3S Mitsubishi Motors tại Bắc Giang (nay là tỉnh Bắc Ninh), ngày 19/4/2025.



Đại lý Toyota Hòa Bình Minh - Yên Bái (nay là tỉnh Lào Cai).



Ông Bùi Quang Minh - Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Tập đoàn Hòa Bình Minh, Phó Chủ tịch HĐQT, Giám đốc Công ty CP Thương mại dịch vụ ôtô Hòa Bình Minh nhận giải thưởng Top 10 doanh nhân được Giải thưởng Sao đỏ 2025.

Không dừng lại ở đó, năm 2010, Hòa Bình Minh tiếp tục mở rộng sang ngành hàng ôtô với sự ra đời của Hyundai Hà Đông, mở đầu cho hành trình chinh phục thị trường xe bốn bánh. Đến nay, Công ty sở hữu 70 cửa hàng xe máy và 21 đại lý ôtô chính hãng, phân phối các thương hiệu hàng đầu như Toyota, Honda, Hyundai, Kia, Mazda, Mitsubishi, BYD và VinFast. Với quy mô ngày càng mở rộng, doanh nghiệp hiện nằm trong Top 5 hệ thống đại lý bán lẻ và dịch vụ ôtô lớn nhất Việt Nam, khẳng định tầm vóc và năng lực quản trị của một tập đoàn kinh tế tư nhân tầm cỡ.

Với sự bản lĩnh và năng động, Tập đoàn còn đẩy mạnh đầu tư vào các lĩnh vực khách sạn, dịch vụ, hạ tầng khu công nghiệp, một hướng đi bền vững, thể hiện tầm nhìn dài hạn.

Chuyển đổi số, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Trong thời đại công nghệ 4.0, Công ty Cổ phần Tập đoàn Hòa Bình Minh xác định chuyển đổi số là chìa khóa nâng cao năng lực cạnh tranh. Tập đoàn tiên phong ứng dụng các hệ thống quản trị hiện đại như SAP, ERP, CRM; đồng thời số hóa toàn bộ quy trình vận hành, quản lý kho bãi, chuỗi cung ứng và chăm sóc khách hàng. Năm 2024, đánh dấu bước tiến lớn của khi doanh nghiệp hoàn tất triển khai hệ thống quản trị dữ liệu tập trung, kết nối toàn bộ đơn vị thành viên trong một nền tảng thống nhất, giúp tối ưu hóa chi phí, nâng cao hiệu suất lao động và minh bạch thông tin.

Song song với chuyển đổi công nghệ, Hòa Bình Minh còn đặc biệt chú trọng đầu tư và nguồn nhân lực, yếu tố cốt lõi của sự phát triển bền vững.



Văn phòng Công ty Cổ phần Tập đoàn Hòa Bình Minh tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Tập đoàn hiện có hơn 3.500 cán bộ, nhân viên, Hòa Bình Minh luôn có Chính sách đào tạo, luân chuyển nội bộ và khuyến khích sáng tạo được triển khai sâu rộng, giúp đội ngũ nhân sự luôn năng động, thích ứng nhanh với biến động thị trường. Mức thu nhập bình quân năm 2024 đạt hơn 11 triệu đồng/người/tháng, phản ánh sự quan tâm thiết thực của doanh nghiệp đối với người lao động.

Triết lý "Chủ động - Hành động - Đam mê - Kết nối - Thành công" không chỉ là kim chỉ nam trong hoạt động sản xuất kinh doanh mà còn là giá trị văn hóa gắn kết tập thể Hòa Bình Minh thành một khối thống nhất. Văn hóa doanh nghiệp cởi mở, tôn trọng con người và đề cao hiệu quả thực chất đã tạo nền tảng vững chắc cho mọi bước tiến của Tập đoàn trong hơn ba thập kỷ qua. Bên cạnh đó, tinh thần "Doanh nghiệp vì cộng đồng" cũng trở thành một phần không thể tách rời trong triết lý phát triển của Hòa Bình Minh, "tích luỹ, kinh doanh, mở rộng, phát triển bền vững gắn với trách nhiệm xã hội". Hòa Bình Minh luôn xem đó là sứ mệnh song hành cùng sự phát triển của doanh nghiệp. Mỗi năm, Tập đoàn dành từ 01 - 02 tỷ đồng cho các chương trình thiện nguyện, hỗ trợ người nghèo, xây dựng nhà tình nghĩa,đồng hành cùng địa phương trong các hoạt động phúc lợi và giáo dục. Trong giai đoạn dịch COVID-19, Hòa Bình Minh đã ủng hộ 17 tỷ đồng cho Quỹ vắc-xin phòng chống dịch, hỗ trợ hàng ngàn suất quà cho y bác sĩ, lực lượng tuyến đầu và người dân vùng dịch.



Đại diện Công ty CP Xe máy Hòa Bình Minh và Quỹ Nam Phương trao quà cho các em học sinh nghèo vượt khó tại Trường Tiểu học Hậu Mỹ Trinh, xã Hậu Mỹ Trinh, huyện Cái Bè, tỉnh Hậu Giang (nay là xã Hậu Mỹ, tỉnh Đồng Tháp), ngày 27/8/2022.

Vững vàng bản lĩnh Việt, khát vọng vươn tầm quốc gia

Với sự bền bỉ, nỗ lực không ngừng, tập thể Ban Lãnh đạo và Công ty Cổ phần Tập đoàn Hòa Bình Minh nhận được nhiều phần thưởng, danh hiệu cao quý: Huân chương Lao động hạng Nhất trao tặng cho ông Bùi Minh Lực, Chủ tịch HĐQT (năm 2023), Huân chương Lao động hạng Nhất cho Công ty Cổ phần Tập đoàn Hòa Bình Minh (năm 2025), Huân chương Lao động hạng Nhì giai đoạn 2014 - 2018, Cờ Thi đua của Chính phủ từ năm 2005 - 2016, Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ; Top 500 Doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam (VNR500) suốt 13 năm liên tiếp 2011 - 2024). Đây không chỉ là sự ghi nhận cho thành công về kinh tế mà còn là minh chứng cho bản lĩnh, trí tuệ và niềm tự hào của doanh nghiệp Việt trên con đường hội nhập.

Trên nền tảng thành công đã đạt được, Công ty Cổ phần Tập đoàn Hòa Bình Minh tiếp tục khẳng định bản lĩnh của một doanh nghiệp tiên phong, năng động, sáng tạo và có trách nhiệm. Mỗi công trình, mỗi sản phẩm, mỗi bước đi của Hòa Bình Minh đều mang dấu ấn của tinh thần Việt Nam. Bước vào kỷ nguyên mới, Công ty Cổ phần Tập đoàn Hòa Bình Minh định hướng phát triển theo ba trụ cột: đa dạng hóa lĩnh vực kinh doanh, ứng dụng công nghệ - đổi mới sáng tạo, và gắn tăng trưởng với phát triển bền vững. Công ty đặt mục tiêu đến năm 2030 trở thành một trong những tập đoàn tư nhân hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực thương mại - dịch vụ - đầu tư, đồng thời từng bước mở rộng hướng đến các thị trường quốc tế.

Hơn ba mươi hai năm nhìn lại, từ những ngày đầu gian khó đến khi trở thành một tập đoàn đa ngành uy tín, Công ty Cổ phần Tập đoàn Hòa Bình Minh vẫn luôn kiên định với tôn chỉ "phát triển cùng đất nước, phụng sự xã hội và kiến tạo giá trị cho cộng đồng". Hành trình ấy không chỉ là câu chuyện thành công của một doanh nghiệp mà còn là minh chứng sống động cho sức mạnh của khát vọng Việt - khát vọng vươn mình trong thời đại mới. ★

Vietravel
YOUR JOURNEY - YOUR VALUE

Khẳng định vai trò tiên phong trên hành trình kiến tạo du lịch bền vững



Ba thập kỷ bền bỉ đồng hành cùng sự phát triển của ngành Du lịch, Công ty Cổ phần Du lịch Vietravel (Vietravel) đã khẳng định vị thế là doanh nghiệp lữ hành hàng đầu Việt Nam. Trong bối cảnh ngành Du lịch Việt Nam đứng trước những bước phát triển, chuyển mình mạnh mẽ mô hình tăng trưởng, yêu cầu tái cấu trúc sau đại dịch và hội nhập quốc tế, Công ty đã lấy chuyển đổi số và phát triển bền vững làm trụ cột chiến lược.



Ông Nguyễn Quốc Kỳ - Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Du lịch Vietravel.

Nhân dịp xuất bản ấn phẩm "Việt Nam - Kỷ nguyên vươn mình", chúng tôi có cuộc trao đổi với ông Nguyễn Quốc Kỳ - Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Du lịch Vietravel, người được xem là một trong những doanh nhân đặt nền móng cho ngành lữ hành Việt Nam. Cuộc trò chuyện không chỉ hé mở hành trình tái cấu trúc mô hình kinh doanh của Vietravel, mà còn gợi mở những suy ngẫm sâu sắc về trách nhiệm của doanh nghiệp du lịch trong việc kiến tạo giá trị bền vững cho quốc gia, cộng đồng và thế hệ tương lai.





Ông Trần Đoàn Thế Duy - Phó Chủ tịch HĐQT, Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Du lịch Vietravel đại diện nhận giải thưởng "50 doanh nghiệp tiêu biểu có thương hiệu và sản phẩm chủ lực của Thành phố Hồ Chí Minh", ngày 15/04/2025.

Thưa ông, chuyển đổi số và phát triển bền vững đang là xu thế tất yếu của ngành Du lịch toàn cầu. Ông có thể chia sẻ về hành trình này của Vietravel và những thay đổi nổi bật mà Vietravel đã đạt được?

Trong 30 năm xây dựng và phát triển, chúng tôi luôn xác định nguyên tắc "Đi trước đón đầu", bởi nếu không đi trước, chúng ta sẽ tự đánh mất lợi thế ngay trên sân nhà. Vì vậy, chuyển đổi số và phát triển bền vững không phải là khẩu hiệu nhất thời, mà là hai trụ cột chiến lược Vietravel kiên trì theo đuổi trong nhiều năm qua.

Về chuyển đổi số, Vietravel dịch chuyển từ tư duy "bán tour" sang xây dựng hệ sinh thái dịch vụ xoay quanh dữ liệu và trải nghiệm khách hàng. Chúng tôi tập trung xây dựng nền tảng dữ liệu, ứng dụng AI vào tư vấn hành trình, gợi ý sản phẩm theo nhu cầu, tối ưu vận hành và chăm sóc khách hàng đa kênh. Quy trình đặt tour, thanh toán, hậu mãi được số hóa sâu, giúp khách hàng có thể lên kế hoạch chuyến đi, thanh toán và nhận thông tin hành trình một cách chủ động, thuận tiện và minh bạch hơn.

Ở chiều ngược lại, phát triển bền vững là "lăng kính" để chúng tôi soi chiếu mọi quyết định. Ba trụ cột "Doanh nghiệp xanh - Doanh nghiệp số - Doanh nghiệp kết nối sâu" được cụ thể hóa trong cả sản phẩm lẫn vận hành: từ việc ưu tiên các hành trình phát thải thấp, hạn chế nhựa dùng một lần, gắn tour với bảo tồn thiên nhiên - văn hóa - cộng đồng, đến việc đồng hành cùng địa phương trong các chương trình xúc tiến điểm đến, lễ hội, sự kiện văn hóa.

Nhờ vậy, sau đại dịch Covid-19, Vietravel không chỉ phục hồi nhanh hơn mặt bằng chung mà còn nâng cao chất lượng sản phẩm, đa dạng hóa dòng tour (du lịch xanh, wellness, du lịch sự kiện, du lịch gia đình - Gen Z...) và tăng mức độ gắn kết với khách hàng. Tôi cho rằng hành trình chuyển đổi số gắn với phát triển bền vững giúp Vietravel bước vào giai đoạn tăng trưởng mới, nhưng quan trọng hơn, nó tạo ra giá trị dài hạn cho khách hàng, đối tác và chính các điểm đến mà chúng tôi đang phục vụ.

Vietravel được xem là doanh nghiệp tiên phong trong việc xây dựng mô hình du lịch thông minh, hướng đến cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng. Ông có thể chia sẻ rõ hơn về định hướng này và cách Vietravel đang thực hiện trong giai đoạn mới?

Tư duy cốt lõi của chúng tôi là lấy khách hàng làm trung tâm của mọi quyết sách. Bởi mỗi người đều bước vào hành trình du lịch với những kỳ vọng, sở thích và mức độ trải nghiệm rất khác nhau. Chính vì vậy, Vietravel chủ động tiên phong ứng dụng chuyển đổi số để nâng tầm trải nghiệm khách hàng, biến dữ liệu thành hiểu biết, biến công nghệ thành giá trị. "Your Journey - Your Value" không chỉ là tuyên ngôn thương hiệu, mà là định hướng chiến lược giúp chúng tôi chuyển từ tư duy bán sản phẩm sang thiết kế những trải nghiệm cá nhân hóa, linh hoạt và giàu cảm xúc cho từng nhóm khách hàng trong thời đại số.



Vietravel tham dự Hội nghị Lữ hành toàn quốc năm 2025.

Về mặt chiến lược, mô hình du lịch thông minh mà Vietravel hướng tới dựa trên ba tầng: dữ liệu - công nghệ - sản phẩm. *Thứ nhất,* dữ liệu cho phép chúng tôi hiểu khách hàng ở nhiều khía cạnh: thói quen du lịch, khả năng chi tiêu, nhu cầu nghỉ dưỡng hay khám phá, mức độ quan tâm đến các giá trị văn hóa - thiên nhiên… *Thứ hai,* công nghệ (AI, automation, hệ thống CRM, nền tảng bán hàng đa kênh) giúp biến dữ liệu đó thành các gợi ý hành trình, nhắc lịch, tư vấn trước - trong - sau chuyến đi một cách chủ động và kịp thời. *Thứ ba,* hệ sinh thái sản phẩm được tái thiết kế theo chủ đề: du lịch xanh - bền vững, wellness - sức khỏe, du lịch sự kiện - giải trí, du lịch cao cấp, du lịch gia đình trẻ - Gen Z… để khách hàng có thể tìm thấy hành trình "đúng mình" nhất.

Trên thực tế, Vietravel đã triển khai khá sớm các nền tảng bán tour trực tuyến, ứng dụng di động, hệ thống chăm sóc khách hàng 24/7; đồng thời, kết nối sâu với mạng lưới đối tác hàng không, lưu trú, giải trí, bán lẻ để tạo ra các "combo giá trị" chứ không chỉ là một gói tour đơn thuần. Điều này giúp chúng tôi cá nhân hóa trải nghiệm từ khâu gợi ý sản phẩm đến lúc khách trở về nhà vẫn tiếp tục được chăm sóc, lắng nghe và đồng hành trong các hành trình kế tiếp.

Tôi tin rằng trong giai đoạn mới, doanh nghiệp du lịch nào thấu hiểu khách hàng hơn, cá nhân hóa tốt hơn, mang lại nhiều giá trị "ngoài khung tour" hơn, doanh nghiệp đó sẽ giành được lợi thế. Đó cũng chính là con đường mà Vietravel đang kiên định theo đuổi: kết hợp công nghệ với bản sắc dịch vụ, để mỗi chuyến đi đều trở thành một trải nghiệm đáng nhớ và có ý nghĩa đối với từng người.



Công ty Cổ phần Du lịch Vietravel vinh dự nhận giải thưởng "Thương hiệu mạnh Việt Nam 2025".

Ông có thể chia sẻ tầm nhìn và thông điệp mà ông muốn gửi đến cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là thế hệ doanh nhân trẻ trong hành trình cùng đất nước vươn mình mạnh mẽ?

Tôi thường nói rằng, doanh nghiệp Việt Nam hôm nay đang đứng trước một "cửa sổ cơ hội" rất đặc biệt: thế giới biến động, chuỗi cung ứng dịch chuyển, công nghệ thay đổi từng ngày, nhưng đó cũng là lúc những mô hình mới, thương hiệu mới có thể bứt phá.

Nhìn lại hành trình 30 năm của Vietravel, điều giữ chúng tôi đứng vững không chỉ là mô hình kinh doanh, mà là ba yếu tố: con người bền bỉ, văn hóa tiên phong và niềm tin của khách hàng - đối tác. Trong những giai đoạn khó khăn nhất, chính đội ngũ và văn hóa doanh nghiệp đã giúp chúng tôi không bỏ cuộc, dám đi những bước đi mới, từ việc mở đường cho các dòng tour mới, tham gia tổ chức các sự kiện tầm quốc gia, đến việc dấn thân mạnh mẽ vào chuyển đổi số và tái định vị thương hiệu.



Công ty Cổ phần Du lịch Vietravel thực hiện Chương trình vì cộng đồng dành cho học sinh, sinh viên tỉnh Tây Ninh và tỉnh Bình Dương (nay là Thành phố Hồ Chí Minh) và tỉnh Đồng Nai với chủ đề "Giữ sự sống nhỏ, giữ triệu màu xanh", ngày 14/6/2025.



Công ty Cổ phần Du lịch Vietravel hỗ trợ kinh phí sửa chữa Trường THCS Nguyễn Huệ, tỉnh Quảng Nam (nay là thành phố Đà Nẵng), khắc phục hậu quả thiên tai do bão lũ.



Ông Nguyễn Quốc Kỳ - Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Du lịch Vietravel nhận Bằng khen "Doanh nhân tiêu biểu" do UBND Thành phố Hồ Chí Minh trao tặng, ngày 11/10/2025.

Với cộng đồng doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nhân trẻ, tôi cho rằng có ba điều rất quan trọng. Thứ nhất, phải có tầm nhìn dài hạn và sự kiên định với giá trị cốt lõi của mình - đừng chỉ chạy theo con số ngắn hạn. Thứ hai, phải chủ động hội nhập vào "kỷ nguyên xanh và số": nếu không xem ESG, chuyển đổi số, trải nghiệm khách hàng là trụ cột chiến lược thì rất khó cạnh tranh trong 5 - 10 năm tới. Thứ ba, doanh nghiệp tư nhân Việt Nam cần ý thức rõ vai trò của mình trong câu chuyện phát triển đất nước: mỗi dự án, mỗi sản phẩm, mỗi việc làm tạo ra đều đang góp phần định hình vị thế Việt Nam trên bản đồ thế giới.

Thông điệp mà tôi muốn gửi gắm rất giản dị: hãy làm doanh nghiệp bằng cả trách nhiệm với xã hội và niềm tự hào dân tộc. Khi chúng ta dám nghĩ lớn, dám làm, tôn trọng luật chơi và xem khách hàng là trung tâm, thì không chỉ doanh nghiệp phát triển bền vững, mà đất nước cũng sẽ bước vào một kỷ nguyên vươn mình mạnh mẽ hơn, tự tin hơn trên trường quốc tế. Vietravel chỉ là một trong những mảnh ghép của bức tranh đó, nhưng chúng tôi luôn sẵn sàng đồng hành, chia sẻ và cùng cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam đi tiếp chặng đường phía trước.

Trân trọng cảm ơn ông!

Tròn ba thập kỷ hình thành và phát triển của Vietravel là hành trình in đậm dấu ấn của ông Nguyễn Quốc Kỳ - doanh nhân tiên phong bền bỉ theo đuổi khát vọng đưa du lịch Việt Nam ra thế giới bằng một thương hiệu bản sắc, chuyên nghiệp và có trách nhiệm.

Từ một doanh nghiệp lữ hành khởi nghiệp trong bối cảnh ngành du lịch còn manh mún, ông đã dẫn dắt Vietravel trở thành một hệ sinh thái du lịch hiện đại, tích hợp, phục vụ hàng triệu lượt du khách trong và ngoài nước. Quan trọng hơn, ông đã sớm định hình tư duy "làm du lịch bằng khát vọng quốc gia", coi mỗi hành trình không chỉ là sản phẩm dịch vụ, mà là một kênh quảng bá hình ảnh, văn hóa và giá trị Việt Nam ra thế giới.

Trong bối cảnh đất nước bước vào kỷ nguyên vươn mình, vai trò của những doanh nhân như ông Nguyễn Quốc Kỳ càng trở nên rõ nét. Đó là thế hệ dám nghĩ lớn, dám đi trước, kiên trì theo đuổi phát triển bền vững và đặt lợi ích của doanh nghiệp song hành cùng quốc gia. Hành trình của ông không chỉ là câu chuyện thành công của một cá nhân hay một thương hiệu, mà là minh chứng sinh động cho khát vọng đưa du lịch Việt Nam thực sự vươn tầm khu vực và thế giới. ★



"Chúng tôi mong muốn Việt Nam có thương hiệu du lịch toàn cầu, kiến tạo giá trị sống cho người dân".

Ông Nguyễn Quốc Kỳ - Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Du lịch Vietravel phát biểu tại Hội nghị Thương hiệu Forbes 2025.



DOANH NHÂN

PHẠM VĂN HIẾN



NGƯỜI MANG *"hồn Việt"* RA THẾ GIỚI



Với khát vọng đưa thương hiệu du lịch Việt Nam vươn tầm quốc tế, doanh nhân Phạm Văn Hiến đã dành trọn tâm huyết để xây dựng The Anam, khu nghỉ dưỡng cao cấp do chính người Việt sáng lập và điều hành. Từ ý tưởng mang đậm tinh thần tự hào dân tộc, ông đưa The Anam trở thành điểm đến được vinh danh trên nhiều bảng xếp hạng uy tín toàn cầu; đồng thời, là thành viên của mạng lưới khách sạn sang trọng hàng đầu thế giới. Không dừng lại ở chất lượng dịch vụ, ông còn chú trọng vào việc phát triển bền vững và trách nhiệm xã hội, khẳng định hình ảnh người doanh nhân Việt Nam hiện đại - bản lĩnh, nhân văn và tiên phong.

Nhân dịp xuất bản ấn phẩm "Việt Nam - Kỷ nguyên vươn mình", chúng tôi có cuộc trao đổi cùng ông Phạm Văn Hiến để lắng nghe những chia sẻ của ông về hành trình kiến tạo nên biểu tượng của tinh hoa Việt trong lĩnh vực du lịch nghỉ dưỡng cao cấp.



ĐƯỢC BIẾT, ÔNG THEO HỌC CHUYÊN NGÀNH KỸ THUẬT, VẬY CƠ DUYÊN NÀO ĐƯA ÔNG ĐẾN VỚI Ý TƯỞNG XÂY DỰNG THE ANAM? ĐÂU LÀ ĐỘNG LỰC GIÚP ÔNG KIÊN ĐỊNH THEO ĐUỔI GIẤC MƠ ẤY?

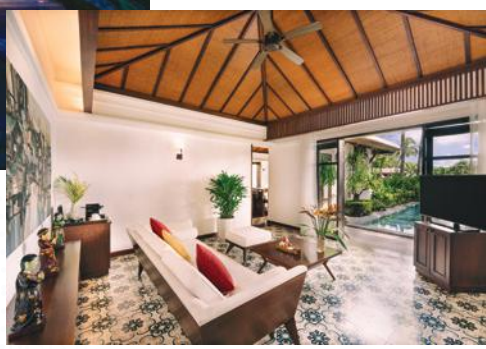
Tôi xuất thân từ ngành kỹ thuật nhưng lại bén duyên với nghề dịch vụ du lịch. Sau khi hoàn tất chương trình học tại Việt Nam, tôi nhận được học bổng du học và sau đó bảo vệ thành công luận án Tiến sĩ Vật lý tại Cộng hòa Séc. Khi trở về, niềm đam mê kinh doanh đưa tôi đến với ngành Dịch vụ du lịch. Tôi thành lập Công ty CP Du lịch và Dịch vụ Hàng không Biển Đông (East Sea Group) tại 8 quốc gia ở châu Âu và châu Á, chuyên cung cấp các giải pháp du lịch toàn diện, từ bán hàng, đại diện cho các hãng hàng không đến hệ thống phân phối toàn cầu và các giải pháp công nghệ du lịch trực tuyến. Quá trình làm việc trong môi trường quốc tế giúp tôi có cơ hội trải nghiệm nhiều mô hình khách sạn khác nhau và từ đó, hình thành niềm say mê đặc biệt với ngành công nghiệp không khói.

Tôi luôn trăn trở: Tại sao Việt Nam có nhiều cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp, con người thân thiện mà lại hiếm những khu nghỉ dưỡng cao cấp mang bản sắc Việt do người Việt làm chủ? Câu hỏi ấy luôn thôi thúc tôi tìm câu trả lời.

Cơ duyên đến khi tôi đặt chân tới vùng đất Bãi Dài ở Cam Ranh vào năm 2012. Khu đất ven biển rộng 12ha, với cảnh quan nguyên sơ, thanh bình khiến tôi hình dung về một khu nghỉ dưỡng mang tầm quốc tế nhưng phải rất Việt Nam. Tôi quyết tâm xây dựng một thương hiệu nghỉ dưỡng do chính người Việt sáng lập và vận hành, không nhượng quyền, không vay mượn tên tuổi nước ngoài. Đó là cách tôi thể hiện lòng tự hào dân tộc. Và từ khát vọng ấy, The Anam ra đời. Đến nay, chúng tôi đã phát triển The Anam Cam Ranh, The Anam Mũi Né, Axi Plaza và sắp tới sẽ mở rộng đến Phú Yên (nay là Đắk Lắk).







THE ANAM ĐƯỢC BIẾT ĐẾN VỚI SỰ HÒA QUYỆN GIỮA TINH HOA KIẾN TRÚC, VĂN HÓA VIỆT NAM VÀ TIÊU CHUẨN DỊCH VỤ QUỐC TẾ. ÔNG CÓ THỂ CHIA SẺ TRIẾT LÝ THIẾT KẾ VÀ VẬN HÀNH ĐÃ TẠO NÊN BẢN SẮC RIÊNG ĐÓ?

Tôi luôn tâm niệm và tin rằng, một khu nghỉ dưỡng đẳng cấp không chỉ là nơi để lưu trú mà phải là không gian nơi du khách cảm nhận được linh hồn và văn hóa của vùng đất ấy. Với The Anam, tôi chọn thiết kế "Nét đẹp Đông Dương hòa quyện trong sự sang trọng hiện đại". Bởi, kiến trúc Đông Dương là sự giao thoa tinh tế giữa Á và Âu, vừa cổ điển sang trọng lại đậm hồn Việt.

Từ mái ngói mang phong cách cung đình Huế, những viên gạch khảm thủ công tinh xảo, đến những đồ dùng bằng gỗ từ nguồn trồng bền vững được các nghệ nhân hoàn thiện tỉ mỉ - mọi chi tiết đều được lựa chọn có chủ đích, để tạo nên không chỉ là một khu nghỉ dưỡng mà còn là câu chuyện được kể bằng kiến trúc và tâm hồn Việt. Các khu nghỉ dưỡng của chúng tôi tích hợp đầy đủ các tiêu chuẩn quốc tế về dịch vụ, an toàn, vận hành từ hệ thống spa, nhà hàng, đến quy trình phục vụ, quản lý khách hàng. Tôi muốn khách quốc tế khi đến The Anam không cảm thấy thiếu thốn bất cứ điều gì, nhưng vẫn thấy "à, đây là Việt Nam - một Việt Nam rất riêng!".

Trong vận hành, tôi luôn đặt con người là trung tâm. Dịch vụ tốt không chỉ đến từ kỹ năng, mà còn từ trái tim và sự tử tế. Tôi luôn nhắc nhở đội ngũ của mình: hãy đón khách như đón người thân về nhà. Chính sự chân thành và tinh tế trong từng chi tiết đã giúp The Anam tạo nên dấu ấn riêng biệt trong lòng du khách.

Để một thương hiệu nghỉ dưỡng Việt Nam có thể vươn tầm toàn cầu mà vẫn giữ được "hồn Việt", thương hiệu đó phải được xây dựng dựa vào bản sắc riêng vốn có, đảm bảo dịch vụ chuyên nghiệp, tận tâm và sáng tạo không ngừng, đồng thời "hồn Việt" phải được thể hiện một cách chân thật và tinh tế, không chạy theo trào lưu. The Anam là giấc mơ tôi đã theo đuổi với niềm tin đó. Và tôi tin, nếu nhiều người Việt khác cũng làm dịch vụ với tinh thần như vậy, thương hiệu Việt hoàn toàn có thể có chỗ đứng xứng đáng trên bản đồ nghỉ dưỡng thế giới.

THƯA ÔNG, BÊN CẠNH CÁC KHU NGHỈ DƯỠNG MANG THƯƠNG HIỆU "THE ANAM" ĐÃ ĐƯỢC ĐỊNH VỊ THƯƠNG HIỆU TRONG NGÀNH DU LỊCH, CHÚNG TÔI ĐƯỢC BIẾT TẬP ĐOÀN MỚI KHAI TRƯƠNG TRUNG TÂM MUA SẮM, GIẢI TRÍ VÀ SỰ KIỆN AXI PLAZA. VẬY, SỰ RA ĐỜI CỦA AXI PLAZA CÓ VAI TRÒ NHƯ THẾ NÀO TRONG HỆ SINH THÁI THE ANAM?



Axi Plaza là bước đi chiến lược trong việc hoàn thiện hệ sinh thái The Anam - nơi hội tụ đầy đủ các yếu tố từ nghỉ dưỡng, hội nghị, mua sắm đến ẩm thực và giải trí. Nếu The Anam Cam Ranh và The Anam Mũi Né khẳng định vị thế của chúng tôi trong lĩnh vực nghỉ dưỡng với phong cách Đông Dương thanh lịch và dịch vụ đạt chuẩn quốc tế thì Axi Plaza là mảnh ghép quan trọng để The Anam mở rộng sang lĩnh vực MICE và giải trí.

Axi Plaza không chỉ là một trung tâm hội nghị đa năng, mà còn là biểu tượng mới của Cam Ranh, nơi giao thoa giữa văn hóa, kiến trúc và trải nghiệm. Hình dáng chiếc thuyền thúng của tòa nhà vừa mang tính thẩm mỹ vừa là lời tri ân đối với nét văn hóa đặc trưng của vùng Duyên hải Việt Nam. Sự hiện diện của Axi Plaza giúp chúng tôi mang đến dịch vụ trọn gói và toàn diện hơn cho du khách, đồng thời góp phần nâng tầm Cam Ranh trở thành một điểm đến du lịch - MICE đẳng cấp của Việt Nam. Đây là cách chúng tôi khẳng định cam kết lâu dài trong việc xây dựng những công trình mang giá trị bền vững và tôn vinh di sản Việt.

ÔNG KỲ VỌNG ĐIỀU GÌ CHO THE ANAM TRÊN HÀNH TRÌNH HỘI NHẬP VÀ KHẲNG ĐỊNH VỊ THẾ TRÊN BẢN ĐỒ DU LỊCH THẾ GIỚI? VÀ XIN ÔNG CHIA SẺ THÊM VỀ NHỮNG HOẠT ĐỘNG CỘNG ĐỒNG CỦA QUỸ THE ANAM FOUNDATION.

Tôi kỳ vọng The Anam không chỉ được biết đến như một thương hiệu nghỉ dưỡng cao cấp, mà sẽ trở thành biểu tượng cho sự phát triển bền vững, mang đậm bản sắc Việt trên bản đồ du lịch thế giới. Hiện tại, chúng tôi đang phát triển hai khu nghỉ dưỡng cao cấp mới tại Phú Yên (nay là Đắk Lắk), nằm trên bờ biển tuyệt đẹp Bãi Xép. Khi lần đầu nhìn thấy khu đất này, tôi đã có cảm xúc phấn khích giống hệt như khi đặt chân đến Cam Ranh vào năm 2012. Hai khu nghỉ dưỡng đều sở hữu bãi biển riêng. Mỗi khu sẽ mang đến những giá trị và trải nghiệm khác nhau, nhưng đều thể hiện tinh thần cốt lõi của The Anam. Chúng tôi luôn nỗ lực giữ trọn tầm nhìn ban đầu của thương hiệu, đồng thời không ngừng đổi mới trong thiết kế, dịch vụ và phát triển bền vững.



Doanh nhân Phạm Văn Hiến cùng vợ nhận giải thưởng dành cho The Anam - Resort số 01 toàn cầu của Haute Grandeur 2019.

The Anam Foundation ra đời từ mong muốn mang lại những giá trị thiết thực và lâu dài cho cộng đồng xung quanh các khu nghỉ dưỡng The Anam. Tôi luôn tin rằng, khi doanh nghiệp lớn mạnh, cộng đồng quanh ta cũng phải cùng phát triển. Những dự án như trao tặng nhà tình thương tại Bình Thuận (nay là Lâm Đồng) là một phần trong hành trình hiện thực hóa tầm nhìn đó. Tôi vẫn nhớ mãi khoảnh khắc được nhìn thấy nụ cười và niềm xúc động của các gia đình khi được vào nhà mới. Một mái nhà mới, một cơ hội việc làm, hay một nụ cười được trao đi - tất cả đều là giá trị thật sự của phát triển bền vững.

Bên cạnh việc hỗ trợ những nhu cầu thiết yếu như nhà ở hay cơ sở hạ tầng, The Anam Foundation còn hướng tới các dự án lâu dài hơn như hỗ trợ nghệ nhân, doanh nghiệp nhỏ địa phương, hay chương trình đào tạo nghề cho người dân giúp họ có cơ hội làm việc và phát triển bền vững trong ngành du lịch. Mỗi năm, các khu nghỉ dưỡng The Anam đều trích một phần lợi nhuận để đóng góp cho Quỹ, tạo nguồn lực ổn định cho những hoạt động này.

VỚI KINH NGHIỆM HƠN MỘT THẬP KỶ ĐIỀU HÀNH LĨNH VỰC NGHỈ DƯỠNG CAO CẤP, ÔNG ĐÁNH GIÁ ĐÂU LÀ CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC LỚN NHẤT CHO DU LỊCH VIỆT NAM TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY?

Du lịch Việt Nam đang đứng trước cơ hội lớn khi ngày càng được bạn bè quốc tế biết đến như một điểm đến hấp dẫn với thiên nhiên kỳ vĩ, văn hóa đặc sắc và con người hiếu khách. Xu hướng du lịch hiện đại không chỉ hướng tới tiện nghi mà còn đề cao trải nghiệm văn hóa bản địa - và đó chính là lợi thế của chúng ta. Nếu biết khai thác và kể câu chuyện Việt Nam một cách tinh tế, chân thật, chúng ta hoàn toàn có thể tạo nên những thương hiệu nghỉ dưỡng mang tầm quốc tế nhưng vẫn đậm đà bản sắc dân tộc.

Tuy nhiên, thách thức cũng không nhỏ. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, sự đồng nhất trong mô hình khách sạn khiến bản sắc dễ bị phai nhạt. Ngoài ra, cần chú trọng hơn vào việc đào tạo nguồn nhân lực, gìn giữ văn hóa và kiến trúc bản địa, đồng thời ứng dụng công nghệ và tư duy quản lý hiện đại. Khi kết hợp được "nét quyến rũ Đông Dương" với "sự sang trọng hiện đại", Việt Nam hoàn toàn có thể vươn mình trở thành điểm đến nghỉ dưỡng hàng đầu thế giới.

Có thể thấy, hành trình của doanh nhân Phạm Văn Hiến cùng thương hiệu The Anam là minh chứng cho bản lĩnh, trí tuệ và tinh thần tự hào của người Việt trong kỷ nguyên hội nhập. Từ niềm tin vào giá trị Việt, Ông kiến tạo nên những công trình mang đậm "hồn Việt", góp phần nâng tầm vị thế Việt Nam trên bản đồ du lịch khu vực và thế giới. Hơn cả một doanh nhân thành đạt, doanh nhân Phạm Văn Hiến là người truyền cảm hứng về tinh thần dấn thân, sáng tạo và nhân văn, nơi phát triển kinh doanh luôn song hành cùng trách nhiệm xã hội và tình yêu quê hương, yêu Tổ quốc vô bờ bến. ★



The Anam Foundation trao tặng nhà tình thương tại xã Thuận Hòa, tỉnh Bình Thuận (nay là tỉnh Lâm Đồng), tháng 4/2025.

SEPON GROUP



KHÁT VỌNG KIẾN TẠO HỆ SINH THÁI TUẦN HOÀN

Được thành lập từ năm 1973, nơi "vùng đất lửa" Quảng Trị anh hùng, Công ty Cổ phần Tổng Công ty Thương mại Quảng Trị (Sepon Group) đã vươn mình, phát triển mạnh mẽ trở thành doanh nghiệp tiên phong trong phát triển nông nghiệp hữu cơ và kinh tế tuần hoàn tại Việt Nam. Vậy đâu là bí quyết để giúp Sepon Group biến mọi "chất thải thành tài nguyên", đồng hành cùng 60.000 hộ nông dân và lọt Top 500 doanh nghiệp tăng trưởng nhanh nhất Việt Nam.

Hành trình chuyển mình từ "vùng đất lửa"

Với khởi đầu từ Đại lý Bách hóa thực phẩm tỉnh Quảng Trị, Sepon Group trải qua chặng đường dài để chuyển đổi và thích ứng với các giai đoạn phát triển của đất nước. Bước ngoặt quan trọng đến vào ngày 31/12/2014, khi Công ty chính thức chuyển sang mô hình cổ phần với tên gọi mới Công ty Cổ phần Tổng Công ty Thương mại Quảng Trị (Sepon Group).

Sau hơn nửa thế kỷ xây dựng và phát triển, Sepon Group mở rộng thành 14 đơn vị trực thuộc với 7 nhà máy sản xuất đa ngành từ tinh bột sắn, cao su,



Sepon Group đón nhận Huân chương Độc lập hạng Nhì tại Lễ kỷ niệm 50 năm thành lập (1973 - 2023).



Ông Hồ Xuân Hiếu - Chủ tịch HĐQT Sepon Group đại diện Công ty nhận Bằng khen tại Đại hội Thi đua yêu nước tỉnh Quảng Trị lần thứ nhất, ngày 27/10/2025.

Bằng tầm nhìn dài hạn và tinh thần đổi mới, Sepon Group đã và đang hiện thực hóa khát vọng kiến tạo một hệ sinh thái nông nghiệp tuần hoàn - nơi con người, đất đai và thiên nhiên được kết nối hài hòa, nơi sự phát triển không chỉ đo bằng lợi nhuận, mà còn bằng những giá trị bền vững cho hôm nay và cho mai sau.

viên nén năng lượng đến thức ăn chăn nuôi và phân bón... Sự tăng trưởng mạnh mẽ của Công ty được thể hiện qua những con số ấn tượng: doanh thu thường niên đạt gần 1.500 tỷ đồng, đóng góp khoảng 100 tỷ đồng cho ngân sách nhà nước, tạo thu nhập bình quân 13 triệu đồng/tháng cho hàng nghìn lao động. Đồng hành cùng hơn 60.000 hộ nông dân, Sepon trở thành chỗ dựa bền vững, giúp bà con yên tâm sản xuất, gắn bó lâu dài với nông nghiệp.

Sự thành công, phát triển vượt bậc của Sepon Group có lẽ nằm ở triết lý phát triển độc đáo: biến điểm nghẽn thành cơ hội, biến chất thải thành tài nguyên. Công ty sáng tạo nên những mô hình sản xuất khép kín tiết kiệm nguồn lực và bảo vệ môi trường.

Ở vùng đồng bằng, Sepon Group kiến tạo chu trình tuần hoàn bắt đầu từ cây lúa. Tấm, cám từ nhà máy gạo trở thành thức ăn chăn nuôi; rơm rạ, trấu biến thành đệm sinh học trong chuồng trại; chất thải chăn nuôi quay về đồng ruộng bồi dưỡng cây trồng. Thịt, trứng, sữa từ trang trại đi vào hệ thống siêu thị, khách sạn, nhà hàng, tạo nên vòng tròn hoàn chỉnh từ đồng ruộng đến bàn ăn rồi trở về đồng ruộng.

Trên miền núi, mô hình sản xuất tinh bột sắn lại mở ra một vòng tuần hoàn khác, giúp đồng bào dân tộc thiểu số thoát nghèo và vươn lên làm giàu trên chính mảnh đất của mình. Chất thải nhà máy sắn (nước thải, bã thải, rác thải) được Công ty xử lý triệt để đem lại hiệu quả kinh tế cao: bã sắn sấy khô để làm thức ăn gia súc; nước thải được xử lý lấy biogas để đốt lò thay than đá và hồi lưu để tái sử dụng, trước khi thải ra môi trường để nuôi cá, tăng thu nhập cho người lao động. Rác thải từ vỏ gỗ củ sắn dùng sản xuất phân bón bón ngược lại cho cây sắn. Như vậy, vòng tròn khép kín từ cây sắn, Sepon Group phục vụ lại cho cây sắn, vòng tuần hoàn khép kín ấy đã biến chất thải thành tài nguyên, hao phí thành lợi nhuận, mang lại sinh kế bền vững cho hàng vạn hộ nông dân.

Điều làm nên nét riêng của Sepon Group không chỉ ở quy mô hay doanh thu, mà ở triết lý phát triển xanh - tuần hoàn - bền vững. Trong từng mô hình, không có sản phẩm thừa, không có nguồn lực nào bị lãng phí; tất cả đều được vận dụng tối đa để tạo ra lợi ích cho doanh nghiệp, người dân và xã hội.

Đặc biệt, từ năm 2022 đến nay, Công ty Cổ phần Tổng Công ty Thương mại Quảng Trị (Sepon Group) đã chủ động nghiên cứu, triển khai thực hiện Nghị quyết 162 của HĐND tỉnh Quảng Trị, phối hợp chặt chẽ với các ngành chức năng và địa phương để xây dựng mô hình liên kết sản xuất, bao tiêu lúa hữu cơ. Mô hình được triển khai nhằm khuyến khích nông dân chuyển đổi sang phương thức sản xuất sạch, an toàn, thân thiện với môi trường, góp phần nâng cao giá trị nông sản và cải thiện thu nhập cho người trồng lúa.

Thông qua chuỗi liên kết, người nông dân có được đầu ra ổn định, doanh nghiệp chủ động nguồn nguyên liệu chất lượng để xây dựng và phát triển thương hiệu gạo hữu cơ Sepon. Bằng cách

thực hiện các mô hình mẫu, Sepon Group đã tạo nên sự đồng thuận, thống nhất trong nhận thức và hành động giữa doanh nghiệp và các hộ nông dân để từ đó nhân rộng mô hình trồng lúa hữu cơ trên địa bàn toàn tỉnh. Kết quả cho thấy, từ năm 2022 đến nay, diện tích sản xuất lúa hữu cơ và lúa theo hướng hữu cơ đạt gần 750ha, sản lượng xấp xỉ 3.800 tấn; người dân tăng thu nhập bình quân 6 - 8 triệu đồng/ha so với canh tác truyền thống.



Lễ ký kết hợp tác giữa Sepon Group và Công ty Finmor (Ấn Độ).



Sepon Group hướng tới mục tiêu Net Zero vào năm 2050 bằng cách xuất khẩu lô hàng viên năng lượng giảm phát thải thấp đầu tiên sang Nhật Bản, ngày 06/9/2025.

Ông Hồ Xuân Hiếu, Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Tổng Công ty Thương mại Quảng Trị chia sẻ: "Hoạt động sản xuất nông nghiệp hữu cơ là một lĩnh vực rất mới đối với bà con nông dân trên cả nước. Muốn sản xuất nông nghiệp theo hướng hữu cơ cần phải hướng dẫn bà con nông dân từng khâu từ đất, nước, giống lúa cho đến kỹ thuật canh tác, từ đó sau một thời gian chăm sóc mới cho ra được sản phẩm đạt chuẩn hữu cơ. Đồng thời, cần phải đầu tư các trang thiết bị kỹ thuật tiến để tạo ra các sản phẩm đạt chất lượng và đáp ứng các tiêu chí, yêu cầu theo tiêu chuẩn hữu cơ trong nước và trên thế giới… Từ đây, các sản phẩm hữu cơ mới có thị trường tiêu thụ rộng lớn."

Thuyền trưởng Hồ Xuân Hiếu Kiến trúc sư của sự thành công

Đứng sau thành công của Sepon Group là "thuyền trưởng" Hồ Xuân Hiếu - biểu tượng của bản lĩnh, trí tuệ và tầm nhìn chiến lược. Từ vị trí cán bộ kỹ thuật năm 2003, ông trải qua các cương vị từ Quản đốc, Giám đốc nhà máy, Tổng Giám đốc đến Chủ tịch HĐQT hiện tại. Dưới sự điều hành quyết liệt, sáng suốt của ông, giai đoạn 2016 - 2024, doanh thu của Công ty tăng vọt hơn 227% (từ 705 tỷ đồng lên 1.600 tỷ đồng), thu nhập bình quân người lao động đạt 12 triệu đồng/tháng. Đặc biệt, năm 2024, Sepon Group vinh dự lọt Top 500 doanh nghiệp tăng trưởng nhanh nhất Việt Nam.

Doanh nhân Hồ Xuân Hiếu không chỉ mở rộng quy mô mà còn tiên phong ứng dụng công nghệ hiện đại. Từ họp trực tuyến đa phương tiện, trí tuệ nhân tạo trong kinh doanh đến các sáng kiến kỹ thuật như hệ thống sấy nông sản bằng gỗ nén, đầu đốt đa năng tiết kiệm năng lượng, bộ truyền thông

"Quỹ cho con" của Sepon Group trao giấy chứng nhận bảo trợ và hỗ trợ tài chính cho các học sinh có hoàn cảnh đặc biệt khó khăn tại Đakrông, tỉnh Quảng Trị.





Nhà máy chế biến mủ cao su Cam Lộ.



Sepon Group vinh dự đón nhận danh hiệu "Doanh nghiệp tiêu biểu vì người lao động" năm 2025.



Lễ ký kết giữa Sepon Group và PhuTho Seed về tạo chuỗi giá trị gia tăng cho lúa, gạo hữu cơ giống J02, ngày 23/9/2025.

Zero Export cho điện mặt trời... Những đổi mới này giúp doanh nghiệp tiết kiệm hàng tỷ đồng mỗi năm và giảm thiểu tác động môi trường.

Xuyên suốt quá trình làm việc, doanh nhân Hồ Xuân Hiếu luôn chú trọng và đặt triết lý "con người là tài sản quý nhất" làm trọng tâm của sự phát triển doanh nghiệp. Sepon Group xây dựng văn hóa doanh nghiệp dựa trên liêm chính, trách nhiệm và sáng tạo. Nhiều năm liền, Công ty được vinh danh "doanh nghiệp tiêu biểu vì người lao động". Hàng năm, doanh nghiệp dành hàng chục tỷ đồng chăm lo đời sống người lao động: trả lương thưởng đầy đủ, tổ chức du lịch trong và ngoài nước, xây dựng nhà ở, bếp ăn tập thể, khám sức khỏe định kỳ, đào tạo kỹ năng nghề. Trong giai đoạn dịch Covid-19, Sepon Group đã chi hơn 37 tỷ đồng để hỗ trợ người lao động, đồng thời triển khai nhiều chính sách nhân văn như trợ cấp gạo, hỗ trợ tài chính cho người tạm hoãn hợp đồng. Bên cạnh đó, Công ty còn duy trì nhiều quỹ xã hội như: "Quỹ cho con" đến nay đã nuôi dưỡng 129 trẻ có hoàn cảnh khó khăn đến 18 tuổi, "Quỹ vượt khó" hỗ trợ vay vốn lãi suất 0% cho công nhân xây nhà, "Quỹ tấm lòng Sepon" giúp người lao động gặp rủi ro, cùng hàng loạt hoạt động thiện nguyện, hiến máu nhân đạo, hỗ trợ bà con vùng thiên tai, dịch bệnh.

Với bản lĩnh, trí tuệ và trái tim vì cộng đồng, doanh nhân Hồ Xuân Hiếu đã đưa Sepon Group trở thành doanh nghiệp tiêu biểu của Quảng Trị, nhiều lần được Nhà nước, Chính phủ khen thưởng nhiều phần thưởng cao quý: Huân chương Độc lập hạng Nhì; Huân chương Độc lập hạng Ba; Huân chương Lao động hạng Nhất; Huân chương Lao động hạng Nhì; Huân chương Lao động hạng Ba; Giải thưởng Sao vàng Đất Việt; Doanh nghiệp vì người lao động; Nơi làm việc tốt nhất châu Á... Ông không chỉ là một nhà quản lý giỏi, mà còn là người thuyền trưởng tài ba, luôn vững tay lái đưa con tàu Sepon Group vượt qua sóng gió, vươn mình mạnh mẽ trong kỷ nguyên hội nhập. ★



Quy trình tuần hoàn khép kín tại nhà máy tinh bột sắn.

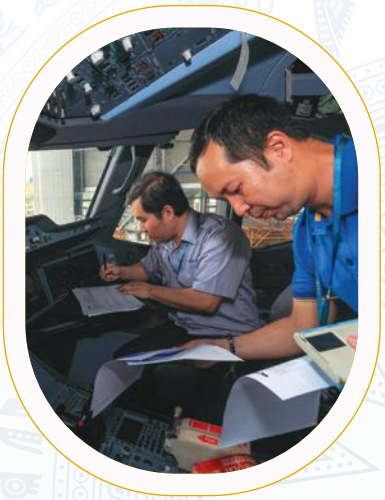
VAECO
A SUBSIDIARY OF VIETNAM AIRLINES



CÔNG TY TNHH MTV KỸ THUẬT MÁY BAY - VAECO







KHÁT VỌNG TRỞ THÀNH
Trung tâm BẢO DƯỠNG MÁY BAY HÀNG ĐẦU Đông Nam Á

Nếu Vietnam Airlines là lá cờ tiên phong của hàng không Việt Nam trên bản đồ quốc tế, thì Công ty TNHH MTV Kỹ thuật máy bay (gọi tắt là VAECO) chính là "bộ não" kỹ thuật, là lực lượng thầm lặng đảm bảo an toàn bay - yếu tố sống còn của mọi hãng hàng không. Sau gần hai thập kỷ hình thành và phát triển, VAECO bứt phá mạnh mẽ, từng bước khẳng định vị thế là doanh nghiệp hàng đầu cả nước trong lĩnh vực bảo dưỡng - sửa chữa máy bay (MRO), phấn đấu trở thành trung tâm kỹ thuật hàng không hàng đầu khu vực Đông Nam Á; góp phần đưa Việt Nam bước vào kỷ nguyên mới của hội nhập và phát triển.



Làm chủ công nghệ bảo dưỡng hiện đại



VAECO hoàn thành hợp đồng bảo dưỡng 04 tàu bay Airbus A350 của Lufthansa Airlines (DLH), đáp ứng đầy đủ yêu cầu kỹ thuật của khách hàng cũng như tiêu chuẩn nghiêm ngặt của Cơ quan An toàn Hàng không châu Âu (EASA), ngày 28/02/2025.

Được thành lập năm 2008, trên cơ sở hợp nhất các đơn vị kỹ thuật trực thuộc Vietnam Airlines, Công ty TNHH MTV Kỹ thuật máy bay đối mặt với không ít khó khăn: cơ sở vật chất hạn chế, nguồn nhân lực kỹ thuật chất lượng cao chưa dồi dào, cạnh tranh từ các trung tâm MRO quốc tế gay gắt trong khi nhu cầu bảo dưỡng của đội bay ngày càng lớn. Tuy nhiên, bằng chiến lược phát triển đúng hướng, Công ty từng bước xây dựng năng lực tự chủ, làm chủ quy trình, công nghệ và chuẩn hóa toàn diện hệ thống kỹ thuật.

Nếu như hơn một thập kỷ trước, phần lớn máy bay của Vietnam Airlines phải đưa ra nước ngoài để thực hiện các gói bảo dưỡng nặng, gây tốn kém chi phí và thời gian khai thác, thì hiện nay VAECO hoàn toàn đảm nhiệm khối lượng công việc này trong nước. Không chỉ phục vụ đội bay của Vietnam Airlines, Công ty còn mở rộng dịch vụ cho hơn 80 hãng hàng không quốc tế, một con số thể hiện đẳng cấp và uy tín của Việt Nam trên bản đồ dịch vụ hàng không toàn cầu.

Với đội ngũ kỹ thuật viên được đào tạo bài bản và sở hữu chứng chỉ của các nhà chức trách hàng không hàng đầu thế giới, VAECO đã được FAA (Hoa Kỳ), EASA (châu Âu) và CAAV (Việt Nam) phê chuẩn năng lực bảo dưỡng nhiều chủng loại máy bay hiện đại. Công ty có khả năng thực hiện các cấp bảo dưỡng từ A-check đến D-check cho các dòng Airbus A320, A321, A350, Boeing 787 - những chủng loại được đánh giá là phức tạp nhất hiện nay. Việc làm chủ các dòng tàu bay công nghệ cao thể hiện rằng đội ngũ kỹ sư Việt Nam đã tiếp cận, làm chủ và vận hành được các quy trình kỹ thuật thuộc nhóm tiên tiến hàng đầu thế giới. Việc Lufthansa, hãng hàng không quốc gia Đức, tiêu chuẩn 5 sao, lớn thứ hai châu Âu lựa chọn gửi tàu bay đến Việt Nam để bảo dưỡng là minh chứng mạnh mẽ nhất. Đồng thời, Công ty cũng đang từng bước mở rộng sang lĩnh vực bảo dưỡng động cơ và APU - mảng dịch vụ mang tính chuyên sâu cao và là hướng đi chiến lược của các trung tâm MRO lớn trên thế giới.

Trong kỷ nguyên chuyển đổi số, VAECO tiên phong ứng dụng công nghệ vào quản lý kỹ thuật và quy trình bảo dưỡng nhằm nâng cao năng suất và độ chính xác. Từ tháng 4/2024, Công ty đưa phần mềm AMOS vào vận hành, đánh dấu bước tiến quan trọng trong kiểm soát kỹ thuật, vật tư và lịch bảo dưỡng. Thời gian tới, Công ty tiếp tục triển khai Nhật ký kỹ thuật điện tử E-Techlog, góp phần rút ngắn thời gian tàu bay nằm sân, nâng cao an toàn và giá trị khai thác cho các hãng hàng không.

Bên cạnh việc tập trung phát triển nội lực, VAECO còn đẩy mạnh hợp tác với các tập đoàn MRO hàng đầu thế giới nhằm trao đổi công nghệ, chuẩn hóa quy trình và mở rộng dịch vụ. Những nỗ lực này giúp VAECO đảm bảo an toàn bay cho các hãng hàng không Việt Nam, khẳng định vị thế, uy tín trên trường quốc tế.



VAECO thực hiện thành công việc bảo dưỡng định kỳ Check 1ICC + 2ICC cho tàu bay B787 của Hãng hàng không Korean Air (KE), ngày 30/12/2024.



Nguồn nhân lực chất lượng cao nền tảng tạo nên sức mạnh cạnh tranh

Tại VAECO, con người luôn được xác định là yếu tố cốt lõi làm nên năng lực cạnh tranh bền vững. Đội ngũ kỹ sư và kỹ thuật viên của Công ty phần lớn là lao động chất lượng cao, giàu kinh nghiệm và được đào tạo chuyên sâu trong lĩnh vực bảo dưỡng máy bay. Để giữ chân người lao động, đặc biệt là những nhân sự có trình độ cao, VAECO đã triển khai nhiều giải pháp thiết thực và hiệu quả.

Thứ nhất, xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, cởi mở, nơi mỗi nhân viên đều có cơ hội phát triển bản thân và được ghi nhận. Chế độ đãi ngộ, phúc lợi hấp dẫn cùng với các chính sách khen thưởng linh hoạt, công bằng là những yếu tố quan trọng giúp tạo động lực cho người lao động gắn bó lâu dài với công ty.

Thứ hai, đặc biệt chú trọng việc xây dựng và phát triển nguồn nhân lực kế cận. Công ty có các chương trình đào tạo liên tục cho đội ngũ kỹ thuật viên và kỹ sư trẻ, bao gồm cả việc cử đi học tập ở nước ngoài, giúp họ làm chủ được các công nghệ mới và có khả năng ứng dụng hiệu quả trong công việc hàng ngày.



VAECO & VACS tổ chức thành công sự kiện Lễ khởi công hai dự án trọng điểm tại Cảng Hàng không quốc tế Long Thành, ngày 15/6/2025.



Hãng hàng không China Southern Airlines trao Giải thưởng "Đối tác cung cấp dịch vụ bảo dưỡng tốt nhất" của Hãng cho VAECO, ngày 26/6/2024.



Hội nghị đồng hợp "Tìm giải pháp giảm gián đoạn khai thác tàu bay của khối bảo dưỡng ngoại trường, Công ty VAECO", ngày 02 - 03/10/2025.

Thứ ba, Công ty phối hợp với các nhà chức trách hàng không, các khách hàng để tổ chức các khóa đào tạo, cấp chứng chỉ cho nhân viên, giúp họ nắm bắt được những công nghệ và kỹ thuật mới nhất trong ngành.

Với tư duy lấy con người làm trọng tâm, VAECO đang xây dựng được đội ngũ nhân lực vững chuyên môn, giàu bản lĩnh và sẵn sàng đáp ứng mọi yêu cầu khắt khe của ngành hàng không toàn cầu. Ban lãnh đạo Công ty tin rằng, việc kết hợp giữa chính sách nhân sự toàn diện, chiến lược đào tạo dài hạn và tiếp cận công nghệ hiện đại sẽ giúp VAECO không chỉ giữ chân được đội ngũ nhân lực chất lượng cao mà còn liên tục phát triển nguồn nhân lực đủ sức đáp ứng các yêu cầu ngày càng cao của ngành hàng không quốc tế.

Ứng phó thách thức toàn cầu bản lĩnh của một trung tâm

MRO hiện đại



VAECO và Cục Hàng không Việt Nam ký kết Hợp đồng đầu tư trong việc thực hiện Dự án đầu tư xây dựng và kinh doanh dịch vụ bảo dưỡng tàu bay số 1 tại Cảng Hàng không quốc tế Long Thành, ngày 31/12/2024.

Trong bối cảnh thế giới thiếu hụt linh kiện, phụ tùng và động cơ máy bay, VAECO đã chủ động triển khai hàng loạt giải pháp đồng bộ như: tối ưu quản lý kho vật tư, bảo đảm dự trữ chiến lược các linh kiện thiết yếu; mở rộng mạng lưới nhà cung cấp để đa dạng nguồn linh kiện và giảm phụ thuộc, phát triển năng lực tái sử dụng, phục hồi linh kiện, góp phần tiết giảm chi phí. Đồng thời, Công ty ứng dụng công nghệ số để dự báo nhu cầu vật tư, kiểm soát chất lượng và bảo đảm tiến độ bảo dưỡng cho khách hàng. Nhờ đó, hoạt động kỹ thuật của Vietnam Airlines và các hãng bay quốc tế tại Việt Nam vẫn được duy trì ổn định, an toàn, dù thị trường toàn cầu chịu nhiều biến động.

Việc Cảng Hàng không quốc tế Long Thành chuẩn bị vận hành mở ra cơ hội lịch sử để Việt Nam xây dựng một hệ sinh thái hàng không hoàn chỉnh, trong đó MRO giữ vai trò cốt lõi. Trong chiến lược của Vietnam Airlines, VAECO được giao nhiệm vụ chủ lực triển khai tổ hợp hangar bảo dưỡng hiện đại bậc nhất khu vực tại Long Thành.

VAECO dự kiến đầu tư hệ thống nhà xưởng, trang thiết bị kỹ thuật hiện đại đạt chuẩn quốc tế, đủ sức tiếp nhận nhiều chủng loại máy bay quốc tế và thực hiện các gói bảo dưỡng chuyên sâu. Đồng thời, doanh nghiệp đặt mục tiêu xây dựng trung tâm đào tạo kỹ thuật hàng không tầm khu vực, góp phần đáp ứng nhu cầu nhân lực chất lượng cao trong bối cảnh ngành MRO toàn cầu đang thiếu hụt nghiêm trọng. Sự xuất hiện của trung tâm bảo dưỡng hàng không tại Long Thành mang ý nghĩa kinh tế, giảm chi phí cho các hãng bay, thu hút thị trường quốc tế. Đây còn là bước tiến chiến lược nâng tầm vị thế Việt Nam trong chuỗi giá trị hàng không thế giới.

> "Trước đây, toàn bộ đội bay của Vietnam Airlines đều bảo dưỡng ở nước ngoài. Đến hôm nay, các nước đó lại gửi máy bay về Việt Nam để thực hiện bảo dưỡng, giúp VAECO mở rộng thị trường, đội ngũ kỹ sư có cơ hội tiếp cận những yêu cầu cao nhất thế giới để nâng cao năng lực và tay nghề".
>
> 
>
> **Ông Trần Quốc Hoài, Tổng Giám đốc VAECO.**

Từ nền tảng vững chắc về năng lực kỹ thuật, công nghệ hiện đại, nguồn nhân lực tài năng và chiến lược phát triển bài bản, VAECO đang từng bước hiện thực hóa khát vọng trở thành trung tâm bảo dưỡng máy bay hàng đầu khu vực Đông Nam Á. Những nỗ lực kiên trì của Công ty góp phần đảm bảo an toàn bay nhiệm vụ tối thượng của ngành hàng không, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh và tự chủ của Việt Nam trong lĩnh vực công nghệ cao.

Trong bối cảnh đất nước bước vào kỷ nguyên mới của hội nhập và phát triển, VAECO không chỉ đại diện cho năng lực kỹ thuật của ngành hàng không, mà còn là biểu tượng của trí tuệ, bản lĩnh và tầm vóc Việt Nam trên trường quốc tế. Đây chính là một trong những lực đẩy quan trọng giúp Việt Nam tự tin vươn mình mạnh mẽ trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc. ★



VAECO hoàn thành sửa chữa thiết bị Nacelle đầu tiên, ngày 10/6/2024.

CÔNG TY CP BỘT GIẶT LIX

TỰ HÀO TRUYỀN THỐNG, VỮNG BƯỚC TƯƠNG LAI



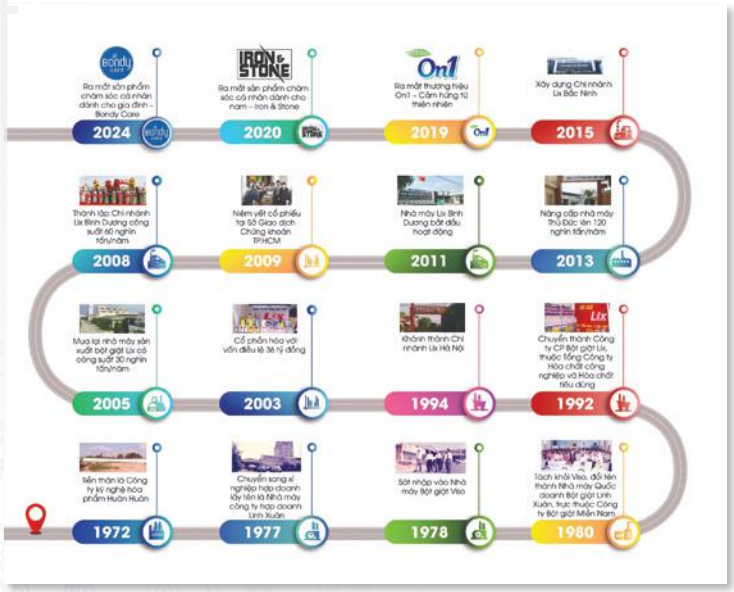




Năm 1972, giữa những năm tháng chiến tranh ác liệt, khi đất nước còn ngổn ngang vết thương bom đạn, tại miền Nam đã hình thành một doanh nghiệp tư nhân sản xuất chất tẩy rửa theo công nghệ tiên tiến của Ý, mang tên Công ty Kỹ nghệ Hóa phẩm Huân Huân. Sự ra đời của doanh nghiệp này không chỉ đánh dấu bước khởi đầu của ngành sản xuất hóa phẩm hiện đại tại Việt Nam, mà còn thể hiện tinh thần tiên phong, khát vọng vươn lên của người Việt trong gian khó. Trải qua nhiều lần sáp nhập và thay đổi tên gọi, đến năm 1992, doanh nghiệp chính thức mang tên Công ty Bột giặt Lix, trực thuộc Tổng Công ty Hóa chất công nghiệp và Hóa chất tiêu dùng - Bộ Công nghiệp nặng (nay là Tập đoàn Hóa chất Việt Nam - Vinachem), tiếp tục hành trình phát triển và đóng góp cho nền công nghiệp hóa chất nước nhà.

Hơn nửa thế kỷ đồng hành cùng dân tộc

Với những thay đổi lớn trong chiến lược kinh doanh, ngay từ những năm đầu thành lập, Công ty Bột giặt Lix đã nhanh chóng khẳng định vị thế và trở thành một trong những thương hiệu hàng đầu trên thị trường bột giặt trong nước. Tuy nhiên, vài năm sau đó, thị trường bột giặt trong nước chứng kiến cuộc "đổ bộ" mạnh mẽ của các tập đoàn đa quốc gia với tiềm lực tài chính mạnh mẽ. Bột giặt Lix cũng như rất nhiều doanh nghiệp nội khác lâm vào tình trạng khủng hoảng nhiều năm liền.



Lịch sử hình thành và phát triển Công ty Cổ phần Bột giặt Lix.

Năm 2003, Công ty Bột giặt Lix tiến hành cổ phần hóa và quyết định đổi tên thành Công ty Cổ phần Bột giặt LIX (LIXCO), trở thành đơn vị thứ 02 của Tập đoàn Hóa chất Việt Nam tiến hành cổ phần hóa. Kể từ đây, LIXCO tiếp tục viết tiếp hành trình phát triển đầy rực rỡ của mình. Ông Lâm Văn Kiệt - nguyên Chủ tịch HĐQT, Tổng Giám đốc CTCP Bột giặt LIX đã chia sẻ: "Cổ phần hóa đã tạo cho LIXCO cơ hội mới để phát triển, cởi bỏ những ràng buộc trước đây và mở ra nhiều cơ chế hoạt động linh hoạt, tạo động lực để anh em cán bộ công nhân viên gắn bó với Công ty".

Hai năm sau thời điểm cổ phần hóa, LIXCO mua lại nhà máy sản xuất bột giặt công suất 30 nghìn tấn/năm để tận dụng công nghệ sản xuất hiện đại. Tiếp đến là giai đoạn khoảng 10 năm xây dựng thêm chi nhánh ở Bình Dương và Bắc Ninh, đồng thời tăng công suất của nhà máy tại trụ sở chính.

Tận dụng lợi thế địa bàn, LIXCO chủ động dồn lực mở rộng độ phủ thị trường, thiết lập mạng lưới phân phối trải dài cả thành thị lẫn nông thôn. Hiện doanh nghiệp có hơn 120.000 điểm bán cùng khoảng 200 nhà phân phối trên toàn quốc, bảo đảm sản phẩm đến tay người tiêu dùng nhanh và ổn định. Các sản phẩm của LIXCO đã hiện diện tại các hệ thống bán lẻ lớn như Saigon Co.op, Bách Hóa Xanh, MM Mega Market, Central Retail, Lotte, Aeon, Wincommerce, Satra, Emart… Đồng thời, Công ty còn sản xuất nhãn hàng riêng cho nhiều hệ thống siêu thị. Bên cạnh đó, trước sự bứt phá của thương mại điện tử và thay đổi trong hành vi tiêu dùng, LIXCO nhanh chóng mở rộng hiện diện trên các sàn trực tuyến như Shopee, Lazada, Tiki, TikTok…, đưa sản phẩm tiếp cận người mua theo cách tiện lợi nhất. Song song với việc phân phối sản phẩm qua kênh Horeca với các chuỗi nhà hàng, khách sạn và cafe uy tín.



Ông Cao Thành Tín, Tổng Giám đốc LIXCO nhận biểu trưng Thương hiệu quốc gia Việt Nam 2024.



Công ty Cổ phần Bột giặt Lix nhận biểu trưng tại Lễ tôn vinh 50 doanh nghiệp tiêu biểu có thương hiệu và sản phẩm chủ lực của Thành phố Hồ Chí Minh.

Không chỉ thuộc top đầu doanh nghiệp nội địa có thị phần lớn trên thị trường chăm sóc gia đình nói chung và chất tẩy rửa nói riêng, LIXCO còn mở rộng dấu ấn ra nhiều khu vực trên thế giới. Hiện sản phẩm của LIXCO đã hiện diện tại hơn 20 thị trường nước ngoài, từ khu vực Đông Nam Á đến các thị trường xa và đặc thù như Togo, Triều Tiên, Mông Cổ. Ở những quốc gia đòi hỏi tiêu chuẩn kỹ thuật nghiêm ngặt như Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, New Zealand hay Úc, doanh nghiệp còn đảm nhận gia công OEM theo các yêu cầu kiểm định riêng của đối tác.

Bên cạnh thương hiệu Lix đã tạo dựng được chỗ đứng vững chắc trên thị trường, LIXCO phát triển chiến lược đa thương hiệu nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của người tiêu dùng. Ở nhóm sản phẩm thuộc ngành hàng chăm sóc gia đình, lấy cảm hứng từ thiên nhiên, thương hiệu On1 phát triển các dòng sản phẩm thiết yếu như nước giặt, nước rửa chén, nước rửa tay, nước lau sàn,... Trong phân khúc chăm sóc cá nhân, LIXCO sở hữu thương hiệu Iron & Stone, tập trung vào các sản phẩm dầu gội, sữa tắm tinh dầu và nước hoa mang phong cách cao cấp dành cho nam giới. Năm 2024, Công ty tiếp tục mở rộng danh mục bằng Bondy Care - thương hiệu hướng đến chăm sóc cá nhân cho gia đình, gồm dầu gội, sữa tắm, body mist và xà bông thơm.

Trải qua hơn nửa thế kỷ phát triển, LIXCO kiên trì theo đuổi sứ mệnh mang lại sản phẩm chất lượng cao với mức giá hợp lý cho người tiêu dùng Việt. Niềm tin của thị trường dành cho doanh nghiệp được củng cố bằng hàng loạt ghi nhận: 18 năm liên tục đạt Hàng Việt Nam chất lượng cao, xuất hiện trong Top 50 công ty niêm yết tốt nhất, được vinh danh Thương hiệu quốc gia, góp mặt trong Top 500 doanh nghiệp lớn nhất và nhiều giải thưởng uy tín dành cho doanh nghiệp xuất khẩu uy tín…

Kinh doanh gắn liền với trách nhiệm xã hội

Không chỉ khẳng định vị thế bằng hiệu quả sản xuất - kinh doanh, LIXCO còn được nhận diện là doanh nghiệp tiên phong trong thực hiện trách nhiệm xã hội, kiên định với định hướng phát triển bền vững. Công ty lan tỏa tinh thần sẻ chia thông qua nhiều chương trình an sinh thiết thực như tặng quà Tết cho công nhân có hoàn cảnh khó khăn, trao học bổng, hỗ trợ các bệnh viện và trường học trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. Hoạt động hiến máu nhân đạo được duy trì định kỳ hằng năm, thu hút đông đảo cán bộ, công nhân viên và người lao động tham gia, thể hiện trách nhiệm cộng đồng và tinh thần tương thân tương ái của doanh nghiệp. Các chương trình hưởng ứng Ngày Môi trường thế giới hay "Đêm hội trăng rằm" dành cho con em người lao động cũng đã trở thành nét văn hóa thường niên, thể hiện rõ tinh thần nhân ái của doanh nghiệp.

LIXCO luôn đặt con người ở trung tâm, chú trọng chăm lo đời sống vật chất và tinh thần cho người lao động. Từ việc đảm bảo thu nhập ổn định, môi trường làm việc an toàn đến các hoạt động văn hóa - thể thao, Công ty đã xây dựng được một tập thể gắn kết, đồng lòng và đầy nhiệt huyết.

Cùng đất nước vững bước tiến vào kỷ nguyên mới

Mang trong mình khát vọng vươn lên của một thương hiệu nội địa lâu đời trong ngành hóa mỹ phẩm, LIXCO đang chuyển mình mạnh mẽ trên



Hệ thống robot xếp thùng lên pallet tại Nhà máy LIX Thủ Đức.



Hoạt động hội thao nội bộ chào mừng 47 năm ngày truyền thống Công ty.


Hoạt động chào mừng ngày Quốc tế phụ nữ 08/3 cho CBCNV.

hành trình phát triển mới. Với tốc độ vận động nhanh hơn, nội lực dồi dào hơn và tầm nhìn xa hơn, LIXCO kiên định thiết lập những nền tảng bền vững, bứt phá mọi giới hạn để nâng cao tiêu chuẩn năng lực toàn hệ thống, sẵn sàng đón nhận mọi thử thách và kiến tạo những giá trị mới cho khách hàng, cộng đồng và xã hội.

Để kế thừa thành quả của chặng đường đã qua và tiếp tục vững bước trong tương lai, LIXCO xác định chiến lược phát triển doanh nghiệp dựa trên ba trụ cột trọng yếu: văn hóa - công nghệ - con người.

Trụ cột thứ nhất là văn hóa doanh nghiệp. LIXCO tiếp tục lan tỏa văn hóa nội bộ đến từng cán bộ, công nhân viên, lấy 5 giá trị cốt lõi làm kim chỉ nam cho mọi hành động: Trung thành - Trung thực - Tận tâm - Tin tưởng - Tôn trọng. Đây chính là nền móng tạo nên bản sắc LIXCO một tập thể đoàn kết, vững vàng, kiên định vì mục tiêu chung.

Trụ cột thứ hai là công nghệ. Trước yêu cầu ngày càng cao của thị trường và mức sống người dân, LIXCO chủ động đầu tư cho đổi mới công nghệ, đẩy mạnh tự động hóa trong sản xuất và ứng dụng dữ liệu hiện đại vào dự báo thị trường, quản trị rủi ro, bảo mật thông tin, bảo đảm hoạt động vận hành thông suốt và hiệu quả. Việc chuyển đổi sang các nền tảng số mới không chỉ tối ưu hiệu quả sản xuất - kinh doanh mà còn góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và đảm bảo sự phát triển bền vững trong kỷ nguyên hội nhập.

Trụ cột thứ ba là nguồn nhân lực. Con người luôn là trung tâm của mọi chiến lược. LIXCO chú trọng đào tạo đội ngũ nhân sự có chuyên môn vững vàng, kỹ năng hiện đại và đạo đức nghề nghiệp chuẩn mực - những người gìn giữ và lan tỏa văn hóa doanh nghiệp, tạo nền tảng cho sự phát triển lâu dài.

Hướng đến năm 2030, LIXCO đặt mục tiêu mở rộng sang lĩnh vực mỹ phẩm chăm sóc cá nhân với tỷ trọng doanh thu đáng kể; đảm bảo hoạt động kinh doanh hiệu quả, bảo toàn vốn nhà nước, thực hiện thành công chuyển đổi số, tăng tỷ lệ tự động hóa trong sản xuất và không ngừng nâng cao thu nhập cho người lao động. Trên hành trình cùng đất nước tiến vào kỷ nguyên mới, LIXCO tiếp tục khẳng định là một thương hiệu Việt uy tín, vững vàng và trách nhiệm. ★





Doanh nhân Đinh Đức Thắng

Khát vọng vươn xa trong kỷ nguyên vươn mình



> Ông Đinh Đức Thắng, Chủ tịch Hội đồng quản trị Tập đoàn Stavian, Chủ tịch Hiệp hội Nhựa Việt Nam (VPA), Phó Chủ tịch Hội Doanh nhân Sao Đỏ Việt Nam là một trong những doanh nhân bản lĩnh, tiên phong tiêu biểu của Việt Nam thời kỳ hội nhập.
>
> Với tư duy chiến lược và khác biệt, ông đã sáng lập và dẫn dắt Tập đoàn Stavian từng bước trở thành Tập đoàn công nghiệp - công nghệ - thương mại đa quốc gia quy mô lớn, đồng thời đóng góp cho sự chuyển mình của nền kinh tế Việt Nam.





STAVIAN®
GROUP
PROSPERITY TOGETHER



Tập đoàn Stavian nhận Giải thưởng Sao Vàng Đất Việt năm 2024.

Được Chính phủ cử đi du học từ sớm, Đinh Đức Thắng tốt nghiệp ngành Công nghệ Hóa học tại Mátxcơva (Nga), sau đó tiếp tục lấy bằng MBA tại Hoa Kỳ. Trở về Việt Nam, ông bắt đầu hành trình khởi nghiệp cống hiến cho đất nước. Với khát vọng lớn, tư duy đột phá và tầm nhìn chiến lược, ông đã từng bước xây dựng Stavian trở thành Tập đoàn công nghiệp - công nghệ - thương mại đa quốc gia quy mô lớn, hoạt động trong 5 lĩnh vực cốt lõi: Sản xuất công nghiệp, Công nghệ cao, Phát triển hạ tầng công nghiệp, Chuyển dịch năng lượng và Thương mại - đầu tư.

Dưới sự lãnh đạo của ông, Stavian Hóa chất - đơn vị nòng cốt của Tập đoàn khẳng định vị thế và vai trò dẫn đầu của một doanh nghiệp Việt Nam khi liên tiếp đạt thứ hạng ấn tượng trong các bảng xếp hạng uy tín, điển hình như xếp hạng 219 trong danh sách Fortune 500 khu vực Đông Nam Á (2025), hạng 15 trong Top 100 Nhà phân phối hóa chất lớn nhất toàn cầu (2025), xếp hạng 21 trong Top 500 doanh nghiệp tư nhân lớn nhất Việt Nam (2023), xếp hạng 89 trong Top 500 doanh nghiệp tư nhân lợi nhuận tốt nhất Việt Nam (2025), hạng 325 trong Top 1.000 công ty đóng thuế thu nhập doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam (2023). Đây là minh chứng cho chiến lược phát triển đúng đắn, khẳng định vai trò của doanh nghiệp tư nhân Việt Nam trên bản đồ kinh tế toàn cầu.

Cùng với sự lớn mạnh của Tập đoàn, doanh nhân Đinh Đức Thắng khẳng định uy tín và tầm ảnh hưởng qua hàng loạt giải thưởng cao quý trong nước và quốc tế như Giải thưởng Sao Đỏ 2022, Doanh nhân xuất sắc châu Á 2022 và liên tiếp được liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam ghi nhận thành tích xuất sắc trong công tác, hoạt động sản xuất kinh doanh, đóng góp cho sự phát triển cộng đồng doanh nghiệp và kinh tế - xã hội trong nhiều năm. Hiện tại, ông còn giữ chức danh Giáo sư thỉnh giảng tại Trường Đại học Anh Quốc Việt Nam (BUV), truyền cảm hứng và chia sẻ kinh nghiệm quản trị cho thế hệ trẻ.



Ông Đinh Đức Thắng (ngoài cùng bên trái) nhận Giải thưởng Doanh nhân xuất sắc châu Á 2022.

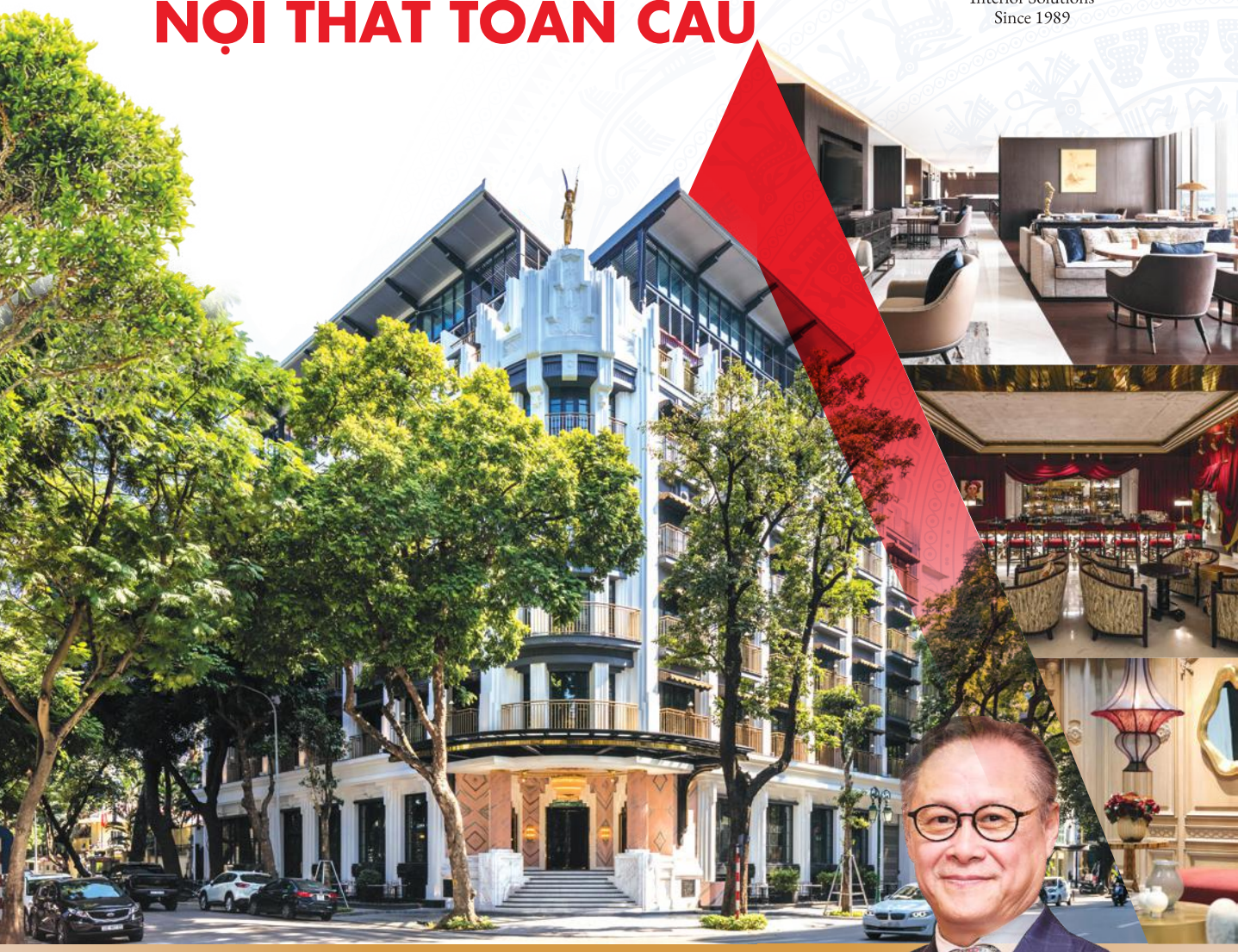
Với những thành tựu nổi bật, tầm nhìn chiến lược và tư duy đột phá, ông Đinh Đức Thắng là minh chứng rõ rệt cho tinh thần doanh nhân Việt Nam: **bản lĩnh, tiên phong và khát vọng vươn xa.**★

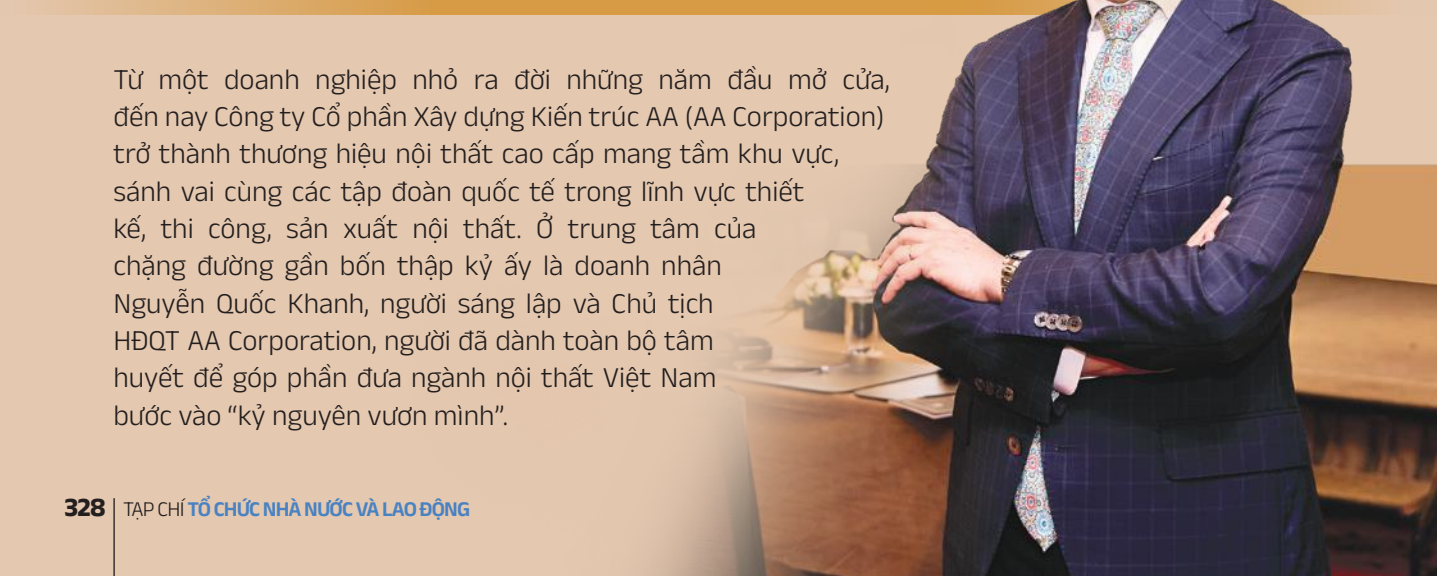
Tầng 5A, Tòa Century Tower, số 458 đường Minh Khai, phường Vĩnh Tuy, thành phố Hà Nội.
T +84 24 7306 8868 | **F** +84 24 3795 1071 | **E** pr@stavian.com

CÔNG TY CỔ PHẦN XÂY DỰNG KIẾN TRÚC AA

TỪ KHÁT VỌNG NGƯỜI VIỆT ĐẾN BIỂU TƯỢNG NỘI THẤT TOÀN CẦU

AA Corporation
Interior Solutions
Since 1989





Từ một doanh nghiệp nhỏ ra đời những năm đầu mở cửa, đến nay Công ty Cổ phần Xây dựng Kiến trúc AA (AA Corporation) trở thành thương hiệu nội thất cao cấp mang tầm khu vực, sánh vai cùng các tập đoàn quốc tế trong lĩnh vực thiết kế, thi công, sản xuất nội thất. Ở trung tâm của chặng đường gần bốn thập kỷ ấy là doanh nhân Nguyễn Quốc Khanh, người sáng lập và Chủ tịch HĐQT AA Corporation, người đã dành toàn bộ tâm huyết để góp phần đưa ngành nội thất Việt Nam bước vào "kỷ nguyên vươn mình".

HÀNH TRÌNH GẦN 4 THẬP KỶ KIẾN TẠO VỊ THẾ CỦA MỘT THƯƠNG HIỆU VIỆT

Năm 1989, khi kinh tế tư nhân Việt Nam mới ở những bước khởi đầu, ông Nguyễn Quốc Khanh thành lập Công ty Cổ phần Xây dựng Kiến trúc AA, với khát vọng trở thành nhà thầu và nhà sản xuất nội thất hàng đầu Việt Nam. Sự ra đời của Công ty gắn với giai đoạn Việt Nam bước vào tiến trình mở cửa nền kinh tế, thúc đẩy hình thành khu vực doanh nghiệp tư nhân và thu hút mạnh mẽ dòng vốn đầu tư nước ngoài. Nắm bắt cơ hội này, Công ty nhanh chóng tiếp cận và đảm nhận nhiều dự án thi công, trang trí nội thất quan trọng trên phạm vi cả nước.

Năm 1995 ghi dấu mốc chiến lược khi Công ty hoàn thành dự án khách sạn 5 sao đầu tiên tại Việt Nam là Sofitel Da Lat Palace Hotel. Thành công này không chỉ chứng minh năng lực thi công và thiết kế của đội ngũ kiến trúc sư Việt Nam, mà còn tạo nền tảng để Công ty bước vào chiến lược đầu tư dài hạn: xây dựng hệ thống sản xuất hiện đại, chuẩn hóa quy trình theo tiêu chuẩn quốc tế.

Trên diện tích rộng 14ha tại Long An (trước đây) và sau đó là hơn 50ha tại Tây Ninh, AA Corporation hình thành hệ thống nhà máy quy mô lớn với sự tư vấn và chuyển giao công nghệ từ các chuyên gia châu Âu.

Trong suốt quá trình phát triển, Công ty luôn xây dựng chiến lược xuyên suốt: "nâng tầm doanh nghiệp Việt Nam đạt chuẩn quốc tế", sở hữu năng lực tương đương các nhà thầu lớn trên thế giới, cạnh tranh bằng chất lượng và tạo sự khác biệt bằng bản sắc riêng trong mỗi dự án.

Hiện nay, AA Corporation tập trung cung cấp dịch vụ nội thất trọn gói và sản phẩm đặt làm riêng (custom-made) cho những bất động sản cao cấp trên toàn thế giới, đặc biệt trong các lĩnh vực khách sạn 5 sao, khu nghỉ dưỡng sang trọng, nhà hàng và dự án dân cư cao cấp. Song song đó, Công ty tiếp tục mở rộng sang giải pháp nội thất văn phòng, phát triển mạnh sản phẩm ODM, và cung cấp dịch vụ Thiết kế - Thi công theo mô hình "Chìa khóa trao tay", đáp ứng trọn vẹn nhu cầu của các đối tác quốc tế yêu cầu tiêu chuẩn cao nhất.

Từ một nhà máy nhỏ ban đầu, AA Corporation đã phát triển thành hệ thống sản xuất hiện đại theo mô hình One Stop Destination - Trung tâm giải pháp nội thất toàn diện, tích hợp đầy đủ các xưởng gỗ, kim loại, ván lạng, hoàn thiện bề mặt, bọc nệm, đá - kính và thủ công mỹ nghệ trong một quy trình khép kín. Khả năng kiểm soát chất lượng - tiến độ - chi phí ở mức tối ưu giúp sản phẩm của AA góp mặt trong hàng loạt công trình biểu tượng trên thế giới, từ châu Á, châu Âu, Hoa Kỳ đến khu vực Trung Đông.





"Nội thất Việt Nam cần đạt chuẩn toàn cầu, mang được tinh thần, thẩm mỹ và bản sắc Việt. Khi các sản phẩm của AA Corporation được đón nhận ở nhiều quốc gia, đó cũng là giá trị văn hóa Việt Nam được tỏa sáng trên bản đồ quốc tế."



Đến nay, sau gần bốn thập kỷ hình thành và phát triển, AA Corporation đã vươn mình thành một "hệ sinh thái nội thất quy mô quốc tế" với 10 công ty thành viên tại 4 quốc gia, xuất khẩu sản phẩm đến hơn 40 thị trường trên toàn cầu và là đối tác tin cậy của nhiều tập đoàn khách sạn - nghỉ dưỡng danh tiếng như Marriott, Hyatt, InterContinental và nhiều thương hiệu hàng đầu khác.

Sự có mặt của AA Corporation trong nhiều dự án tiêu biểu như The Watergate Hotel, The Ritz-Carlton Philadelphia, The Henry Hotel - Autograph Collection, cùng hàng loạt khách sạn và khu nghỉ dưỡng đẳng cấp khác, chính là minh chứng rõ nét cho chất lượng, uy tín và tầm vóc của một thương hiệu nội thất Việt Nam trên bản đồ quốc tế.

TỪ TƯ DUY XANH NỀN TẢNG CỦA PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Trong xu thế toàn cầu hướng đến kinh tế tuần hoàn và giảm phát thải, AA Corporation được đánh giá là một trong những doanh nghiệp Việt Nam sớm tiếp cận tư duy xanh. Chia sẻ về vấn đề này, Chủ tịch Công ty, ông Nguyễn Quốc Khanh nhiều lần nhấn mạnh: "Xanh không phải khẩu hiệu, mà là một cách tư duy. Đó là trách nhiệm với môi trường - nơi mọi giá trị khởi nguồn".

Chính tư duy đó đã định hình hướng đi của doanh nghiệp. Ngay từ những năm 2000, AA Corporation đã đầu tư hệ thống xử lý khí - nước thải đạt chuẩn quốc tế, triển khai các quy trình quản trị chất lượng khắt khe và thực hành sản xuất tiết kiệm năng lượng.

AA Corporation là một trong số ít doanh nghiệp tiên phong ứng dụng vật liệu đạt chuẩn FSC, đồng thời nghiên cứu và ứng dụng năng lượng mặt trời tại nhà máy. Công ty luôn theo đuổi triết lý "thiết kế có trách nhiệm", hướng đến những sản phẩm bền vững, tinh giản và có tuổi thọ cao. Những bước đi mang tính nền tảng ấy khẳng định rằng AA Corporation không chỉ sản xuất nội thất, mà còn đang kiến tạo những giá trị bền vững cho toàn ngành.



Sự kiện ra mắt ấn phẩm "Kiến trúc Hà Nội - Giao thoa văn hóa Việt - Pháp", ngày 06/12/2024.



Trước bối cảnh thị trường thế giới biến đổi nhanh, Chủ tịch AA Corporation nhấn mạnh doanh nghiệp Việt cần chuyển từ tư duy "sản xuất theo đơn hàng" sang xây dựng năng lực cạnh tranh dài hạn, tức đầu tư mạnh vào quản trị, công nghệ, năng suất và sản xuất xanh. Mô hình doanh nghiệp tương lai không chỉ là OEM mà là OEM+, doanh nghiệp sở hữu thiết kế, giải pháp tổng thể và khả năng gia tăng giá trị. Khát vọng lớn nhất của ông không chỉ là đưa AA Corporation vươn xa, mà còn là góp phần nâng tầm ngành nội thất Việt Nam: "Chúng tôi muốn thế giới nhìn thấy Việt Nam không chỉ là công xưởng, mà là cái nôi của sáng tạo, thẩm mỹ và văn hóa". Đây vừa là khát vọng của một doanh nhân, vừa là lời khẳng định của một nhà lãnh đạo luôn trăn trở về tương lai ngành nghề và đất nước.

Theo ông Nguyễn Quốc Khanh, nội thất Việt Nam không chỉ cần đạt chuẩn toàn cầu, mà phải mang được tinh thần, thẩm mỹ và bản sắc Việt. Chính triết lý ấy đã trở thành chất liệu sáng tạo, giúp Công ty Cổ phần Xây dựng Kiến trúc AA tạo nên những thiết kế vừa hiện đại, vừa mang chiều sâu văn hóa. Ngày nay, khi các sản phẩm của AA Corporation được đón nhận ở nhiều quốc gia, đó cũng là khoảnh khắc giá trị văn hóa Việt Nam được tỏa sáng trên bản đồ quốc tế.



Nhà máy AA Corporation.



Ông Nguyễn Quốc Khanh, Chủ tịch HĐQT AA Corporation phát biểu tại Tọa đàm Ngành Gỗ và Nội thất xuất khẩu Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 23/10/2025.



Chương trình "Toàn cảnh Kinh tế Tư nhân lần thứ nhất", ngày 10/10/2025.

NGƯỜI LÃNH ĐẠO "ĐI CÙNG ĐỂ TRUYỀN CẢM HỨNG"

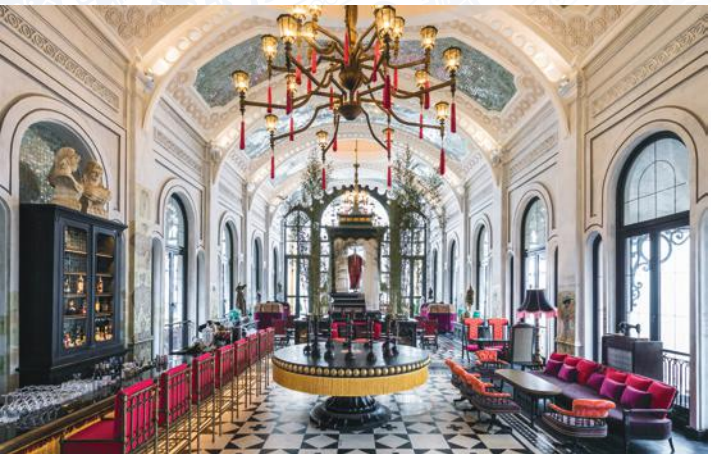
Bên cạnh vai trò Nhà sáng lập và Chủ tịch HĐQT AA Corporation, ông Nguyễn Quốc Khanh còn được biết đến như một trong những nhân vật tiên phong đồng hành cùng sự phát triển của ngành Nội thất - Mỹ nghệ Việt Nam. Với nhiều năm đảm nhiệm vị trí Chủ tịch Hội Mỹ nghệ và Chế biến gỗ Thành phố Hồ Chí Minh, ông luôn tâm niệm một triết lý lãnh đạo giản dị nhưng mạnh mẽ: "Lãnh đạo không phải là người đi trước để được công nhận, mà là người đi cùng để truyền cảm hứng".

Vì vậy, suốt hơn hai thập kỷ qua, ông luôn kiên trì thúc đẩy sự phát triển của thế hệ thiết kế trẻ Việt Nam - những người sẽ quyết định tương lai sáng tạo của ngành.

Trong nhiệm kỳ lãnh đạo Hội, ông cùng cộng sự đã khởi xướng và xây dựng Giải thưởng Thiết kế Nội thất - Mỹ nghệ Hoa Mai, một sân chơi sáng tạo chuyên nghiệp và giàu cảm hứng dành cho các tài năng trẻ. Từ nền tảng ấy, Việt Nam dần hình thành đội ngũ nhà thiết kế trẻ tài năng, sáng tạo, có tư duy quốc tế và đủ khả năng cạnh tranh trong khu vực cũng như trên thế giới. Đó chính là "hệ sinh thái nhân lực" mà ông luôn trăn trở xây dựng - bởi theo ông, một ngành muốn phát triển bền vững phải có thế hệ kế thừa giỏi hơn chính thế hệ đi trước.



AA Corporation tham gia Triển lãm thành tựu đất nước – Dấu ấn 35 năm phát triển và sáng tạo cùng ngành Gỗ Việt.



Bằng tầm nhìn dài hạn, triết lý phát triển bền vững và tinh thần đổi mới không ngừng, ông Nguyễn Quốc Khanh đã đưa AA Corporation trở thành biểu tượng của sự chuyên nghiệp, sáng tạo và tinh hoa Việt trong ngành nội thất toàn cầu. AA Corporation không chỉ lớn mạnh bằng quy mô, mà bằng giá trị; không chỉ chinh phục thị trường, mà còn truyền cảm hứng để ngành nội thất Việt Nam tiến xa hơn.

Trên hành trình ấy, dấu ấn của người sáng lập - Chủ tịch Nguyễn Quốc Khanh luôn là điểm tựa quan trọng, định hình tinh thần, bản lĩnh và văn hóa của toàn doanh nghiệp. ★

CÔNG TY TNHH TƯ VẤN Y DƯỢC QUỐC TẾ IMC

Thành lập năm 2003, Công ty TNHH Tư vấn Y Dược quốc tế (IMC) là doanh nghiệp tiên phong tại Việt Nam trong lĩnh vực nghiên cứu sản xuất thực phẩm bảo vệ sức khỏe có nguồn gốc từ thiên nhiên kết hợp với công nghệ hiện đại. Hơn hai thập kỷ xây dựng và phát triển, Công ty đã không ngừng kiến tạo bản sắc riêng, tạo dựng niềm tin vững chắc trong cộng đồng.



Dược sĩ Nguyễn Xuân Hoàng - Chủ tịch HĐTV Công ty TNHH Tư vấn Y Dược quốc tế (IMC).







HƠN HAI THẬP KỶ CHĂM SÓC SỨC KHỎE CỘNG ĐỒNG

Kiến tạo lối đi chuyên biệt và bền vững

Thời gian mới thành lập, Công ty hoạt động trong các lĩnh vực tư vấn, đấu thầu thuốc, tư vấn pháp lý và xây dựng các dự án xuất khẩu dược phẩm. Tuy nhiên, trước những khó khăn và thách thức của giai đoạn đó, Ban lãnh đạo Công ty chủ động định hướng lại chiến lược phát triển, lựa chọn con đường đi riêng mang tính chuyên biệt và bền vững hơn. Dược sĩ Nguyễn Xuân Hoàng, Chủ tịch HĐTV Công ty cho biết: "Khi đó, tôi chợt nhận ra rằng, y học cổ truyền Việt Nam có hàng nghìn năm lịch sử, là nguồn "nguyên liệu" khổng lồ để chúng ta có thể sử dụng và phát triển. Muốn Công ty phát triển phải có lối đi riêng. Vì thế, tôi và các cộng sự chọn con đường riêng. Tôi mong muốn với lợi thế của y học cổ truyền kết hợp với công nghệ hiện đại, IMC sẽ tạo ra chuỗi giá trị riêng biệt đem lại sức khỏe cho cộng đồng, trở thành trung tâm kết nối cho các doanh nghiệp vệ tinh".

> TÔI MONG MUỐN VỚI LỢI THẾ CỦA Y HỌC CỔ TRUYỀN KẾT HỢP VỚI CÔNG NGHỆ HIỆN ĐẠI, IMC SẼ TẠO RA CHUỖI GIÁ TRỊ RIÊNG ĐEM LẠI SỨC KHỎE CHO CỘNG ĐỒNG, TRỞ THÀNH TRUNG TÂM KẾT NỐI CHO CÁC DOANH NGHIỆP VỆ TINH".
>
> Dược sĩ Nguyễn Xuân Hoàng - Chủ tịch HĐTV Công ty IMC.





Xác định xây dựng một công ty sản xuất chuyên biệt về thực phẩm chức năng (TPCN) là bài toán đầy thách thức đối với tập thể Công ty, bởi thời điểm đó, khái niệm TPCN vẫn còn khá mới; thị trường trong nước gần như vắng bóng sản phẩm và doanh nghiệp sản xuất, phần lớn hàng hóa vẫn phụ thuộc vào nhập khẩu. Việc tiên phong đi trước, đón đầu trong lĩnh vực này là một bước đi táo bạo, chứa đựng không ít rủi ro. Tuy nhiên, vượt qua những khó khăn ban đầu, ban lãnh đạo cùng toàn thể thành viên IMC đã không ngừng nỗ lực kiến tạo, từng bước xây dựng nên hệ sinh thái riêng mang dấu ấn của mình.

Công ty không chỉ kế thừa tinh hoa y học cổ truyền mà còn kết hợp hài hòa với tiến bộ khoa học hiện đại, tạo ra những sản phẩm mang giá trị thiết thực trong phòng ngừa và chăm sóc sức khỏe cộng đồng. "Dù chỉ là một hoạt chất đơn chất, nhưng nếu có khả năng phòng ngừa hay hỗ trợ sức khỏe, chúng tôi vẫn kiên trì nghiên cứu và phát triển. Nhiều sản phẩm đơn chất của IMC đã được thị trường đón nhận, được người tiêu dùng trong nước và quốc tế tin tưởng lựa chọn", Dược sĩ Nguyễn Xuân Hoàng chia sẻ.

Với sự ủng hộ của các nhà khoa học, các viện nghiên cứu và cơ quan chức năng, IMC là doanh nghiệp sản xuất chuyên biệt TPCN đầu tiên xây dựng được nhà máy đạt chuẩn Thực hành sản xuất tốt (GMP - Good manufacturing practice), ISO 22000, chứng nhận c-GMP (Chứng nhận GMP cho sản xuất mỹ phẩm - comestic GMP)… IMC cũng mạnh dạn nộp hồ sơ xin chứng nhận của FDA về sản xuất, với mong muốn có thể xuất khẩu các sản phẩm do Việt Nam sản xuất sang các thị trường nước ngoài, đặc biệt là thị trường Mỹ.

"Muốn đi nhanh thì đi một mình, muốn đi xa thì đi cùng nhau" là triết lý luôn được Ban lãnh đạo Công ty gìn giữ và lan tỏa. Xuất phát từ niềm tin ấy, IMC luôn khuyến khích và tạo điều kiện để những nhân viên trẻ có hoài bão, có tầm nhìn được phát triển và xây dựng doanh nghiệp riêng. Chính sự cởi mở đó đã tạo nên một hệ sinh thái các doanh nghiệp gắn kết chặt chẽ với IMC, cùng hướng tới mục tiêu chung là chăm sóc sức khỏe cộng đồng. "Trong hệ thống của chúng tôi, mỗi đơn vị được xây dựng với chức năng và định hướng rõ ràng, riêng biệt, tạo nên một tổng thể vận hành hiệu quả", Dược sĩ Nguyễn Xuân Hoàng chia sẻ. "Có những công ty chuyên phân phối các nhóm sản phẩm hướng tới từng tệp khách hàng riêng biệt; những đơn vị độc quyền cung cấp nguyên liệu sản xuất; doanh nghiệp phát triển nông nghiệp sạch chất lượng cao theo mô hình V.A.C 4.0. Bên cạnh đó, chúng tôi còn có các công ty chuyên sản xuất sản phẩm dành cho thú cưng, các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài hướng tới những thị trường tiềm năng như Đức, Nhật Bản, Mỹ, Singapore, Trung Quốc… cùng hệ thống logistics đảm nhiệm khâu vận chuyển. Chúng tôi tự hào về một hệ sinh thái đa dạng, nơi các đơn vị tương hỗ và cùng nhau phát triển bền vững".

Để thúc đẩy sự phát triển hiệu quả và bền vững của ngành thực phẩm chức năng Việt Nam, Công ty đã phối hợp với các chuyên gia hàng đầu thành lập Hiệp hội Thực phẩm chức năng Việt Nam (VAFF), Viện Thực phẩm chức năng (VIDS), cùng nhiều đơn vị nghiên cứu và truyền thông chuyên ngành.

Đồng thời, IMC tích cực hợp tác với Bộ Y tế, các hiệp hội và cơ quan quản lý nhà nước để từng bước xây dựng hành lang pháp lý vững chắc, góp phần nâng cao nhận thức cộng đồng về việc hiểu đúng và sử dụng đúng TPCN. Hiện, Công ty đã trở thành thành viên của Hiệp hội Thực phẩm chức năng thế giới, Hiệp hội Thực phẩm chức năng ASEAN và Hội Khoa học các sản phẩm thiên nhiên Việt Nam.

Hưởng ứng lời kêu gọi của Đảng, Nhà nước cùng định hướng từ các Nghị quyết 57, 59, 66 và 68 của Bộ Chính trị, IMC tập trung đẩy mạnh cải tiến công nghệ, chuyển đổi số, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đồng thời không ngừng hoàn thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ. Trong hai năm gần đây, quá trình chuyển đổi số của IMC được triển khai mạnh mẽ, mở ra kênh kết nối giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng chỉ bằng "một cú nhấp chuột". Với ứng dụng công nghệ số ảo, IMC cho phép khách hàng tham quan viện nghiên cứu và nhà máy sản xuất trong không gian 3D sinh động, giúp họ hiểu rõ hơn về quy trình sản xuất và nguồn gốc từng sản phẩm. Song song đó, IMC cũng đang nghiên cứu phát triển hệ thống chatbot thông minh, sẵn sàng cung cấp thông tin và hỗ trợ khách hàng một cách nhanh chóng, chính xác và tiện lợi nhất.

Hiện, Công ty đang ứng dụng nhiều công nghệ hiện đại trong nghiên cứu và sản xuất như công nghệ phytosome, công nghệ sinh học, công nghệ sinh học - lượng tử bio-quantum. Nghị quyết 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia có nhắc tới công nghệ tế bào gốc. Thực tế, công nghệ này đã được IMC "chú ý" tới từ 02 năm trước. Theo đó, Công ty đã liên hệ, kết nối với viện nghiên cứu tại Nhật Bản, tìm hiểu để chuyển giao công nghệ exosome tái tổ hợp (recombinant exosome technology) - một nhánh của công nghệ tế bào gốc về Việt Nam thông qua Viện Thực phẩm chức năng (VIDS). Công nghệ này đã, đang và sẽ được ứng dụng trong sản xuất các sản phẩm TPCN và mỹ phẩm mang tính cá nhân hóa, theo đúng tinh thần của Nghị quyết 57-NQ/TW.



Đại diện khối Phát triển Kinh doanh và Viện Mỹ phẩm thiên nhiên IMC làm việc cùng Công ty TNHH Xuất nhập khẩu G.P và ông Golam F. Bhuiyan, Chủ tịch Hội đồng quản trị Công ty Ninon Corporation (Hoa Kỳ), ngày 24/10/2024.



Chương trình "Xuân yêu thương" do IMC phối hợp cùng Làng trẻ SOS Phú Thọ tổ chức, năm 2024.



Công ty TNHH Tư vấn Y Dược Quốc tế (IMC) ủng hộ Quỹ "Vì biển, đảo Việt Nam" năm 2024.

Xây dựng bản sắc văn hóa từ con người và trách nhiệm cộng đồng

Bản sắc văn hoá được xem là "trụ cột" quan trọng trong chiến lược phát triển bền vững của mỗi doanh nghiệp. Thấu hiểu điều đó, ngay từ những ngày đầu thành lập, IMC đã chú trọng kiến tạo cho mình một bản sắc riêng.

Một trong những giá trị cốt lõi làm nên bản sắc IMC là phát triển hài hòa với thiên nhiên và trách nhiệm bảo vệ môi trường. Các sản phẩm của IMC gắn liền với cây cỏ, thảo dược tự nhiên, được chiết tách theo quy trình hiện đại, không sử dụng hóa chất độc hại. Đặc biệt, bã dược liệu sau sản xuất được tái chế thành phân bón, quay trở lại nuôi dưỡng cây trồng theo đúng triết lý kinh tế tuần hoàn, phát triển bền vững mà IMC theo đuổi.

Song song với hoạt động sản xuất - kinh doanh, IMC còn chú trọng xây dựng và phát triển tổ chức Đảng vững mạnh trong doanh nghiệp. Từ một chi bộ với vài đảng viên ban đầu, đến nay IMC đã trở thành Đảng bộ cơ sở trực thuộc Đảng bộ phường Cầu Giấy với 03 chi bộ trực thuộc, quy tụ hơn 50 đảng viên. Trong đó, có nhiều đảng viên là các nhà khoa học, nhà quản lý từng giữ vai trò cố vấn cho công ty, sau khi nghỉ công tác vẫn tiếp tục gắn bó, chuyển sinh hoạt về Đảng bộ IMC. Đây cũng là một trong những Đảng bộ doanh nghiệp tư nhân đầu tiên được thành lập trên địa bàn quận Đống Đa (cũ) từ những năm 2000. Cùng với Đảng bộ, các tổ chức đoàn thể như Trung đội Dân quân tự vệ, Đoàn Thanh niên, Công đoàn… cũng được hình thành ngay từ giai đoạn đầu phát triển, góp phần bồi đắp nên bản sắc văn hoá riêng biệt, giàu tính nhân văn và bền vững của IMC.

Công ty còn là một trong những doanh nghiệp tiên phong trong các phong trào "đền ơn đáp nghĩa", "tương thân tương ái" do chính quyền địa phương phát động. Đặc biệt, chương trình "Xuân yêu thương" do IMC phối hợp cùng Làng trẻ SOS Phú Thọ tổ chức đã trở thành một nét đẹp truyền thống đầy ý nghĩa. Mỗi độ Tết đến Xuân về, toàn thể cán bộ nhân viên IMC lại cùng nhau đóng góp, chuẩn bị những phần quà, vật phẩm, mang đến cho các em nhỏ một cái Tết đủ đầy và ấm áp. Những đêm lửa trại, những buổi gói bánh chưng, mổ lợn vui Tết… đã trở thành ký ức thân thương, mang đến cho lũ trẻ niềm vui, sự háo hức và phần nào xoa dịu nỗi thiếu vắng tình thân. Những đứa trẻ trưởng thành từ Làng trẻ còn được ban lãnh đạo IMC tiếp tục hỗ trợ học tập, học nghề và tạo cơ hội việc làm sau khi ra trường.

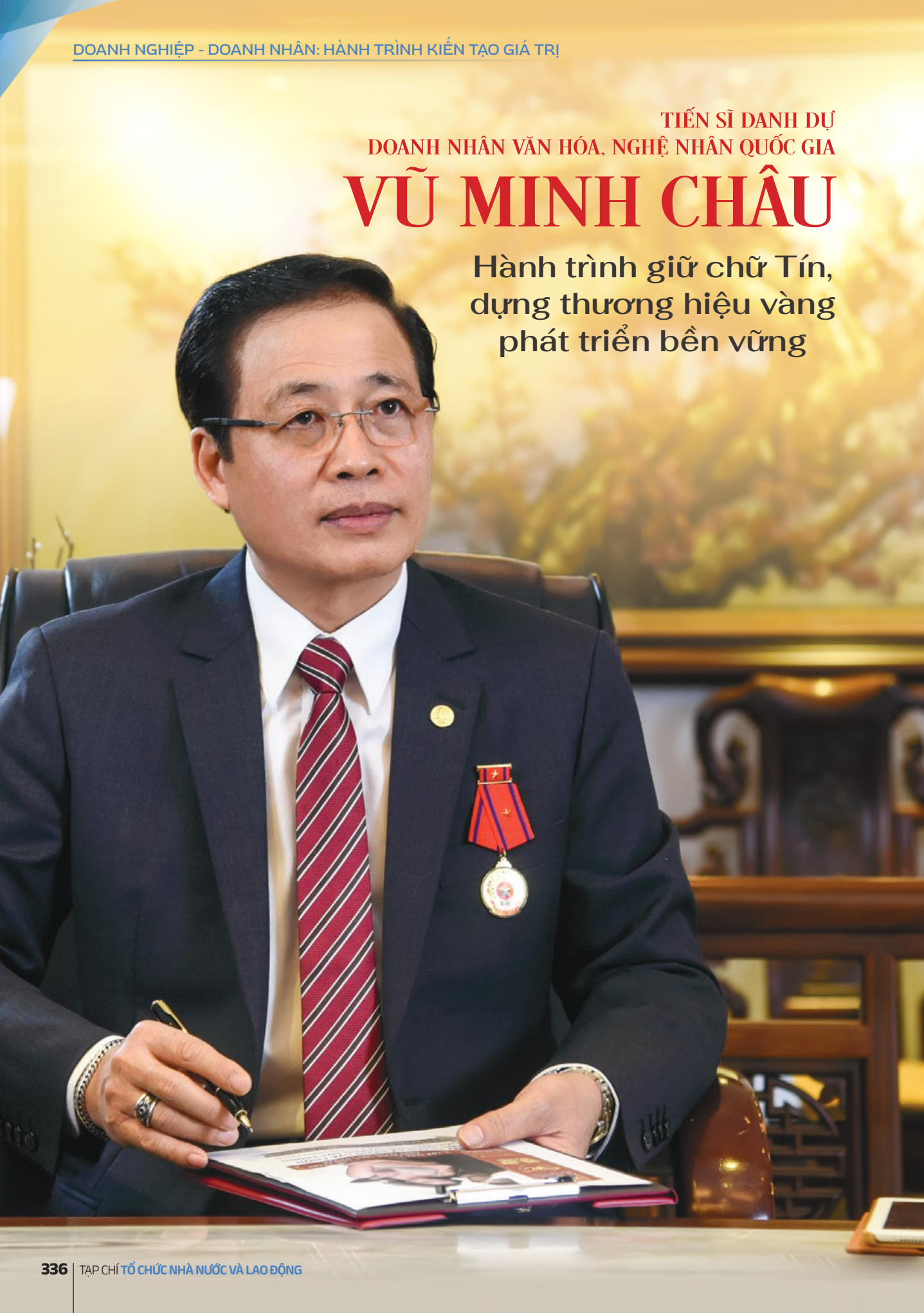
> "KHI MỖI HÀNH ĐỘNG CỦA BẠN ĐỀU HƯỚNG TỚI CỘNG ĐỒNG, HƯỚNG TỚI KHÁCH HÀNG, THẤU HIỂU NHỮNG KHÓ KHĂN MÀ HỌ ĐANG GẶP PHẢI VÀ CÙNG TÌM HƯỚNG GIẢI QUYẾT HỢP TÌNH, HỢP LÝ, THÌ KHI ĐÓ, DOANH NGHIỆP MỚI CÓ THỂ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG".

Từ những hoạt động nhân văn đó, IMC đã xây dựng nên bản sắc văn hoá doanh nghiệp riêng: chân thành, thấu cảm và gắn bó với cộng đồng, như lời chia sẻ của Dược sĩ Nguyễn Xuân Hoàng: "Khi mỗi hành động của bạn đều hướng tới cộng đồng, hướng tới khách hàng, thấu hiểu những khó khăn mà họ đang gặp phải và cùng tìm hướng giải quyết hợp tình, hợp lý, thì khi đó, doanh nghiệp mới có thể phát triển bền vững". ★

TIẾN SĨ DANH DỰ
DOANH NHÂN VĂN HÓA, NGHỆ NHÂN QUỐC GIA

VŨ MINH CHÂU

Hành trình giữ chữ Tín, dựng thương hiệu vàng phát triển bền vững



Với hơn ba thập kỷ gắn bó và cống hiến cho ngành vàng bạc đá quý Việt Nam, doanh nhân Vũ Minh Châu, Tổng Giám đốc Công ty TNHH Bảo Tín Minh Châu đã đưa thương hiệu "Vàng Rồng Thăng Long" trở thành biểu tượng của chất lượng, niềm tin và giá trị bền vững. Từ triết lý **"Giữ tín nhiệm hơn giữ vàng"**, ông không chỉ xây dựng một doanh nghiệp vững mạnh, mà còn lan tỏa văn hóa kinh doanh nhân văn, coi trọng đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội. Trong kỷ nguyên hội nhập, doanh nhân Vũ Minh Châu vẫn kiên định với sứ mệnh nâng tầm thương hiệu vàng Việt Nam, đồng thời, góp phần khẳng định vị thế và bản lĩnh của doanh nghiệp tư nhân trên con đường hiện thực hóa khát vọng hùng cường của dân tộc.

Trong những ngày tháng 9 lịch sử khi cả dân tộc hân hoan chào mừng kỷ niệm 80 năm ngày thành lập nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam, tinh thần khởi nghiệp và phát triển của cộng đồng doanh nghiệp, doanh nhân lại bừng lên mạnh mẽ. Hưởng ứng Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04/5/2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân, Ban biên tập ấn phẩm Việt Nam - Kỷ nguyên vươn mình đã có dịp gặp gỡ và trò chuyện cùng doanh nhân Vũ Minh Châu để lắng nghe những chia sẻ và khát vọng của ông và Bảo Tín Minh Châu trên hành trình dựng xây đất nước hùng cường.



Doanh nhân Vũ Minh Châu đón nhận Huân chương Lao động hạng Ba của Chủ tịch nước và Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ trao tặng năm 2011.



Doanh nhân Vũ Minh Châu nhận danh hiệu Doanh nhân Việt Nam làm theo lời Bác, năm 2011.



Doanh nhân Vũ Minh Châu nhận Cúp Thời đại chất lượng quốc tế tại New York, năm 2005.



Doanh nhân Vũ Minh Châu nhận giải thưởng Top 100 Business Style năm 2011.

Từ góc nhìn của một doanh nhân gắn bó nhiều thập kỷ với ngành vàng bạc đá quý, ông nhìn nhận thế nào về vai trò của doanh nghiệp tư nhân trong việc hiện thực hóa khát vọng hùng cường của đất nước?

Một đất nước muốn phát triển hùng cường thì phải có những nguồn lực về tinh thần và vật chất, khoa học kỹ thuật và kinh tế. Doanh nghiệp tư nhân, thông qua hoạt động sản xuất, kinh doanh hiệu quả, không chỉ chăm lo đời sống người lao động mà còn có trách nhiệm đóng góp vào ngân sách Nhà nước thông qua nghĩa vụ thuế. Tôi cho rằng, thực hiện đầy đủ nghĩa vụ thuế không chỉ là trách nhiệm pháp lý mà còn là niềm vinh dự, là cách mỗi doanh nghiệp chung tay xây dựng đất nước giàu mạnh, củng cố an ninh - quốc phòng và an sinh xã hội. Mỗi doanh nghiệp tư nhân cần ý thức rõ vai trò của mình và nghiêm túc thực hiện nghĩa vụ này. Bên cạnh đó, cũng cần có trách nhiệm bảo vệ môi trường, an ninh xã hội, xây dựng văn hoá doanh nghiệp để đào tạo những cán bộ nhân viên là những công dân tốt để đóng góp cho gia đình và xã hội.

Với hơn ba thập kỷ xây dựng và phát triển thương hiệu Bảo Tín Minh Châu, ông có thể chia sẻ triết lý kinh doanh cốt lõi mà ông luôn gìn giữ và theo đuổi? Triết lý ấy đã định hình văn hóa doanh nghiệp và tạo nên giá trị khác biệt cho Bảo Tín Minh Châu như thế nào trong lòng người tiêu dùng Việt?

Triết lý kinh doanh cốt lõi của Bảo Tín Minh Châu xuyên suốt hơn ba thập kỷ qua đó là "Giữ tín nhiệm hơn giữ vàng". Bởi người tiêu dùng luôn tin tưởng những doanh nghiệp có sản phẩm và dịch vụ uy tín. Vì vậy, chúng tôi đặt chữ Tín lên hàng đầu, từ chất lượng sản phẩm, dịch vụ đến giá cả, luôn hướng tới quyền lợi của khách hàng. Đây không chỉ là khẩu hiệu, mà là kim chỉ nam được Bảo Tín Minh Châu thực hiện nghiêm túc từ những ngày đầu khởi nghiệp cho tới nay.

Văn hóa doanh nghiệp của Bảo Tín Minh Châu được định hình từ chữ Tín, thể hiện qua cách ứng xử, giao tiếp, sự tôn trọng khách hàng và cam kết bảo vệ quyền lợi của họ. Chính điều này tạo nên sự gắn bó và niềm tin bền vững từ nhiều thế hệ khách hàng dành cho Bảo Tín Minh Châu trong suốt thời gian qua.

> "NGƯỜI THEO NGHỀ VÀNG CẦN MỘT TRÁI TIM VÀNG... ĐIỀU QUAN TRỌNG LÀ MỌI NGƯỜI ĐỀU HIỂU, KỶ LUẬT SẼ LÀ NỀN TẢNG ĐỂ TẠO NÊN THÀNH CÔNG TRONG CÔNG VIỆC CHUNG VÀ CUỘC SỐNG RIÊNG"



Doanh nhân văn hóa, Nghệ nhân Quốc gia Vũ Minh Châu – Phó Chủ tịch Hội Mỹ nghệ Kim hoàn đá quý Việt Nam, Tổng Giám đốc Công ty TNHH Bảo Tín Minh Châu vinh dự được trao tặng Giải thưởng Cao Đình Độ năm 2025.



Công ty Bảo Tín Minh Châu ủng hộ đồng bào bị thiệt hại do bão Yagi.



Công ty Bảo Tín Minh Châu ủng hộ đồng bào thiệt hại do bão số 11, tháng 10/2025.

Là người tiên phong trong việc xây dựng thương phẩm "Vàng Rồng Thăng Long" - sản phẩm mang đậm bản sắc và niềm tự hào dân tộc, ông kỳ vọng sản phẩm này sẽ lan tỏa những giá trị gì trong hành trình hội nhập và phát triển đất nước?

Chúng tôi đặt tên thương phẩm là "Vàng Rồng Thăng Long" với mục đích là tôn vinh những giá trị lịch sử, văn hóa, tâm linh truyền thống mà Thủ đô chúng ta đã có từ nghìn năm văn hiến. Hình tượng rồng Thăng Long được khắc họa trên sản phẩm không chỉ là dấu ấn mỹ thuật mà còn là biểu tượng tâm linh, thể hiện niềm tự hào của người dân Việt. Bảo Tín Minh Châu là doanh nghiệp khởi nghiệp tại Hà Nội, chúng tôi đặc biệt trân trọng tôn vinh di sản lịch sử, văn hóa của Thủ đô. Thật may mắn, sản phẩm Vàng Rồng Thăng Long của chúng tôi đã được đông đảo người tiêu dùng yêu mến và tin dùng trong nhiều năm qua.

Tôi hy vọng rằng, trong hành trình hội nhập quốc tế và phát triển đất nước, sản phẩm Vàng Rồng Thăng Long Au 999.9 chất lượng tiêu chuẩn quốc tế sẽ là một trong những sản phẩm tiên phong giao dịch rộng khắp trên thị trường quốc tế, người tiêu dùng trên các lãnh thổ có thể mua bán và thanh khoản dễ dàng.

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng, ông đánh giá đâu là cơ hội và thách thức lớn nhất đối với ngành vàng Việt Nam? Bảo Tín Minh Châu đã và đang xây dựng chiến lược phát triển bền vững như thế nào để giữ vững vị thế trên thị trường trong nước và vươn ra quốc tế?

Hội nhập quốc tế mở sẽ ra nhiều cơ hội nhưng cũng mang đến không ít thách thức khi các doanh nghiệp vàng nước ngoài tham gia thị trường Việt Nam. Chúng tôi sẵn sàng hợp tác và chỉ có hợp tác kinh doanh lành mạnh, góp phần xây dựng thị trường ổn định về giá cả và chất lượng, để người tiêu dùng có nhiều lựa chọn tốt nhất.

Bảo Tín Minh Châu sản xuất các dòng sản phẩm vàng và trang sức đạt tiêu chuẩn Việt Nam và quốc tế, hướng tới chinh phục thị trường nước ngoài. Thực tế, một số sản phẩm của chúng tôi được người Việt mang ra nước ngoài và đã được các doanh nghiệp vàng quốc tế chấp nhận mua vào dễ dàng, giúp vàng Việt có tính thanh khoản cao trên thị trường thế giới.

Từ góc nhìn của một doanh nhân dày dạn kinh nghiệm và tâm huyết với đất nước, ông muốn gửi gắm thông điệp gì tới thế hệ doanh nhân trẻ Việt Nam để cùng chung tay đưa đất nước vươn mình mạnh mẽ, hùng cường trong kỷ nguyên mới?

Doanh nhân, đặc biệt là doanh nghiệp tư nhân, giữ vai trò rất quan trọng đối với nền kinh tế. Điều này được Đảng, Nhà nước ta luôn quan tâm, tạo điều kiện cho kinh tế tư nhân phát triển, coi đây là một động lực quan trọng của quốc gia. Ngay từ khi giành độc lập, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã rất quan tâm và đánh giá cao vai trò này. Và gần đây, Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04/5/2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân đã khẳng định kinh tế tư nhân là lực lượng tiên phong thúc đẩy tăng trưởng, tạo việc làm, nâng cao năng lực cạnh tranh và xây dựng nền kinh tế độc lập, tự chủ, bền vững và thịnh vượng.

Tôi mong các doanh nhân trẻ hãy tiếp nối truyền thống kinh doanh lành mạnh của cha ông, hãy biến thương trường thành hội trường, biến đối thủ thành đối tác, hợp tác cùng phát triển, loại bỏ tư tưởng thương trường là chiến trường. Đồng thời, xây dựng văn hóa doanh nghiệp lành mạnh và tiến bộ.

Bên cạnh việc gìn giữ truyền thống, các doanh nhân trẻ cũng cần chủ động học hỏi những kiến thức và phương pháp quản trị tiên tiến trên thế giới, từ đó chọn lọc và vận dụng linh hoạt, phù hợp với định hướng của Nhà nước. Có như vậy các doanh nghiệp mới cùng nhau phát triển bền vững và thịnh vượng.

Trân trọng cảm ơn những chia sẻ quý báu của ông!

"GIỮ TÍN NHIỆM HƠN GIỮ VÀNG"



Doanh nhân Văn hóa, Nghệ nhân Quốc gia, Tổng Giám đốc Vũ Minh Châu vinh dự nhận danh hiệu Tiến sĩ danh dự của Trường Đại học Quốc tế Hoa Kỳ, ngày 12/7/2025.

Có thể nói, doanh nhân Vũ Minh Châu không chỉ kiến tạo một thương hiệu vàng uy tín bậc nhất, mà còn góp phần khẳng định bản lĩnh của doanh nghiệp tư nhân Việt Nam trên hành trình hội nhập. Ở ông, người ta thấy hình ảnh một doanh nhân dám mơ, dám làm, dám chịu trách nhiệm, nhưng vẫn trọn vẹn tình yêu với văn hóa dân tộc và niềm tự hào về thương hiệu Việt.

Câu chuyện của doanh nhân Vũ Minh Châu cũng chính là lời nhắn gửi đến thế hệ doanh nhân trẻ hôm nay: hãy bền bỉ gìn giữ chữ Tín, hãy học hỏi để nâng tầm trí tuệ và năng lực quản trị, để mỗi doanh nghiệp không chỉ là nơi tạo ra của cải vật chất mà còn là môi trường nuôi dưỡng con người, lan tỏa những giá trị tốt đẹp cho xã hội. Khi mỗi doanh nhân trở thành một "hạt vàng" sáng, chúng ta sẽ góp phần tạo nên một Việt Nam hùng cường, tự chủ, thịnh vượng trong kỷ nguyên mới. ★

THÁI DƯƠNG®

CÔNG TY CỔ PHẦN SAO THÁI DƯƠNG

Mang hạnh phúc đến mọi nhà



Trong tiến trình đổi mới và hội nhập, khi khoa học - công nghệ trở thành động lực then chốt cho tăng trưởng bền vững, nhiều doanh nghiệp Việt đã và đang khẳng định vị thế bằng những bước đi kiên định, sáng tạo và đầy trách nhiệm với cộng đồng. Nổi bật trong số đó là Công ty Cổ phần Sao Thái Dương, doanh nghiệp khoa học - công nghệ tiên phong trong lĩnh vực dược liệu, không ngừng nỗ lực đưa tinh hoa thảo dược Việt vươn tầm quốc tế. Từ một cơ sở nhỏ hình thành năm 2000, đến nay Sao Thái Dương đã vươn lên trở thành một trong những doanh nghiệp hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực dược liệu và mỹ phẩm thiên nhiên, góp phần khẳng định trí tuệ Việt trên bản đồ dược phẩm thế giới.

Nhân dịp kỷ niệm 25 năm thành lập Công ty, Ban Biên tập ấn phẩm "Việt Nam - Kỷ nguyên vươn mình" có cuộc trao đổi với bà Nguyễn Thị Hương Liên - Đồng sáng lập, Phó Chủ tịch Công ty Cổ phần Sao Thái Dương về triết lý kinh doanh, những dấu mốc quan trọng trong hành trình phát triển cũng như khát vọng nâng tầm giá trị dược liệu Việt trên trường quốc tế.

Thưa bà, từ một cơ sở nhỏ ra đời năm 2000, đến nay Sao Thái Dương đã trở thành một doanh nghiệp khoa học - công nghệ về thảo dược hàng đầu Việt Nam với gần 1.000 nhân viên và hàng trăm sản phẩm chăm sóc sức khỏe và sắc đẹp xuất khẩu sang nhiều quốc gia trên thế giới. Vậy, đâu là triết lý kinh doanh cốt lõi giúp bà kiên định với sản phẩm "Made in Vietnam" và đưa thương hiệu vươn tầm thế giới?

Theo quan niệm phương Đông, "Sao Thái Dương" là ngôi sao may mắn, tượng trưng cho ánh sáng, niềm vui và hạnh phúc. Khi lựa chọn tên gọi này, chúng tôi mong muốn doanh nghiệp không chỉ mang đến những sản phẩm chất lượng, mà còn lan tỏa niềm hạnh phúc đến mọi người, mọi gia đình. Triết lý "Mang hạnh phúc đến mọi nhà" chính là kim chỉ nam xuyên suốt trong mọi hoạt động của Sao Thái Dương. Chúng tôi mong muốn bất kể là khách hàng, nhân viên, đối tác hay cộng đồng, ai đã đồng hành cùng Sao Thái Dương đều cảm nhận được niềm hạnh phúc chân thành.

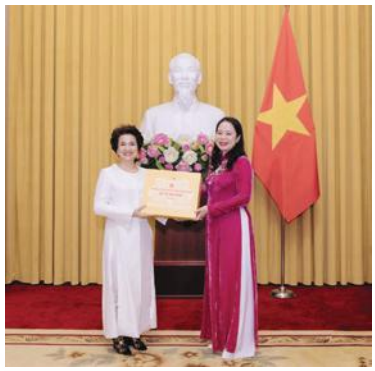
Với khách hàng, đó là hạnh phúc khi được sử dụng những sản phẩm giúp giảm gánh nặng bệnh tật, nâng cao sức khỏe, sắc đẹp, sự tự tin và chất lượng cuộc sống.

Với cán bộ, nhân viên, đó là hạnh phúc khi được làm việc trong môi trường an toàn, được tôn trọng, được phát huy năng lực, được ghi nhận và tự hào vì chính công việc của mình đang góp phần mang lại giá trị tốt đẹp cho xã hội.

Với đối tác, nhà cung cấp, đó là hạnh phúc khi được hợp tác cùng một doanh nghiệp uy tín, nghĩa tình, luôn chân thành trong chia sẻ lợi ích.



Bà Nguyễn Thị Hương Liên - Đồng sáng lập, Phó Chủ tịch Công ty Cổ phần Sao Thái Dương nhận Giải thưởng Chất lượng xuất sắc châu Á - Thái Bình Dương năm 2025 cho sản phẩm của Công ty.



Ủy viên BCH Trung ương Đảng, Phó Chủ tịch nước Võ Thị Ánh Xuân trao tặng Bằng khen của Quỹ Bảo trợ Trẻ em Việt Nam cho Sao Thái Dương vì có nhiều đóng góp cho hoạt động quỹ.

Và với cộng đồng, đó là hạnh phúc khi bên cạnh họ có một Sao Thái Dương biết lắng nghe, đồng cảm, chia sẻ và giúp đỡ.

Chúng tôi luôn tin rằng, khoa học - công nghệ chính là cầu nối để hiện thực hóa sứ mệnh "Mang hạnh phúc đến mọi nhà". Do đó, Sao Thái Dương không ngừng ứng dụng công nghệ hiện đại, đổi mới sáng tạo và cập nhật các tiêu chuẩn nghiên cứu quốc gia, quốc tế để phát triển các sản phẩm từ dược liệu Việt Nam, góp phần hiện đại hóa y học cổ truyền. Từ những nguyên liệu quen thuộc của thiên nhiên như bồ kết, hương nhu, đinh lăng, nhân sâm, gừng, lá trầu không... chúng tôi đã nghiên cứu và cho ra đời hơn 150 sản phẩm thuộc các dòng dược mỹ phẩm, chăm sóc da, tóc, sức khỏe và thực phẩm chức năng. Tất cả đều hướng đến tiêu chí an toàn, lành tính, hiệu quả và thân thiện với người tiêu dùng.

Đặc biệt, nhiều sản phẩm của Sao Thái Dương đã trở thành thương hiệu quốc dân và được xuất khẩu chính ngạch đến Mỹ, Anh, Trung Quốc - minh chứng cho năng lực sáng tạo và chất lượng sản phẩm Việt Nam trên thị trường quốc tế.



Dược sĩ Nguyễn Hữu Thắng - Tổng Giám đốc và bà Nguyễn Thị Hương Liên - Phó Chủ tịch Công ty Cổ phần Sao Thái Dương nhận danh hiệu Thầy thuốc Ưu tú, ngày 27/02/2025.

Trong hành trình 25 năm xây dựng và phát triển, chắc hẳn Sao Thái Dương đã trải qua nhiều bước ngoặt quan trọng. Vậy, đâu là dấu mốc đáng nhớ và có ý nghĩa nhất đối với doanh nghiệp? Bà có thể chia sẻ cảm nghĩ của mình về dấu mốc ấy?

Trong hành trình 25 năm phát triển, Sao Thái Dương trải qua nhiều cột mốc quan trọng, song dấu ấn sâu đậm và ý nghĩa nhất với chúng tôi chính là giai đoạn đại dịch Covid-19.

Khi cả thế giới phải đối mặt với thách thức chưa từng có, Sao Thái Dương đã lựa chọn tiến về phía trước bằng tri thức và tinh thần cống hiến. Trong suốt thời gian đó, chúng tôi thực hiện ba công trình nghiên cứu lớn được Chính phủ ghi nhận và đánh giá cao. Hai trong số đó là các dự án nhận chuyển giao công nghệ sản xuất kit xét nghiệm PCR, được nghiên cứu lâm sàng, triển khai sản xuất quy mô công nghiệp và nhanh chóng đưa vào phục vụ công tác phòng, chống dịch. Ngày 07/5/2020, hai bộ kit này chính thức được Bộ Y tế Việt Nam cấp số lưu hành theo Quyết định số 1986/QĐ-BYT - đánh dấu nỗ lực vượt bậc của đội ngũ khoa học và tập thể Sao Thái Dương trong việc góp phần bảo vệ sức khỏe cộng đồng.

Đặc biệt, chúng tôi tự hào khi nghiên cứu và phát triển thành công SUNKOVIR, thuốc điều trị Covid-19 từ thảo dược đầu tiên và duy nhất tại Việt Nam. Sản phẩm là kết quả của 14 nghiên cứu khoa học, trong đó có 03 nghiên cứu lâm sàng trên 1.670 bệnh nhân, tuân thủ tiêu chuẩn của Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) và được công bố quốc tế. Với thành tựu này, Sao Thái Dương đã được mời báo cáo tại Hội thảo quốc tế về nghiên cứu thuốc mới tại Boston (Hoa Kỳ, tháng 02/2024) cùng với nhiều tập đoàn dược phẩm hàng đầu thế giới.

Nhìn lại giai đoạn ấy, chúng tôi cảm nhận sâu sắc hơn bao giờ hết giá trị của khoa học, của tinh thần dân tộc và trách nhiệm xã hội. Chính trong nghịch cảnh, bản lĩnh, trí tuệ và khát vọng cống hiến của Sao Thái Dương được tôi luyện, để hôm nay chúng tôi tiếp tục vững bước trên hành trình "vì sức khỏe và hạnh phúc con người Việt Nam".

Không chỉ phát triển doanh nghiệp, Sao Thái Dương còn dành tâm huyết cho các hoạt động xã hội. Đây được xem là "văn hóa doanh nghiệp" đáng quý của Công ty. Bà chia sẻ thêm với chúng tôi về nét văn hóa này?

Được sinh ra trong một gia đình có truyền thống yêu nước và đề cao tinh thần cống hiến, tôi luôn tin rằng mỗi đóng góp cho cộng đồng, cho quốc gia, cho dân tộc đều là niềm tự hào lớn lao. Từ nhận thức đó, chúng tôi đã xây dựng cho doanh nghiệp một nét văn hoá đặc trưng: văn hoá sẻ chia, trách nhiệm và nhân ái. Chúng tôi xác định rằng giá trị thương hiệu không chỉ được khẳng định bằng hiệu quả kinh doanh, mà còn bằng dấu ấn trách nhiệm xã hội và đóng góp thiết thực cho cộng đồng. Bởi vậy, bên cạnh hoạt động sản xuất - kinh doanh, Sao Thái Dương luôn dành nguồn lực và tâm huyết cho các chương trình thiện nguyện, an sinh xã hội. Chúng tôi đã kiên trì triển khai nhiều chương trình ý nghĩa, tập trung vào các lĩnh vực giáo dục, chăm sóc sức khỏe và nâng cao đời sống cộng đồng. Tiêu biểu là chương trình "Tủ sách lớp học" được khởi động từ năm 2015 tại huyện Nghĩa Hưng (tỉnh Nam Định cũ) đã mang hàng trăm nghìn cuốn sách về khoa học, lịch sử, văn hóa, nhân văn... đến 62 trường học của 25 xã trong huyện. Từ thành công ban đầu, chương trình tiếp tục được mở rộng đến Hải Hậu, Ý Yên và nhiều huyện khác.



Công ty Cổ phần Sao Thái Dương trao tặng 50.000 Kit test chẩn đoán Covid-19 tới Bộ Y tế.



Bà Nguyễn Thị Hương Liên - Đồng sáng lập, Phó Chủ tịch Công ty Cổ phần Sao Thái Dương đón tiếp bà Ngozi Okonjo Iweala - Tổng Giám đốc Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) tại trụ sở Công ty Cổ phần Sao Thái Dương, ngày 17/5/2023.



Bà Nguyễn Thị Hương Liên - Đồng sáng lập, Phó Chủ tịch Công ty Cổ phần Sao Thái Dương đại diện cho các doanh nghiệp y học cổ truyền Việt Nam phát biểu tại Hội nghị thượng đỉnh toàn cầu lần đầu tiên về y học cổ truyền, ngày 17/8/2023.

Bên cạnh đó, chúng tôi luôn sát cánh cùng Hội Doanh nhân và Hội Thầy thuốc Hải Hậu trong các chương trình khám chữa bệnh, phát thuốc miễn phí cho người nghèo; tài trợ các ca mổ thay thủy tinh thể miễn phí cho hàng trăm người cao tuổi có hoàn cảnh khó khăn tại Nam Định. Không dừng lại ở đó, Sao Thái Dương còn khởi xướng và đồng hành cùng chương trình "Nụ cười trẻ thơ", góp phần chăm lo đời sống tinh thần và thể chất cho trẻ em nghèo trên khắp mọi miền Tổ quốc. Mỗi chương trình là một hành trình lan tỏa yêu thương, mang lại ánh sáng và niềm tin cho hàng nghìn mảnh đời kém may mắn.

Tất cả những hoạt động này tạo nên bản sắc văn hoá Sao Thái Dương - một doanh nghiệp không chỉ làm kinh tế, mà còn vun đắp các giá trị nhân văn, mang đến hạnh phúc và niềm tin cho cộng đồng, đúng như triết lý mà chúng tôi theo đuổi: "Phát triển bền vững phải bắt đầu từ trái tim nhân ái và khát vọng phụng sự".

Bước vào kỷ nguyên mới với nhiều cơ hội và thách thức, khát vọng lớn nhất mà Sao Thái Dương hướng tới là gì? Bà kỳ vọng Sao Thái Dương sẽ đóng góp như thế nào cho mục tiêu nâng tầm dược liệu quốc gia và phát triển nền công nghiệp dược phẩm - mỹ phẩm xanh bền vững? Theo bà, trách nhiệm của doanh nghiệp dược trong việc lan tỏa giá trị dược liệu Việt, đồng thời đóng góp cho sự phát triển bền vững của cộng đồng là gì?

Bước vào kỷ nguyên mới với nhiều cơ hội và thách thức đan xen, khát vọng lớn nhất mà Sao Thái Dương hướng tới là góp phần khẳng định vị thế của Việt Nam trên bản đồ dược liệu và công nghiệp dược phẩm - mỹ phẩm xanh của thế giới. Chúng tôi tin rằng, để hiện thực hóa mục tiêu đó, cần có một nền tảng hợp tác vững chắc, được xây dựng trên tinh thần đoàn kết, minh bạch và tri thức - nơi doanh nghiệp, giới khoa học và cơ quan quản lý cùng chung tay kiến tạo giá trị.

Sao Thái Dương mong muốn đóng vai trò cầu nối, thúc đẩy liên minh giữa các doanh nghiệp dược phẩm và đội ngũ trí thức khoa học công nghệ chân chính, tạo nên một hệ sinh thái phát triển dược liệu Việt bền vững. Với sự ủng hộ mạnh mẽ của Chính phủ và định hướng sáng suốt của Bộ Chính trị trong việc triển khai Nghị quyết số 41/NQ-TW, Nghị quyết số 57/NQ-TW và Nghị quyết số 68/NQ-TW, chúng tôi tin rằng các doanh nghiệp Việt Nam sẽ từng bước làm chủ công nghệ, làm chủ thị trường và tiến tới khẳng định vị thế Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Trên hành trình đó, Sao Thái Dương kiên định đầu tư vào nghiên cứu khoa học, sáng tạo thuốc mới và sản phẩm chăm sóc sức khỏe - sắc đẹp từ dược liệu và tinh dầu thiên nhiên Việt Nam, đồng thời đồng hành cùng ngành Y học cổ truyền Việt Nam trong sứ mệnh hiện đại hóa và quốc tế hóa y học cổ truyền dân tộc. Chúng tôi nhận thức sâu sắc rằng, trách nhiệm của doanh nghiệp dược không chỉ là tạo ra sản phẩm chất lượng, mà còn là lan tỏa giá trị của dược liệu Việt bảo tồn nguồn gen quý, tạo sinh kế bền vững cho người nông dân, và đóng góp cho sức khỏe cộng đồng. Mỗi bước phát triển của Sao Thái Dương đều hướng tới mục tiêu chung: vì một Việt Nam xanh, khỏe mạnh và trường tồn cùng giá trị dược liệu dân tộc.

Trân trọng cảm ơn bà! ★

DOANH NHÂN *Hồ Văn Trung*



Từ người con xa xứ đến khát vọng kiến tạo một Việt Nam hùng cường

Trưởng thành từ những ngày tháng khởi nghiệp nơi xứ người, doanh nhân Hồ Văn Trung, Nhà sáng lập Công ty Cổ phần Trangs Group đã lựa chọn trở về quê hương, mang theo tầm nhìn chiến lược và khát vọng xây dựng một thương hiệu Việt vươn tầm quốc tế. Dưới sự dẫn dắt của ông, Trangs Group không chỉ khẳng định vị thế trong lĩnh vực kinh doanh mà còn trở thành doanh nghiệp tiên phong trong việc kiến tạo hệ sinh thái phát triển bền vững, hài hòa giữa lợi ích kinh tế và trách nhiệm xã hội. Với bản lĩnh, trí tuệ và sự kiên định, doanh nhân Hồ Văn Trung đã và đang truyền cảm hứng mạnh mẽ đến cộng đồng doanh nhân, đóng góp vào hành trình xây dựng một Việt Nam hùng cường, thịnh vượng.

Hưởng ứng tinh thần Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04/5/2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân trở thành động lực quan trọng của nền kinh tế, Ban Biên tập ấn phẩm *"Việt Nam - Kỷ nguyên vươn mình"* đã có cuộc trò chuyện với doanh nhân Hồ Văn Trung. Những chia sẻ thẳng thắn, sắc sảo và đầy tâm huyết của ông không chỉ phản ánh hành trình cá nhân mà còn mang đến nhiều suy ngẫm về con đường phát triển của doanh nghiệp Việt Nam và khát vọng đưa đất nước trở thành quốc gia hùng cường.

Thưa ông, sau nhiều năm lập nghiệp nơi đất khách, đâu là động lực lớn nhất thôi thúc ông trở về quê hương để sáng lập Trangs Group và bắt đầu hành trình xây dựng doanh nghiệp tại Việt Nam?

Trước hết, cho phép tôi gửi lời cảm ơn đến Ban Biên tập đã tạo cơ hội để chia sẻ những tâm tư sâu kín của mình. Là một người Việt Nam, tôi tin rằng ở bất cứ nơi đâu từ Bắc, Trung, Nam đến những quốc gia cách nửa vòng trái đất thì tình yêu dành cho quê hương luôn chảy trong huyết quản của mỗi người. Với những người xa xứ, tình cảm ấy càng trở nên sâu sắc hơn. Bởi mỗi ngày trôi qua đều là một ngày nhớ về nơi chôn nhau cắt rốn.

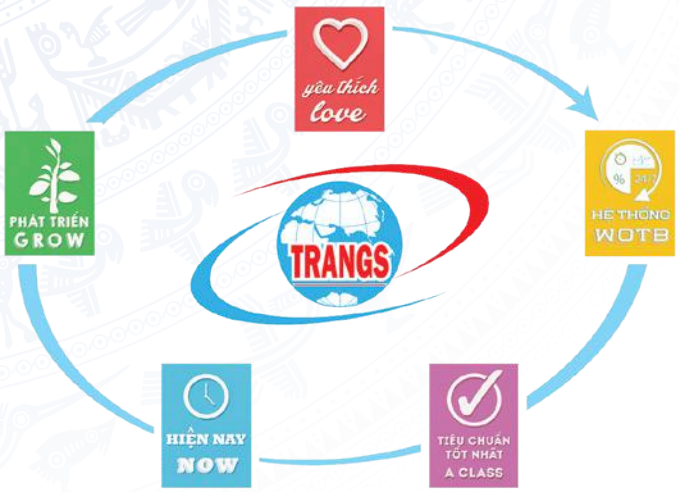


Với tinh thần ấy, sự mong muốn trở về là một lực xúc tác tự nhiên từ tận trong tâm khảm sâu xa của mỗi người con Việt Nam mà tôi cũng là một người trong số đó. Riêng cá nhân tôi là một doanh nhân luôn luôn tìm cơ hội để phát triển Công ty trong giai đoạn liên kết kinh tế toàn cầu.

Năm 1989, tôi có cơ duyên trở lại Việt Nam cùng phái đoàn thương mại của Chính phủ Úc. Đó là lần đầu tiên sau nhiều năm bôn ba, tôi được đặt chân lên mảnh đất quê hương thân yêu của mình. Cơ hội hợp tác lúc ấy rất lớn, nhưng vì con còn nhỏ, tôi vẫn chưa thể trở về ngay. Mãi đến năm 2005, khi các điều kiện đã chín muồi, tôi quyết định mở văn phòng đại diện đầu tiên của Trangs Group tại Thành phố Hồ Chí Minh như một bước ngoặt đánh dấu hành trình "hồi hương" đầy quyết tâm.

Trong quá trình phát triển, ông và doanh nghiệp chắc hẳn sẽ có nhiều dấu ấn đáng nhớ và bài học quý giá. Ông có thể chia sẻ thêm với chúng tôi về điều này?

Tôi không bao giờ quên những điểm nhấn thất bại trong quá trình phát triển, bởi nhờ đó mà chúng tôi rút ra được những bài học lớn về đột phá thị trường thế giới. Đó cũng là những kinh nghiệm quý giá để chúng tôi nhìn nhận, đánh giá và biết cách đón đầu, giảm thiểu những rủi ro hay quan trọng hơn là làm sao để tránh tiếp tục thất bại. Bài học đó cũng đã và đang xảy ra cho những công ty Việt Nam có tham vọng đi ra biển lớn.



Câu chuyện thất bại điển hình của chúng tôi là ở châu Phi. Năm 2002, Trangs Group quyết định tham gia toàn cầu hóa với điểm xuất phát là Úc. Sau nhiều lần tới châu Phi để nghiên cứu thị trường, đánh giá tiềm năng, điều kiện đầu tư... chúng tôi nhận định đây là thị trường lớn tiềm năng cho những công ty trung bình hoạt động. Với khoảng 1,3 tỷ dân có mức sống thấp, nhu cầu thực phẩm vô cùng lớn, bất cứ sản phẩm nào có chất lượng minh bạch phục vụ đời sống cũng đều được thị trường này đón nhận nhanh chóng. Với dân số lớn và tiềm năng rộng mở như vậy, chúng tôi đánh giá rằng không khó để đột phá thị trường và mở rộng quy mô kinh doanh. Bên cạnh đó, khu vực này còn có ưu điểm là chi phí nguyên liệu thô khá rẻ và sở hữu khá nhiều nguồn khoáng sản có thể khai thác.

Với những phân tích và đánh giá ban đầu khá tích cực, chúng tôi thành lập công ty thứ hai là Trangs Africa Co, Ltd. đặt trụ sở chính tại thành phố Johannesburg (Nam Phi). Đội ngũ điều hành là những nhân sự trẻ tài năng đã được bồi dưỡng, huấn luyện, thực chiến và trưởng thành ở Sydney (Úc).

Nhưng chỉ sau 3 năm, chúng tôi buộc phải chấp nhận rút lui với

khoản thua lỗ nặng nề. Nguyên nhân đến từ nhiều yếu tố: tình hình an ninh bất ổn, nội lực Công ty mẹ chưa đủ mạnh, hạn chế trong logistics và hệ thống phân phối, khó khăn giao dịch ngân hàng, trình độ lao động bản địa còn thấp và đặc biệt là sự cạnh tranh khốc liệt từ doanh nghiệp Trung Quốc. Cuối cùng, chúng tôi quyết định rời khỏi châu Phi với bài học thất bại khá lớn sau 03 năm.

Đó là một bài học vô cùng đắt giá. Nhưng chính thất bại ấy khiến tôi thấm thía rằng để tham gia toàn cầu hóa, doanh nghiệp không chỉ cần khát vọng mà còn phải có nội lực mạnh, chiến lược chuẩn xác và bản lĩnh kiên định. Những bài học ấy cho đến hôm nay vẫn còn nguyên giá trị với nhiều doanh nghiệp Việt Nam đang muốn "ra biển lớn".

Với trải nghiệm nhiều năm lập nghiệp ở nước ngoài rồi trở về Việt Nam khởi nghiệp, ông nhìn nhận đâu là lợi thế và đâu là hạn chế mà Việt Nam cần khắc phục để trở thành một quốc gia hùng cường? Nếu được gửi gắm một thông điệp tới cộng đồng doanh nhân và các nhà hoạch định chính sách, ông sẽ đề xuất điều gì để hiện thực hóa khát vọng xây dựng một Việt Nam hùng cường, thịnh vượng?

Nhìn lại hành trình nhiều năm gây dựng sự nghiệp ở nước ngoài rồi trở về Việt Nam, tôi càng thấm thía rằng quê hương đang sở hữu những điều kiện rất đặc biệt để vươn lên mạnh mẽ trong kỷ nguyên vươn mình và hội nhập quốc tế. Đó là thị trường 100 triệu dân luôn vận động, là sức sống trẻ trung của một quốc gia đang đi nhanh, là nền kinh tế ổn định từng ngày rộng mở thêm cánh cửa cho những người làm kinh doanh.

Bên cạnh đó, Việt Nam có một thế hệ lao động trẻ đầy nhiệt huyết, ham học hỏi và đầy khát vọng. Với chi phí nhân công cạnh tranh và khả năng thích ứng cao, lực lượng ấy trở thành lợi thế mà ít quốc gia nào trong khu vực có được. Mỗi năm, hàng chục nghìn du học sinh từ nhiều nền giáo dục tiên tiến trở về, mang theo tri thức mới, tư duy mới và cả những kỳ vọng về một Việt Nam đổi thay. Cộng đồng hơn 5 triệu người Việt đang sinh sống ở nước ngoài cũng là nguồn lực đặc biệt quý giá, không chỉ trong việc kết nối tri thức, công nghệ, quản trị hiện đại mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho sản phẩm, dịch vụ mang dấu ấn Việt Nam vươn tới các thị trường lớn trên thế giới.

Tuy nhiên, bên cạnh những lợi thế này, Việt Nam cũng còn một số điểm cần tiếp tục hoàn thiện để nâng cao sức cạnh tranh. Cơ cấu kinh tế hiện nay vẫn phụ thuộc nhiều vào hoạt động xuất khẩu và công nghiệp gia công, trong khi giá trị gia tăng nội địa còn khiêm tốn. Khả năng tự chủ về công nghệ, vật liệu, thiết bị và công nghiệp nền tảng vẫn đang trong quá trình hoàn thiện.

Việc nâng tầm năng lực doanh nghiệp trong nước đặc biệt là nhóm doanh nghiệp vừa và nhỏ đòi hỏi sự tham gia đồng bộ của cả hệ thống: từ chiến lược phát triển nguồn nhân lực, thúc đẩy đổi mới sáng tạo, hỗ trợ doanh nghiệp tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu, đến chính sách khuyến khích đầu tư cho nghiên cứu - phát triển và ứng dụng công nghệ.

Tôi từng đi qua nhiều quốc gia châu Á đang phát triển trở thành cường quốc công nghiệp. Khi quan sát họ, tôi nhận ra rằng bước ngoặt của họ không đến từ may mắn, mà từ một quyết tâm rất lớn trong việc đầu tư vào con người, tri thức và khoa học - công nghệ. Họ chọn một lộ trình dài hơi, kiên định, và rồi từng bước tạo nên sự chuyển mình.

Và đó cũng là điều tôi luôn mong muốn khi nghĩ về Việt Nam. Chúng ta đang có rất nhiều điều kiện để

> ***Không thể đem sản phẩm có sẵn để bán cho tất cả thị trường. Nếu bạn có sản phẩm tốt, đánh đúng nhu cầu với giá thành cạnh tranh, chắc chắn sẽ thắng.***



Muốn xây dựng một nền kinh tế đất nước vững chắc, độc lập, tự chủ, các doanh nghiệp Việt Nam nhất định phải đột phá thị trường thế giới để chủ động xây dựng đầu ra cho chính mình.





Doanh nhân Hồ Văn Trung - Nhà sáng lập Trangs Group tại Diễn đàn Điểm hẹn doanh nhân, tháng 03/2024.

vươn mình: thị trường rộng lớn, nguồn nhân lực trẻ, cộng đồng trí thức và doanh nhân toàn cầu đầy tâm huyết. Nếu có thể kết nối được tất cả những nguồn lực ấy, và nếu chúng ta mạnh dạn đầu tư nhiều hơn cho công nghệ, cho đổi mới sáng tạo, cho những ngành tạo ra giá trị bền vững… thì tôi tin rằng Việt Nam sẽ làm được những điều lớn lao hơn những gì chúng ta từng hình dung.

Tôi luôn tin vào sức mạnh của doanh nhân Việt Nam, những con người dám nghĩ, dám làm và chưa bao giờ từ bỏ khát vọng. Và tôi cũng tin rằng, với những chính sách đồng hành, những định hướng rõ ràng và dài hạn, doanh nghiệp Việt sẽ tự tin hơn khi bước ra thế giới, mang theo tinh thần Việt Nam và góp phần đưa đất nước tiến về phía trước.

Khát vọng "lớn lên cùng đất nước" là điều mà tôi tin bất kỳ người con Việt Nam nào cũng mang trong mình. Nếu chúng ta cùng nhau nuôi dưỡng và hành động cho khát vọng ấy, thì con đường hướng tới một Việt Nam phát triển bền vững, tự chủ và vươn tầm chắc chắn sẽ trở nên gần hơn bao giờ hết.

Thưa ông, năm 2024 ông cho ra mắt cuốn sách *Đột phá thị trường thế giới*, được nhiều độc giả và giới kinh doanh đánh giá là tài liệu tham khảo giá trị đối với doanh nghiệp Việt Nam trong hành trình vươn ra thị trường quốc tế. Ông có thể chia sẻ rõ hơn về nội dung, thông điệp chủ đạo cũng như những kinh nghiệm thực tiễn mà ông mong muốn truyền tải thông qua cuốn sách này?

Cuốn sách *Đột phá thị trường thế giới* được tôi hoàn thiện từ toàn bộ hành trình hơn bốn thập niên làm việc trong lĩnh vực xuất khẩu và chinh phục các thị trường quốc tế. Đó là quãng thời gian tôi trực tiếp đưa hàng Việt Nam vào nhiều hệ thống siêu thị lớn trên thế giới, từ các nước phương Tây cho đến những nền kinh tế phát triển ở châu Á. Tôi muốn đúc kết những trải nghiệm thực tiễn ấy thành một tài liệu có giá trị tham khảo cho doanh nghiệp Việt Nam, không theo lối hàn lâm giáo trình, mà bằng những câu chuyện, bài học, thất bại và thành công thật sự, với mong muốn tiếp thêm tự tin cho những ai đang khát vọng vươn ra biển lớn.

Xuất thân từ nông thôn, lớn lên trong thời chiến, mồ côi cha ngay khi chào đời và phải vật lộn với nghèo khó từ ruộng khoai, vườn sắn, tôi luôn hiểu rằng để bước qua ranh giới của số phận, phải có ý chí và không ngừng nỗ lực. Từ những kỳ thi trung học, tú tài cho đến cánh cửa đại học, tôi đều đi bằng quyết tâm thoát nghèo. Vì thế, thông điệp mà tôi muốn gửi gắm tới thế hệ trẻ trong cuốn sách rất rõ ràng: hãy kiên trì, mạnh mẽ và không bao giờ



buông xuôi. "Gian truân chỉ là thử thách"; nếu tôi làm được, các bạn hoàn toàn có thể làm được, thậm chí còn tốt hơn.

Với cộng đồng doanh nghiệp, tôi dành phần lớn nội dung cuốn sách để phân tích cấu trúc vận hành của các thị trường lớn, cách thức tiếp cận và mở cửa thị trường, sự khác biệt giữa xuất khẩu qua trung gian và trực tiếp tự mình gõ cửa. Tất cả đều được trình bày bằng chính kinh nghiệm tôi đã trải qua suốt 40 năm, nhằm giúp doanh nghiệp Việt Nam nhìn nhận rõ đường đi nước bước khi muốn bước vào chuỗi cung ứng toàn cầu.

Tuy nhiên, bên cạnh mong muốn truyền cảm hứng cho doanh nhân, tôi còn gửi gắm những tâm tư chân thành tới các nhà lãnh đạo và người làm chính sách. Tôi kỳ vọng sẽ có sự quan tâm sâu sắc hơn đối với chiến lược "Công nghiệp hóa nền nông nghiệp Việt Nam" một chủ trương mang ý nghĩa sống còn đối với tương lai đất nước. Lớn lên từ ruộng đồng, tôi thấu hiểu rất rõ đời sống của hơn 65 triệu người đang gắn bó với nông nghiệp, chiếm tới 67% lực lượng lao động, nhưng thu nhập vẫn chỉ quanh mức 3 triệu đồng/tháng và rất khó thoát nghèo nếu không có sự đổi mới mạnh mẽ từ chính sách.

Thực tế phát triển của các quốc gia cho thấy lực lượng lao động nông nghiệp chỉ chiếm khoảng 5 - 7%. Để Việt Nam bứt phá, chúng ta không thể mãi dựa vào nông nghiệp thủ công. Nhà nước cần có các chính sách thúc đẩy chuyển dịch mạnh mẽ lao động từ nông nghiệp sang công nghiệp và dịch vụ, đồng thời cơ khí hóa - công nghiệp hóa nông nghiệp để nâng cao năng suất, bảo đảm an ninh lương thực và ưu tiên xây dựng chuỗi giá trị "từ nông trại đến bàn ăn" có khả năng cạnh tranh toàn cầu. Đó cũng là tinh thần nhất quán xuyên suốt cuốn sách: chỉ khi nông dân được nâng cao thu nhập và ổn định đời sống, nội lực quốc gia mới thật sự bền vững.

Trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp 4.0, AI, bán dẫn và kinh tế số đang phát triển mạnh mẽ, chúng ta càng phải đầu tư để giới trẻ có cơ hội tham gia vào các ngành công nghệ mũi nhọn. Nhưng cũng không được quên rằng lực lượng lao động khổng lồ ở nông thôn đang rất cần một định hướng chuyển đổi dài hạn. Công nghiệp hóa nông nghiệp chính là nền móng bảo đảm sự cân bằng ấy.

Tôi tin rằng nếu có chiến lược đúng đắn, cùng tinh thần đổi mới, quyết liệt và bền bỉ từ doanh nghiệp cũng như sự đồng hành của Nhà nước, Việt Nam hoàn toàn có thể tạo ra những bước tiến mạnh mẽ hơn trên hành trình hội nhập. Đó là niềm tin mà tôi gửi trọn trong *Đột phá thị trường thế giới*, cũng là khát vọng tôi mong muốn được lan tỏa để góp phần xây dựng một Việt Nam phồn vinh, tự chủ và vững vàng trong tương lai.

Trân trọng cảm ơn những chia sẻ quý báu của ông! ★



GIÁO SƯ, TIẾN SĨ DANH DỰ

Nguyễn Xuân Lam

NGƯỜI TIÊN PHONG KIẾN TẠO BIỂU TƯỢNG Y KHOA KIỂU MẪU



Trong hành trình dựng xây và phát triển nền Y học hiện đại Việt Nam, có những con người lặng thầm nhưng bền bỉ gieo mầm, thắp lửa và để lại những dấu ấn sâu đậm bằng chính tâm huyết và trí tuệ của mình. Giáo sư, Tiến sĩ danh dự Nguyễn Xuân Lam - người con của mảnh đất Hà Tĩnh kiên cường là một trong những biểu tượng như thế. Từ chiến trường ác liệt của những năm tháng chiến tranh, đến thương trường khốc liệt của thời kỳ đổi mới, ông đã không ngừng dấn thân, khát khao cống hiến để kiến tạo nên một biểu tượng y khoa kiểu mẫu mang thương hiệu: Phòng khám Đa khoa quốc tế YERSIN. Cuộc đời và sự nghiệp của ông không chỉ là câu chuyện của một bác sĩ, một doanh nhân, mà còn là tấm gương của một người lính trở về với trái tim luôn hướng về cộng đồng, về quê hương, dân tộc.

Khát vọng kiến tạo biểu tượng y học hiện đại từ trái tim người lính

Sinh ra và lớn lên trên mảnh đất Hà Tĩnh địa linh nhân kiệt, nơi hun đúc nên biết bao anh hùng của dân tộc, từ thuở thiếu thời, chàng trai Nguyễn Xuân Lam đã sớm nuôi dưỡng trong tim mình ngọn lửa cống hiến, khát khao phục vụ cộng đồng.

Sau khi tốt nghiệp Đại học Y khoa Hà Nội năm 1975, người bác sĩ trẻ mang trong tim lý tưởng phụng sự lên đường nhập ngũ theo tiếng gọi thiêng liêng của Tổ quốc. Trong Quân đội, ông lần lượt đảm nhận các vị trí quan trọng như phụ trách Khoa Lây nhiễm - Da liễu tại Bệnh viện 5/8 Hải quân (Hải Phòng); Chủ nhiệm Khoa Ngoại Đội điều trị 78 Vùng 5 Hải quân; Chủ nhiệm Khoa Nội 2 Bệnh viện 1/5 Hải quân. Khi chiến tranh biên giới Tây Nam nổ ra, bác sĩ Nguyễn Xuân Lam được cử làm Bệnh xá trưởng Bệnh xá Quân dân y hỗn hợp tại tỉnh Kampong Som, Campuchia. Tại đây, ông cùng đồng đội kiên cường bám trụ, giành giật sự sống cho bộ đội và Nhân dân Campuchia giữa cuộc chiến tranh khốc liệt, thiếu thốn trăm bề.

Ông từng tin rằng cuộc đời mình sẽ gắn bó trọn vẹn với nghề y. Thế nhưng tháng 07/1989, ông phục viên và xin việc vào Trung tâm Ứng dụng Khoa học Kỹ thuật thuộc Viện Khoa học Việt Nam. Đến năm 1991, ông khởi nghiệp với vai trò đại diện góp vốn cho Trung tâm, đảm nhiệm chức Chủ tịch Hội đồng Quản trị Công ty Cổ phần Thương mại Hà An - tiền thân của Công ty Cổ phần Đầu tư 3H (một trong chín cổ đông sáng lập Ngân hàng Á Châu).

Thành công trên thương trường không làm ông nguôi khát vọng ban đầu, khát vọng được dựng xây một cơ sở y tế hiện đại, tận tâm, chuyên nghiệp, đúng với chuyên ngành mà ông từng được



Phòng khám Đa khoa quốc tế YERSIN.

Trong quá trình khoác áo doanh nhân, tôi nếm mùi thất bại và có lúc gần như trắng tay bởi sự cả tin của mình. Nhưng chưa lúc nào trong lòng tôi có một sự hoang mang hay nhụt chí...”

đào tạo và gắn bó. Năm 2009, khi Luật Khám chữa bệnh được Quốc hội khóa XII thông qua, bác sĩ Nguyễn Xuân Lam nhận ra cơ hội quý giá để hiện thực hóa tâm nguyện suốt nhiều năm. Ông chia sẻ: “Với tôi, dường như việc đầu tư vào lĩnh vực y tế là một cái “nghiệp” của người thầy thuốc. Nếu không phải “cái nghiệp” thì có lẽ tôi đã không quay về với lĩnh vực này”.

Sau nhiều năm chuẩn bị, tháng 05/2011, ông chính thức đầu tư thành lập Phòng khám Đa khoa quốc tế YERSIN tại tòa nhà số 10 Trương Định, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh. Một năm sau, Phòng khám đi vào hoạt động và nhanh chóng khẳng định vị thế, trở thành địa chỉ chăm sóc sức khỏe uy tín, được người dân tin tưởng lựa chọn. Ngay từ những ngày đầu, YERSIN đã định hướng là một cơ sở y tế hiện đại, đồng bộ và toàn diện. Phòng khám được đầu tư đầy đủ các khoa: Chẩn đoán hình ảnh, Dược, Xét nghiệm cùng hệ thống thiết bị thăm dò chức năng tiên tiến, đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế trong khám và điều trị ngoại trú. Không dừng lại ở đó, YERSIN còn tiên phong ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong nội soi tiêu hóa, một bước tiến đột phá trong y học hiện đại. Trung tâm nội soi của phòng khám hiện được đánh giá là một trong những cơ sở hoàn chỉnh và hiện đại nhất tại Việt Nam.

Bên cạnh cơ sở vật chất, đội ngũ nhân sự chính là yếu tố then chốt tạo nên sự khác biệt của YERSIN. Đội ngũ y bác sĩ phần lớn có trình độ sau đại học như thạc sĩ, tiến sĩ, bác sĩ chuyên khoa I, bác sĩ chuyên khoa II; nhiều người từng công tác tại các bệnh viện lớn và tu nghiệp chuyên môn ở nước ngoài. Đồng thời, hệ thống điều dưỡng và thư ký y khoa được tuyển chọn kỹ lưỡng, mỗi ngày có khả năng tiếp nhận từ 100 - 200 khách hàng.



Phòng khám Đa khoa Quốc tế YERSIN tiên phong ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong nội soi tiêu hóa - một bước tiến đột phá trong y học hiện đại.

Chia sẻ về YERSIN, bác sĩ Nguyễn Xuân Lam tự hào cho biết: “Trung tâm là tâm huyết của những bác sĩ giàu kinh nghiệm, mong muốn tạo dựng một cơ sở y tế đạt tiêu chuẩn quốc tế. Chúng tôi đang có trong tay đội ngũ y bác sĩ giỏi về tay nghề, cùng chung tâm huyết là đem đến cho người dân Việt Nam những điều kiện tốt nhất về y tế và chăm sóc sức khỏe. Đây cũng chính là cam kết của mỗi thành viên YERSIN”.

Với chất lượng dịch vụ y tế uy tín, cơ sở vật chất hiện đại, năm 2015, Phòng khám Đa khoa quốc tế YERSIN trở thành phòng khám đầu tiên của Việt Nam được vinh danh tại New York (Mỹ) nhận Giải thưởng “Đỉnh cao chất lượng” do Tổ chức quốc tế Business Initiative Directions (B.I.D) trao tặng. Mới đây, tháng 05/2025, Trung tâm Nội soi của Phòng khám tiếp tục được tôn vinh tại Diễn đàn Khoa học và Kinh tế toàn cầu do Hội đồng Thương mại và Công nghệ Toàn cầu Ấn Độ



Ngày 12/7/2025, tại Lễ tốt nghiệp dành cho sinh viên trên toàn cầu của Trường Đại học Quốc tế Hoa Kỳ, bác sĩ Nguyễn Xuân Lam vinh dự nhận chức danh Giáo sư danh dự - một sự tôn vinh xứng đáng cho cả cuộc đời phụng sự.



Trung tâm Nội soi - Phòng khám Đa khoa Quốc tế YERSIN được vinh danh ở hạng mục "Giải thưởng Vàng xuất sắc toàn cầu" tại "Diễn đàn Khoa học và Kinh tế toàn cầu" diễn ra tại Dubai (UAE), ngày 08/5/2025.

tổ chức, khi vinh dự nhận "Giải Vàng xuất sắc Toàn cầu". Giải thưởng là minh chứng rõ nét cho vị thế tiên phong, chất lượng vượt trội và tinh thần phục vụ nhân văn không đổi của YERSIN. Đó cũng là dấu ấn bản lĩnh, trí tuệ và khát vọng cống hiến của một người cựu chiến binh trên mặt trận kinh tế.

Trọn đời cống hiến cho quê hương, cộng đồng

Dẫu đã gặt hái nhiều thành công trên thương trường nhưng trong trái tim cựu chiến binh Nguyễn Xuân Lam, quê hương vẫn luôn là điểm tựa thiêng liêng, là nơi neo đậu sâu thẳm của tâm hồn. Mảnh đất Hà Tĩnh với núi Hồng, sông La, nơi từng cơn gió cuốn bụi cát bay và lời ru thấm đẫm những câu Kiều đã in đậm trong tim ông. Tình cảm không phai nhòa, sâu đậm như vị gừng cay, muối mặn theo ông suốt cuộc đời.

Trong những năm tháng lập thân, lập nghiệp đầy thử thách, ông vẫn luôn hướng về quê nhà, chăm lo cho cha mẹ, dựng ngôi nhà khang trang, ấm cúng. Với ông, chữ "Hiếu" không chỉ là phụng dưỡng đấng sinh thành, mà còn là nỗ lực làm rạng danh dòng tộc và không ngừng cống hiến cho cộng đồng.

Một trong những tâm nguyện sâu sắc nhất mà ông dành trọn tâm huyết thực hiện là xoa dịu nỗi đau da cam, một di chứng dai dẳng của chiến tranh. Dự án khám, tư vấn và bảo trợ cho trẻ em nhiễm chất độc da cam do ông khởi xướng đang được triển khai trên quê hương Hà Tĩnh không chỉ mang ý nghĩa nhân đạo sâu sắc, mà còn là hành động chữa lành quá khứ, góp phần kiến tạo một tương lai nhân ái và bền vững hơn. Đồng thời, ông cũng tích cực tham gia các chương trình truyền thông dân số, kế hoạch hóa gia đình dành cho các hộ có người bị ảnh hưởng bởi chất độc da cam.

Không chỉ dừng lại ở đó, ông cùng cộng sự đã tổ chức hàng loạt hoạt động thiện nguyện: khám chữa bệnh, cấp phát thuốc miễn phí; hỗ trợ kinh phí xây dựng nhà tình nghĩa cho các cựu chiến binh có hoàn cảnh khó khăn; trao học bổng cho học sinh nghèo, gia đình chính sách ở vùng sâu, vùng xa. Trong giai đoạn 2021 - 2024, ông đã đóng góp hơn 1,5 tỷ đồng vào Chương trình xóa đói giảm nghèo cho các hộ cựu chiến binh - một con số mang đậm ý nghĩa sẻ chia và trách nhiệm xã hội của người thầy thuốc thời đại mới.

Ông còn là người khởi xướng và dẫn dắt nhiều hoạt động tri ân, truyền thông, từ thiện, những chương trình về nguồn, tìm lại phần mộ của các bậc tiền nhân như cố Tổng Bí thư Trần Phú, cố Tổng Bí thư Hà Huy Tập, Anh hùng Lý Tự Trọng... Trong đó, nổi bật nhất là những chương trình gắn với Ngã ba Đồng Lộc - biểu tượng bất khuất của tuổi trẻ và lòng yêu nước.



"Dù với vai trò là một bác sĩ, một doanh nhân hay nhà báo, khi tham gia các hoạt động từ thiện, tôi vẫn tâm niệm rằng mình là một người lính"

Ngày 03/10/2006, trên cương vị Chủ tịch Hội Đồng hương Hà Tĩnh tại Thành phố Hồ Chí Minh, ông đưa ra ý tưởng, trực tiếp tài trợ và thực hiện đêm nhạc "Như những thiên thần". Đây là chương trình đầu tiên về Ngã ba Đồng Lộc tổ chức tại Nhà hát Thành phố được truyền hình trực tiếp trên kênh HTV9, Đài Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh. Với sự tham gia của các nhân chứng lịch sử và sự dàn dựng công phu, hấp dẫn từ ê-kíp sản xuất, đêm nhạc đã để lại dấu ấn sâu đậm trong lòng công chúng. Chương trình có sự góp sức của bà Nguyễn Thị Hồng Ánh, Phó Chủ tịch Hội Đồng hương Hà Tĩnh, Trưởng ban Ban Bạn đọc báo Công an Thành phố. Chương trình sau đó được phát lại trên kênh VTV4 và nhận được sự quan tâm lớn từ cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài.

Năm 2007, ông đóng vai trò cầu nối giữa Báo Công an Thành phố Hồ Chí Minh và Hội Nhạc sĩ Thành phố Hồ Chí Minh để tổ chức cuộc thi sáng tác ca khúc về "10 bông hoa trinh liệt Ngã ba Đồng Lộc". Khi đó, hầu hết các nhạc sĩ và lãnh đạo báo chưa có dịp về thăm Hà Tĩnh, ông trân trọng mời đoàn về quê hương; đồng thời, tài trợ toàn bộ vé máy bay cho các nhạc sĩ, với sự hướng dẫn của bà Nguyễn Thị Hồng Ánh Phó Chủ tịch Hội Đồng hương. Kết quả là hơn 80 ca khúc đã ra đời, trở thành nền tảng cho chương trình cầu truyền hình Lễ Trao giải cuộc thi nhân dịp Kỷ niệm 40 năm chiến thắng Đồng Lộc, diễn ra tại địa danh Đồng Lộc vào ngày 19/7/2008. Chương trình không chỉ tái hiện sinh động những trang sử hào hùng của dân tộc, mà còn lan tỏa tinh thần yêu nước và ý chí kiên cường đến đông đảo công chúng trong và ngoài nước. Với những nỗ lực tâm huyết và bền bỉ, thông qua các DVD, CD,...(dấu ấn sâu đậm là DVD Núi Hồng, Sông Lam được Phương Nam Phim phát hành và tiêu thụ 25.000 bản), hình ảnh Ngã ba Đồng Lộc ngày càng được biết đến rộng rãi như một biểu tượng thiêng liêng của lòng yêu nước và sự hy sinh cao cả.

Khi được hỏi về hành trình cống hiến không ngừng nghỉ ấy, ông chỉ mỉm cười chia sẻ: "Đến bây giờ ngồi nghĩ lại, tôi cũng không hình dung nổi là làm sao mình đã làm được." Chia sẻ về những đóng góp của ông, nguyên Bí thư Tỉnh ủy Hà Tĩnh Nguyễn Thanh Bình cho biết: "Anh Lam luôn luôn gắn bó, luôn luôn gần gũi, đồng thời tham gia đóng góp rất nhiều lĩnh vực, nhất là trong lĩnh vực xóa đói, giảm nghèo, luôn chia sẻ với bà con, với địa phương một cách kịp thời. Anh Lam còn tham gia rất tích cực các chương trình truyền thông quảng bá quê hương Hà Tĩnh".

Không chỉ là một người lính, thầy thuốc, doanh nhân, Nguyễn Xuân Lam còn là một người yêu văn chương và đam mê nghiên cứu. Ông là Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký Hội Kiều học Việt Nam. Với vai trò này, ông đã chủ biên công trình nghiên cứu đồ sộ "Nghiên cứu Truyện Kiều những năm đầu thế kỷ XXI" - một tập sách dày 1.500 trang. Theo Giáo sư Phong Lê, để thực hiện được công trình như vậy, cần có khát vọng, đam mê, kiến thức sâu rộng,



Bác sĩ Nguyễn Xuân Lam trao quà hưởng ứng Lễ phát động Chương trình "Một triệu tập vở cho học sinh đồng bào các dân tộc Tây Nguyên và tỉnh Bình Phước", ngày 15/8/2023.



Bác sĩ Nguyễn Xuân Lam (ở giữa) thắp hương xin phép tại Ngã ba đồng Lộc, trước ngày tổ chức đêm nhạc "Như những thiên thần", ngày 03/10/2006.

tiềm lực vững vàng và sức khỏe dồi dào. Qua công trình này, ông mong muốn tiếp nối câu chuyện truyền thống, để khu di tích Nguyễn Du trở thành một điểm đến văn hóa - lịch sử đặc sắc, góp phần làm rạng danh non sông Việt, rạng danh quê hương Hà Tĩnh.

Bước chân thiện nguyện của người cựu chiến binh, bác sĩ Nguyễn Xuân Lam đã đi mọi miền Tổ quốc, mang yêu thương đến cộng đồng. Ở tuổi 73, phía sau một mái đầu bạc vẫn là một trái tim ấm nóng, tràn đầy nhiệt huyết với nhiều dự định, trăn trở về các dự án hợp tác quốc tế nhằm nâng cao hơn nữa công tác chăm sóc sức khỏe nhân dân, cùng với đó là lan tỏa lối sống tích cực, nhân văn đến cộng đồng. Những đóng góp không ngừng nghỉ của ông, của người lính giữa đời thường, với nhiều lĩnh vực mà lĩnh vực nào ông cũng đã hoàn thành tốt để lại dấu ấn, thắp sáng niềm tin, tạo nên những giá trị cho sự phát triển y tế nói chung và công tác xã hội nói riêng. Hình ảnh người cựu chiến binh, người bác sĩ, doanh nhân ấy sẽ mãi là tấm gương sáng, truyền cảm hứng cho thế hệ trẻ trên con đường xây dựng và bảo vệ sức khỏe cộng đồng. Một hình mẫu về học tập, lao động thích nghi với mọi hoàn cảnh để thành công và phụng sự xã hội. ★

Rời quân ngũ năm 1989, đến nay, bác sĩ Nguyễn Xuân Lam đã tham gia 17 hội có pháp nhân và 5 hội không có pháp nhân (là sáng lập viên, hội viên, BCH, TV, Phó Chủ tịch, Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký, Chủ tịch).

Là Tổ trưởng Tổ dân phố, Trưởng ban Ban Quản trị chung cư, Bí thư Chi bộ, Chi hội trưởng Hội CCB, Trưởng ban Ban Mặt trận khu phố, Chi hội trưởng Hội Người cao tuổi.

Những nỗ lực không mệt mỏi của bác sĩ Nguyễn Xuân Lam được ghi nhận bằng nhiều danh hiệu cao quý:

- Chiến sĩ thi đua của Quân chủng Hải quân (năm 1976)
- Bằng khen của UBND tỉnh Hà Tĩnh (năm 2011)
- Bằng khen của Bộ Công Thương (năm 2013)
- Bằng khen của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (năm 2016)
- Bằng khen của Hội Cựu chiến binh Việt Nam (năm 2021, 2024)
- Bằng khen của Hiệp hội Doanh nghiệp, Doanh nhân Cựu chiến binh Việt Nam (năm 2022, 2024)
- Bằng khen của Hội Cựu chiến binh Thành phố Hồ Chí Minh (năm 2022, 2023)
- Bằng khen của Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Thành phố Hồ Chí Minh (năm 2023)
- 02 Bằng khen của UBND Thành phố Hồ Chí Minh (năm 2024 và 2025)
- Chứng nhận Sản xuất kinh doanh giỏi của Trung ương Hội CCB Việt Nam (năm 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024)
- Chứng nhận Sản xuất kinh doanh giỏi cấp toàn quốc của Hội Người cao tuổi Việt Nam (năm 2018, 2023).
- Nhiều năm liền đạt danh hiệu Đảng viên xuất sắc, dân vận giỏi.
- Ngày 30/11/2024, ông vinh dự được Trường Đại học Quốc tế Hoa Kỳ trao tặng học vị Tiến sĩ danh dự chuyên ngành Y học vì những đóng góp cho cộng đồng và nền y học nước nhà.
- Ngày 12/7/2025, tại Lễ tốt nghiệp dành cho sinh viên trên toàn cầu của Trường Đại học Quốc tế Hoa Kỳ, ông vinh dự được phong tặng hàm Giáo sư danh dự - một sự tôn vinh xứng đáng cho cả cuộc đời phụng sự.



ĐẠI TÁ DOANH NHÂN Nguyễn Văn Hùng

NGƯỜI LÍNH CÔNG BINH VÀ HÀNH TRÌNH *kiến tạo sức khỏe xanh* CHO NGƯỜI VIỆT

Mang trong mình tinh thần người lính, hết lòng vì Tổ quốc, Đại tá, doanh nhân Nguyễn Văn Hùng là hình ảnh tiêu biểu của lớp người Việt Nam kiên cường, dấn thân và sáng tạo. Hơn nửa thế kỷ cống hiến, ông không chỉ ghi dấu trong những công trình ngầm, đường hầm, các công trình trên đảo xa nơi đầu sóng ngọn gió, mà còn tiên phong khai mở "nền sức khỏe xanh" cho người Việt. Dưới sự dẫn dắt của ông, Công ty Cổ phần Khoa học Công nghệ Tảo Việt Nam (VASTCOM) trở thành biểu tượng của khát vọng kết hợp tri thức - công nghệ - tâm huyết vì con người và tương lai đất nước.

VASTCOM
BẢO VẬT TỪ THIÊN NHIÊN





Từ người lính công binh kiên cường

Sinh ra trên vùng quê Quỳnh Dị (Hoàng Mai, tỉnh Nghệ An) giàu truyền thống cách mạng, từ nhỏ Nguyễn Văn Hùng sớm mang trong mình khát vọng vươn lên bằng tri thức để phụng sự Tổ quốc. Năm 1969, sau khi hoàn thành chương trình học phổ thông, ông được cử sang Liên Xô (nay là Liên bang Nga) du học ngành Công trình ngầm và mỏ tại Trường Đại học Mỏ Mat-xcơ-va, ngôi trường danh giá đào tạo nhiều kỹ sư hàng đầu thế giới.

Sau 07 năm miệt mài học tập, năm 1976, ông tốt nghiệp xuất sắc ngành Công trình ngầm và mỏ, trở về nước phục vụ tại Binh chủng Công binh - Quân đội Nhân dân Việt Nam. Trải qua nhiều năm cống hiến, trên nhiều cương vị khác nhau, ông luôn thể hiện bản lĩnh của một người lính tri thức: gan dạ trong chiến trường, kiên định trong gian khó và sáng tạo trong công việc.





ĐIỀU TÔI MONG MUỐN NHẤT LÀ NHỮNG GÌ BÀN TAY MÌNH LÀM RA ĐỀU TRỞ THÀNH ĐẶC SẢN, VÀ CHÍNH ĐẶC SẢN ẤY SẼ NUÔI DƯỠNG MẢNH ĐẤT THÂN YÊU NÀY".

Trên cương vị nguyên Tổng Giám đốc Tổng Công ty Xây dựng Lũng Lô (Bộ Quốc phòng), đơn vị hàng đầu cả nước trong lĩnh vực xây dựng công trình ngầm, thủy điện, cảng biển, đê chắn sóng và rà phá bom mìn, ông cùng đồng đội đã thực hiện hàng loạt công trình trọng điểm quốc gia. Ông vẫn chưa quên những năm tháng lăn lộn cùng hàng nghìn lính thợ vượt qua những trận mưa rừng xối xả hay nắng nóng hầm hập miền Trung để khảo sát, thi công các dự án lớn, dài ngày như: đường hầm Thủy điện A Vương, đường hầm Đa Mi - Hàm Thuận, Nhà máy Thủy điện Sông Tranh 2, Đường Hồ Chí Minh (25km), đường Đông Trường Sơn, hạng mục đê chắn sóng và san nền mặt bằng Nhà máy lọc dầu Dung Quất, công trình cảng và khu neo đậu tàu tại các cụm đảo ngoài khơi xa, rà phá bom mìn, vật liệu nổ do chiến tranh để lại trên các vùng đất xây dựng công trình...

Lưu giữ trong ký ức người lính Nguyễn Văn Hùng hơn cả là những chuyến vượt trùng khơi, tìm cách tập kết nguyên vật liệu và thiết bị, máy móc trong điều kiện sóng to, gió cả để khảo sát và thi công kiên cố các công trình neo đậu tàu và cứu hộ, cứu nạn nơi đảo xa Bạch Long Vĩ, Trường Sa Lớn, Song Tử Tây… Những công trình ấy không chỉ khẳng định năng lực, trí tuệ của người lính công binh mà còn góp phần bảo vệ chủ quyền biển đảo thiêng liêng của Tổ quốc. Với những đóng góp ấy, ông được phong hàm Đại tá, phần thưởng xứng đáng cho một đời binh nghiệp cống hiến.

"TÔI VỀ QUÊ VỚI MỤC ĐÍCH LÀ LÀM ĐỂ ĐÓNG GÓP MỘT PHẦN NHỎ VÀO PHÁT TRIỂN KINH TẾ XÃ HỘI CHO QUÊ HƯƠNG. VÌ THẾ, NHỮNG GÌ ĐƯỢC LỰA CHỌN Ở ĐÂY LÀ TÂM HUYẾT, LÀ TRÍ TUỆ, CỐNG HIẾN HẾT MÌNH CỐT ĐỂ MANG LẠI NHỮNG SẢN PHẨM "THẬT TÂM" BẢO VỆ SỨC KHỎE CHO CẢ CỘNG ĐỒNG, CHO NGƯỜI THÂN…"





VASTCOM ký kết hợp tác với GS.TS Franz-Peter Montforts – nhà khoa học người Đức, năm 2018.

đến doanh nhân tiên phong vì sức khỏe cộng đồng

Sau khi rời quân ngũ, thay vì nghỉ ngơi, ông lại chọn cho mình một hành trình mới - hành trình kiến tạo xây dựng quê hương giàu đẹp, đời sống Nhân dân ấm no. Năm 2009, ông sáng lập Công ty Cổ phần Đầu tư và Xây dựng Long Thành, khởi xướng dự án Khu đô thị Cửa Cờn Riverside quy mô 33ha, góp phần làm đổi thay diện mạo đô thị biển Hoàng Mai. Cùng thời gian đó, ông phát triển trang trại nông nghiệp xanh rộng 130ha tại xã Tân Thắng (Quỳnh Lưu), hướng tới mô hình sản xuất bền vững, thân thiện với môi trường.

Ít ai biết rằng, hành trình đến với Tảo xoắn Spirulina của doanh nhân Nguyễn Văn Hùng không phải khởi đầu từ một dự án, mà đến từ một lần đối diện với ranh giới sinh tử. Những năm đầu mới nghỉ hưu, ông mắc phải một cơn bạo bệnh mà ông không nghĩ mình có thể vượt qua. Ông chia sẻ: "Khi ấy, tôi mắc một cơn bạo bệnh tưởng chừng không thể qua khỏi. May mắn thay, sau khi khỏi bệnh, có một người bạn khuyên tôi nên uống tảo xoắn để tăng cường sức đề kháng và nhanh chóng phục hồi sức khỏe. Sau một thời gian sử dụng, sức khỏe tôi dần hồi phục, và từ đó tôi bắt đầu quan tâm, tìm hiểu sâu hơn về loại tảo này". Càng nghiên cứu, ông càng tin rằng Spirulina không chỉ là thực phẩm bổ sung, mà là "chìa khóa cho một nền sức khỏe xanh của tương lai."



Gian trưng bày của VASTCOM tại Triển lãm "80 năm hành trình Độc lập - Tự do - Hạnh phúc".



VASTCOM tặng quà người có công, thân nhân liệt sĩ, gia đình chính sách nhân ngày Thương binh - Liệt sĩ (27/7/2025).

Cũng trong thời gian ấy, ông biết đến một cơ sở nuôi tảo ở Quỳnh Lương (Quỳnh Lưu, Nghệ An) đang được sang nhượng. Với tầm nhìn và quyết tâm, ông đã mua lại, cải tạo, mở rộng và thành lập Công ty Cổ phần Khoa học Công nghệ Tảo Việt Nam (VASTCOM) - khởi đầu cho hành trình hơn một thập kỷ gắn bó với sứ mệnh "kiến tạo sức khỏe xanh".

Tảo xoắn Spirulina từ lâu được giới khoa học quốc tế đánh giá là "thực phẩm vàng của thế kỷ XXI", giàu protein, vitamin và khoáng chất, giúp ngăn ngừa thiếu máu, kiểm soát đường huyết, hỗ trợ điều trị ung thư, làm đẹp da và tăng cường sức khỏe toàn thân. Nhận thấy tiềm năng lớn từ điều kiện tự nhiên của vùng Quỳnh Lương, cùng với sự hỗ trợ của ngành khoa học - công nghệ, năm 2016, VASTCOM được Bộ Khoa học và Công nghệ tài trợ Dự án "Nghiên cứu ứng dụng các giải pháp công nghệ để phát triển sản xuất và chế biến tảo xoắn Spirulina và đẩy mạnh thương mại hóa các sản phẩm chế biến từ tảo" với tổng vốn đầu tư 15 tỷ đồng. Đây là dấu mốc quan trọng đưa sản phẩm tảo Việt vươn tầm quốc gia.

Không ngừng đổi mới và sáng tạo, VASTCOM phát triển thêm nhiều dòng sản phẩm từ đậu tương lên men Natokinaza, đông trùng hạ thảo, nhung hươu, trong đó 3/4 sản phẩm đạt chứng nhận OCOP 4 sao. Năm 2020, Công ty ra mắt Villa Tảo xoắn - mô hình nghỉ dưỡng kết hợp chăm sóc sức khỏe bằng Spirulina đầu tiên tại Nghệ An, mở ra hướng đi mới cho du lịch chăm sóc sức khỏe.

Đặc biệt, năm 2024, VASTCOM trở thành doanh nghiệp Việt Nam đầu tiên sản xuất thành công 02 sản phẩm quý là Phycocyanin và Chlorin-e6 từ Tảo Spirulina trên quy mô công nghiệp - hai hoạt chất có giá trị cao trong điều trị ung thư bằng liệu pháp quang động. Bước sang năm 2025, Công ty tiếp tục nhận Dự án sản xuất thử nghiệm với tổng số vốn 17 tỷ đồng từ Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn để hoàn thiện công nghệ, khẳng định năng lực khoa học - công nghệ và định hướng phát triển bền vững.

Sau hơn 13 năm xây dựng và phát triển, VASTCOM trở thành doanh nghiệp khoa học công nghệ hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực nuôi trồng, sản xuất tảo Spirulina, với quy mô hơn 5ha, trên 30 sản phẩm, hàng trăm đại lý trên toàn quốc. Dưới sự lãnh đạo của Đại tá - doanh nhân Nguyễn Văn Hùng, VASTCOM không chỉ mang lại giá trị kinh tế mà còn đóng góp tích cực cho mục tiêu phát triển kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, bảo vệ môi trường và nâng cao sức khỏe cộng đồng. Mỗi sản phẩm của VASTCOM không chỉ là kết tinh của khoa học và tâm huyết, mà còn là biểu tượng cho tinh thần sáng tạo, nghị lực và lòng yêu quê hương của người con xứ Nghệ.

Hơn nửa thế kỷ gắn bó với hai "mặt trận" quốc phòng và kinh tế, Đại tá - doanh nhân Nguyễn Văn Hùng luôn giữ vững tinh thần người lính: kỷ luật, kiên định, dám nghĩ, dám làm và dám đổi mới. Ông chia sẻ: "Điều tôi mong muốn nhất là những gì bàn tay mình làm ra đều trở thành đặc sản, và chính đặc sản ấy sẽ nuôi dưỡng mảnh đất thân yêu này. Tôi về quê để cống hiến, để mang lại những sản phẩm thật tâm, bảo vệ sức khỏe cho cộng đồng và người thân".

Hành trình của Đại tá, doanh nhân Nguyễn Văn Hùng, từ người lính công binh kiên cường đến doanh nhân tiên phong trong lĩnh vực sức khỏe xanh là minh chứng sống động cho tinh thần Việt Nam thời đại mới: dấn thân, đổi mới và phụng sự vì một Việt Nam phồn vinh, hạnh phúc. ★

DOANH NHÂN
Phạm Minh Hương
Hành trình *tỉnh thức* và kiến tạo *giá trị Việt*



Hơn ba thập kỷ gắn bó với ngành Tài chính - Chứng khoán, doanh nhân Phạm Minh Hương, Nhà sáng lập Tập đoàn IPA, Chủ tịch Hội đồng Quản trị Công ty Chứng khoán VNDIRECT và Tổng Công ty Cổ phần Bảo hiểm Bưu điện (PTI), trở thành biểu tượng cho thế hệ doanh nhân tiên phong dám nghĩ, dám làm, dám phụng sự. Ở bà, người ta không chỉ thấy một "thủ lĩnh" bản lĩnh, một nhà lãnh đạo đổi mới tư duy quản trị, mà còn là một "người gieo hạt tỉnh thức", kiên định theo đuổi con đường kinh doanh nhân văn, nơi giá trị con người được đặt ở trung tâm của mọi chiến lược phát triển.

Thưa doanh nhân Phạm Minh Hương, nhìn lại hành trình gần 30 năm gắn bó với ngành tài chính - chứng khoán, theo bà, "di sản" lớn nhất mà thế hệ doanh nhân tiên phong để lại cho đất nước và thế hệ sau là gì? Với cá nhân bà, giá trị cốt lõi nào được xem là nền tảng trong hành trình xây dựng IPA và VNDIRECT?

Tôi sinh ra trong thời kỳ đất nước còn nhiều khó khăn, khi điều kiện vật chất còn nhiều thiếu thốn. Nhưng cũng chính trong gian khó ấy, con người Việt Nam lại có cơ hội bộc lộ những phẩm chất quý báu mà tổ tiên đã trao truyền: kiên cường, nhân ái, bao dung và sống có nghĩa tình. Tôi lớn lên trong vòng tay của bà, của cha mẹ, những con người bình dị nhưng thấm đẫm đạo lý Việt. Bà tôi chỉ biết viết tên mình, nhưng sống một cuộc đời phong phú, dũng cảm và tràn đầy tình thương. Dù là người thuộc tầng lớp tư sản thời ấy, bà vẫn giữ nếp sống cần kiệm, chia sẻ từng nắm gạo cho nhà chùa trong thời tem phiếu. Bà hiền lành, nhân hậu, nhưng rất cứng cỏi khi bảo vệ những giá trị mình tin tưởng. Bà dạy chúng tôi bằng những câu nói giản dị mà sâu sắc: "Có đức mặc sức mà ăn", "Đói cho sạch, rách cho thơm". Bà quý ai, bà bảo "Người đó có Đạo" và mãi sau này tôi mới hiểu, "Đạo" ở đây là đạo sống, là nhân cách, là cách ứng xử với đời. Bố tôi, rồi bố chồng tôi, những người đàn ông tôi kính trọng nhất lại cho tôi thấy sự hy sinh, lòng nhường nhịn và tinh thần lạc quan. Mẹ tôi đảm đang, khéo léo, luôn tạo ra bữa cơm ngon dù chỉ từ những gì giản dị nhất.

Bà Phạm Minh Hương chia sẻ tại sự kiện Homefood 15 năm của Tập đoàn IPA.



Từ những nếp sống ấy, tôi nghiệm ra rằng "di sản" lớn nhất của cha ông chính là nếp sống Việt Nam. Đó là sự kiên cường trong gian khó, khiêm nhường trong thành công, trân trọng thiên nhiên và biết yêu thương con người. Chính từ gốc rễ ấy, tôi cố gắng lan tỏa trong hành trình kiến tạo IPA, VNDIRECT và các công ty trong hệ sinh thái của Tập đoàn, nơi mỗi người được sống chân thật, tử tế và có ý nghĩa. Chúng tôi không chỉ hướng đến hiệu quả kinh doanh, mà còn gìn giữ và lan tỏa những giá trị nhân văn, tạo dựng một tổ chức bền vững cả về trí tuệ, đạo đức và tinh thần phụng sự cộng đồng.



Chủ tịch Phạm Minh Hương chia sẻ về nếp văn hóa chánh niệm với CBNV Tập đoàn.

Trong bối cảnh thị trường tài chính Việt Nam còn non trẻ và nhiều biến động, IPA và VNDIRECT vẫn duy trì được bản sắc riêng và niềm tin của nhà đầu tư. Theo bà, điều gì giúp doanh nghiệp duy trì bản sắc độc lập, phát triển bền vững và giữ được niềm tin của nhà đầu tư trong suốt chặng đường vừa qua?

Tôi may mắn khi được làm việc tại Ngân hàng Citibank (Mỹ), nơi tôi học được những bài học quý báu về chuẩn mực nghề nghiệp và tinh thần chuyên nghiệp. Thời điểm đó, chúng tôi chỉ có ngôn ngữ, chưa có nền tảng về tài chính - ngân hàng. Nhưng chính môi trường ấy rèn luyện cho tôi đức tính kỷ luật, trách nhiệm và tinh thần phụng sự cộng đồng.

Sau khi rời Citibank, thành lập Tập đoàn IPA và sau đó là Công ty Chứng khoán VNDIRECT, tôi muốn kết hợp tri thức quốc tế với tâm hồn Việt Nam, tạo nên một doanh nghiệp Việt chuẩn mực, nhân văn và hiện đại. Tên gọi IPA là viết tắt của ba chữ: Idea (ý tưởng) - Passion (đam mê) - Attitude (thái độ).

Tôi luôn tin rằng, dù xuất phát khởi đầu muộn hơn nhiều quốc gia khác, nhưng người Việt Nam vẫn có thể vươn lên nhờ sức sáng tạo, thái độ lạc quan cùng tinh thần lao động bền bỉ.

Tại Tập đoàn, chúng tôi lấy triết lý "Kính nghề - Lạc nghiệp - Tiếp nối" làm giá trị cốt lõi. Niềm vui của chúng tôi là được làm nghề, được sáng tạo giá trị mới, và tìm thấy ý nghĩa trong hành trình phụng sự cộng đồng. Không phải lúc nào VNDIRECT cũng thành công, nhưng chính trong thử thách và khủng hoảng, chúng tôi học được cách biết ơn. Tôi cảm thấy biết ơn mỗi ngày, khi được làm việc, được cống hiến và được đồng hành cùng đội ngũ của mình - những người cùng tôi nuôi dưỡng khát vọng vì khách hàng, vì cộng đồng và vì một Việt Nam thịnh vượng.

> MỘT DOANH NGHIỆP CHỈ CÓ THỂ VƯƠN XA KHI CÓ BẢN SẮC VĂN HÓA RIÊNG – NỀN TẢNG GIÚP CỘNG ĐỒNG DOANH NHÂN, NGƯỜI LAO ĐỘNG TÌM THẤY Ý NGHĨA TRONG CÔNG VIỆC VÀ TRONG CHÍNH HÀNH TRÌNH PHÁT TRIỂN BẢN THÂN.



Chủ tịch Phạm Minh Hương cùng đội ngũ Công ty tham gia giải chạy 27 năm thành lập PTI.



Bà Phạm Minh Hương chia sẻ về nếp sống chánh niệm trong một buổi thiền trà.

Bà từng nói về triết lý "kinh doanh tỉnh thức", coi doanh nghiệp là môi trường để mỗi người phát triển trí tuệ và nội tâm. Triết lý này được hiện thực hóa như thế nào trong quản trị, văn hóa doanh nghiệp và định hướng phát triển bền vững của IPA và các công ty thành viên?

Tôi luôn tâm niệm rằng, một doanh nghiệp chỉ có thể vươn xa khi có bản sắc văn hóa riêng - nền tảng giúp cộng đồng doanh nhân, người lao động tìm thấy ý nghĩa trong công việc và trong chính hành trình phát triển bản thân. Thực ra, đã có lúc, ở đỉnh cao của sự nghiệp, tôi rơi vào khủng hoảng giá trị. Càng thành công, tôi càng thấy mình cô đơn và khó kết nối. Tôi nhận ra rằng, thành công vật chất không thể thay thế được sự bình an và kết nối con người. Từ đó, tôi bắt đầu hành trình tìm về "tỉnh thức", không chỉ cho bản thân mà cho cả tổ chức.

Tại IPA, chúng tôi tôn vinh sự chân thật, nơi mỗi người được sống đúng với bản thân, song cùng hướng về một tầm nhìn và sứ mệnh chung. Chúng tôi xây dựng "la bàn IPAM" (IPAM Compass) - một kim chỉ nam cho nếp sống Việt trong doanh nghiệp hiện đại, đó là: trân quý sự sống, tìm về hạnh phúc chân thực, sẵn sàng trao đi tình thương đích thực, thực tập ái ngữ - lắng nghe, nuôi dưỡng và trị liệu và thấu hiểu lẫn nhau.

Văn hóa doanh nghiệp không chỉ là nội quy, mà là cách chúng ta sống mỗi ngày. Khi con người được sống thật, được nuôi dưỡng bằng yêu thương và sự thấu hiểu, họ sẽ phát huy tối đa năng lực sáng tạo. Chính điều đó đã tạo nên bản sắc văn hóa "tỉnh thức" của IPA - nơi mỗi cá nhân trưởng thành cùng tổ chức.

Nhiều lần nhắc đến "nếp sống Việt" như một nền tảng tinh thần, bà có thể chia sẻ rõ hơn về ý nghĩa của giá trị này trong phát triển doanh nghiệp hiện nay?

Nếp sống của dân tộc Việt được kết tinh từ tuệ giác của cha ông, đặc biệt là thời Lý - Trần, giai đoạn mà tinh thần Tam giáo đồng nguyên được phát huy rực rỡ: đạo Phật với trí tuệ giải thoát, đạo Lão với triết lý thuận theo tự nhiên, và đạo Khổng với những giá trị Trung - Hiếu - Nghĩa. Từ đó, hình thành nên tinh thần "Đạo ở đời", con người vừa hành đạo, vừa hành đời, sống an nhiên giữa biến động.

Tôi chịu ảnh hưởng sâu sắc từ tinh thần "Cư Trần - Lạc Đạo" của Vua Trần Nhân Tông và triết lý "Đạo Bụt dấn thân" mà Thiền sư Thích Nhất Hạnh tiếp nối. Từ nếp sống ấy, Thiền sư đã đưa thực hành chánh niệm (mindfulness) - hạt giống tuệ giác của dân tộc Việt - lan tỏa ra thế giới, trở thành một giá trị phổ quát được các tập đoàn lớn trên thế giới áp dụng. Chính nhờ những giá trị ấy mà thế giới biết đến Việt Nam như một dân tộc hiền hòa, bao dung, sống thuận tự nhiên và giàu lòng nhân ái.

Nếu biết ứng dụng tuệ giác ấy trong quản trị doanh nghiệp, chúng ta có thể khơi dậy nguồn năng lượng nội sinh, giúp thế hệ trẻ vững vàng, sáng suốt và giữ được ngọn lửa sáng tạo trong bối cảnh kinh tế thế giới có nhiều biến động như hiện nay.

Với vai trò nhà lãnh đạo, bà đánh giá như thế nào về vai trò của thế hệ trẻ trong việc kế thừa và phát huy giá trị doanh nghiệp Việt? Bà có triết lý nào để truyền cảm hứng, giúp họ phát huy năng lực sáng tạo, dám nghĩ khác, dám hành động, giữ vững đạo đức nghề nghiệp, vừa sống có trách nhiệm và biết phụng sự cho cộng đồng?

Tôi thấy, thế hệ trẻ hôm nay có tri thức và điều kiện vật chất tốt hơn, nhưng lại ít có cơ hội được rèn luyện trong gian khó, nơi hình thành bản lĩnh và lòng biết ơn. Các bạn có thể giỏi về công nghệ, hiểu thế giới nhưng đôi khi chưa đủ sâu để thấu hiểu chính mình.

Nếu các bạn trẻ ngày nay có thể thấu hiểu sâu sắc nếp sống của tổ tiên, đó là khát vọng vươn mình qua khó khăn, đó là niềm vui trong ý nghĩa của sự phụng sự, đó là tinh thần sống cộng đồng làng xóm và hơn hết là thách thức phát triển Tuệ Giác sống qua từng trải nghiệm cuộc đời trao tặng. Tôi luôn nói với các bạn rằng: điều quý nhất không phải là thành công, mà là thái độ sống, có khát vọng vươn mình, có niềm vui trong phụng sự, có tinh thần cộng đồng và biết ơn cuộc đời.

Tại IPA, chúng tôi khuyến khích thế hệ trẻ thực hành triết lý "Sống Đẹp - Living with Beauty, Sống Đủ - Living in Abundance, Sống Sâu - Living with Depth". Đó là "gia tài" của tổ tiên, cũng là kim chỉ nam giúp mỗi người tìm thấy ý nghĩa thật sự trong công việc và cuộc sống.

Chủ tịch Phạm Minh Hương cùng đội ngũ cộng sự tại sự kiện 18 năm thành lập VNDIRECT.



> NẾU BIẾT KẾT HỢP TRÍ TUỆ NHÂN LOẠI VỚI GIÁ TRỊ VIỆT, TÔI TIN VIỆT NAM CÓ THỂ VƯƠN TẦM THẾ GIỚI BẰNG CHÍNH NĂNG LƯỢNG NỘI SINH CỦA MÌNH.



Bà Phạm Minh Hương chia sẻ tại sự kiện kỷ niệm 25 năm thành lập Tập đoàn IPA.

Trên hành trình "kiến quốc - kiến nghiệp" của Việt Nam hôm nay, bà kỳ vọng điều gì ở thế hệ doanh nhân trẻ?

Đất nước chúng ta đang trong giai đoạn phát triển mạnh mẽ, nhưng vẫn cần rất nhiều tâm - trí - lực để gìn giữ và tiếp nối di sản của tổ tiên. Tôi mong thế hệ trẻ tiếp cận sự phát triển bằng tâm thế tỉnh thức, không chỉ chạy theo thành công, mà phải sống có đạo đức, có nghị lực và dũng cảm vượt qua giới hạn của bản thân. Tôi mong muốn lan tỏa tinh thần "Doanh nhân tỉnh thức", để mỗi doanh nghiệp không chỉ làm kinh tế, mà còn là một tế bào sống đẹp của xã hội, nơi con người được hạnh phúc và phát triển toàn diện.



Chủ tịch Phạm Minh Hương chia sẻ tại Hội thảo The Makeover 2025: "con người" là cốt lõi của mọi sự chuyển đổi giữa thực tại biến động và chúng ta nên dành thời gian cho điều này.

Chúng ta cần nuôi dưỡng Đạo đức - Nghị lực - Dũng cảm, dám vượt qua giới hạn bản thân và chấp nhận giới hạn của người khác. Tôi tin vào sức mạnh của dân tộc Việt Nam, một dân tộc nhỏ bé nhưng luôn kiên cường, sáng tạo và biết yêu thương.

Chúng ta đang bước vào kỷ nguyên của trí tuệ nhân tạo (AI), thời điểm nhân loại chuyển mình mạnh mẽ. Nhưng công nghệ chỉ là công cụ, không thể thay thế lòng nhân ái và sự gắn bó cộng đồng, bản sắc riêng của người Việt. Nếu biết kết hợp trí tuệ nhân loại với giá trị Việt, tôi tin Việt Nam có thể vươn tầm thế giới bằng chính năng lượng nội sinh của mình.

Nếu phải chọn một "di sản" để lại cho IPA, cho thế hệ lãnh đạo tương lai và cho đất nước, bà mong muốn đó là gì?

Tôi nghĩ, di sản lớn nhất không phải là tài sản, mà là năng lượng và niềm tin được truyền trao. Tôi mong muốn giữ gìn một IPA không chỉ mạnh về tài chính, mà còn là "mảnh đất gieo trồng con người tỉnh thức", nơi mỗi cá nhân được phát triển toàn diện, sống có ý nghĩa và phụng sự xã hội.

Tôi tự hào vì được sinh ra ở Việt Nam, một dân tộc kiên cường, nhân ái. Tôi biết ơn vì được chứng kiến thời khắc đất nước chuyển mình, và được đóng góp một phần nhỏ bé vào hành trình kiến thiết Tổ quốc. Đó là niềm hạnh phúc lớn nhất của đời tôi.

Xin cảm ơn những chia sẻ của bà!

Hành trình gần ba thập kỷ của doanh nhân Phạm Minh Hương là minh chứng sống động cho hình ảnh doanh nhân Việt thời đại mới, hội tụ trí tuệ toàn cầu và bản sắc dân tộc, kết hợp tinh thần đổi mới với lòng nhân ái. Từ IPA đến VNDIRECT, từ kinh doanh đến phụng sự, bà đã lan tỏa triết lý "kinh doanh tỉnh thức", coi doanh nghiệp là nơi kiến tạo con người và vun đắp cho xã hội. Trong dòng chảy chuyển đổi số hôm nay, câu chuyện của bà là lời nhắc nhở đầy cảm hứng: Phát triển kinh tế phải gắn liền với phát triển con người, và chỉ khi con người tỉnh thức, đất nước mới thật sự hưng thịnh. ★

Doanh nhân Lã Thị Lan
BẢN LĨNH THƯƠNG TRƯỜNG VÀ HÀNH TRÌNH PHỤNG SỰ CỘNG ĐỒNG



Doanh nhân Lã Thị Lan, Chủ tịch Quỹ Doanh nhân vì cộng đồng

Trước những đòi hỏi ngày càng cao về năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững, trách nhiệm xã hội của đội ngũ doanh nhân được đặt ra một cách rõ nét hơn bao giờ hết. Không ít doanh nhân Việt Nam đã lựa chọn con đường phát triển vượt lên trên giới hạn của lợi nhuận, lấy phụng sự cộng đồng làm nền tảng cho sự phát triển của doanh nghiệp. Doanh nhân Lã Thị Lan - Nhà sáng lập, Chủ tịch Tập đoàn Tiến Lộc, Chủ tịch Quỹ Doanh nhân vì cộng đồng, là một trong những gương mặt tiêu biểu cho tinh thần đó.

Khẳng định bản lĩnh doanh nhân

Khởi nghiệp không xuất phát từ thương trường mà từ phòng thí nghiệm, bà Lã Thị Lan bước vào con đường kinh doanh với nền tảng là một kỹ sư hóa học. Chính tư duy khoa học, sự kỷ luật và tinh thần bền bỉ đã hun đúc nên bản lĩnh của một nữ doanh nhân dám nghĩ, dám làm và dám chịu trách nhiệm.

Chia sẻ về quyết định rẽ hướng sự nghiệp, doanh nghiệp Lã Thị Lan chia sẻ: "Là nhà quản lý kinh tế, tôi hiểu và muốn tận dụng, nắm bắt cơ chế thị trường. Nhưng dường như chiếc áo chật hẹp của mô hình kinh tế tập thể không bao bọc nổi những ý tưởng kinh doanh mà mọi người cho là mạo hiểm lúc bấy giờ. Cho dù là dám làm, dám chịu trách nhiệm, tôi cũng không thể nào vượt rào khỏi những quy định hành chính bắt buộc, bởi như vậy là trái quy tắc, là cố ý làm sai. Khi đó, tôi đang là Giám đốc kinh doanh Công ty Fimexco. Năm 1998, tôi quyết rời khỏi vị trí lắm người mơ ước để thành lập doanh nghiệp đầu tiên của riêng mình: Công ty TNHH Sản xuất Thương mại Tiến Lộc".

Quyết định ấy không chỉ đánh dấu bước ngoặt cá nhân, mà còn đặt nền móng cho sự hình thành và phát triển của Tiến Lộc Group - một tập đoàn kinh tế đa ngành có vị thế trên thị trường. Từ trụ sở ban đầu tại Quận 5, Thành phố Hồ Chí Minh, Tiến Lộc Group từng bước mở rộng hoạt động



Bà Lã Thị Lan, Chủ tịch Quỹ Doanh nhân vì cộng đồng vinh dự nhận Bằng khen Doanh nhân tiêu biểu Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 11/10/2025.

trong các lĩnh vực sản xuất nhựa công nghiệp, linh kiện cơ khí, khai thác và chế biến khoáng sản, vật liệu xây dựng, đồng thời vươn sang giáo dục và bất động sản. Nhiều dự án mang dấu ấn rõ nét như Tiến Lộc Plaza, Tiến Lộc Riverside, Tiến Lộc Phú Viên, Tiến Lộc Palace Hotel, Cao Thiên & Eco Life Resort, New Land City… đã góp phần khẳng định tầm nhìn chiến lược và năng lực triển khai của doanh nghiệp.

Ở doanh nhân Lã Thị Lan, dấu ấn lãnh đạo không chỉ thể hiện qua hiệu quả điều hành doanh nghiệp, mà còn ở triết lý phát triển đặt lợi ích kinh tế trong mối quan hệ hài hòa với lợi ích xã hội. Theo bà, doanh nghiệp chỉ thực sự bền vững khi song hành cùng cộng đồng, khi sự tăng trưởng được nuôi dưỡng bằng trách nhiệm và sự sẻ chia.

Triết lý đó được bà hiện thực hóa một cách nhất quán thông qua Quỹ Doanh nhân vì cộng đồng. Gắn bó với Quỹ từ những ngày đầu thành lập năm 2010, bà đảm nhiệm vai trò Giám đốc Quỹ suốt giai đoạn 2010 - 2023 và hiện nay là Chủ tịch Hội đồng quản lý kiêm Giám đốc Quỹ. Trên cương vị người đứng đầu, bà trực tiếp chỉ đạo, điều hành và chịu trách nhiệm toàn diện về mọi hoạt động, với quan điểm xuyên suốt: Quỹ phải là địa chỉ tin cậy của xã hội, nơi mọi đóng góp được chuyển hóa thành những giá trị thiết thực, "đến đúng nơi, trao đúng người".

Song song với vai trò tại Quỹ, bà Lã Thị Lan còn đảm nhiệm nhiều vị trí quan trọng trong cộng đồng doanh nghiệp như: Phó Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh (HUBA), Phó Chủ tịch Hiệp hội Doanh nhân Tư nhân Việt Nam. Những nỗ lực và đóng góp không ngừng nghỉ của của Bà đã được ghi nhận bằng nhiều giải thưởng và danh hiệu cao quý: Huân chương Lao động hạng Nhì, Doanh nhân Việt Nam tiêu biểu, cúp Bông hồng vàng cùng nhiều phần thưởng khác.



Bà Lã Thị Lan vinh dự được Nhà nước trao tặng Huân chương Lao động hạng Ba (năm 2007) và Huân chương Lao động hạng Nhì (năm 2011).

Quỹ Doanh nhân vì cộng đồng - dấu ấn phụng sự xã hội từ tâm thế doanh nhân

Ra đời năm 2010, Quỹ Doanh nhân vì cộng đồng là kết tinh của khát vọng sẻ chia và tinh thần trách nhiệm xã hội của đội ngũ doanh nhân Việt Nam. Dưới sự dẫn dắt của bà Lã Thị Lan, Quỹ kiên định theo đuổi mục tiêu xuyên suốt: không để người nghèo, người yếu thế bị bỏ lại phía sau. Từ năm 2010 đến 2024, Quỹ đã huy động và trao hơn 144 tỷ đồng đến hàng nghìn gia đình có hoàn cảnh khó khăn trên khắp cả nước. Hoạt động của Quỹ được triển khai bài bản, minh bạch, dựa trên năm nhóm tiêu chí rõ ràng, thể hiện cách tiếp cận chuyên nghiệp và bền vững.



Doanh nhân Lã Thị Lan đón nhận bằng Tiến sĩ danh dự do Trường Đại học quốc tế Hoa Kỳ trao tặng, tháng 07/2025.

Tiêu chí đầu tiên - cũng là kim chỉ nam xuyên suốt quá trình hoạt động của Quỹ chính là "không để người nghèo, người yếu thế bị bỏ lại phía sau". Với mục tiêu này, Quỹ tập trung nguồn lực đáng kể vào các chương trình trao quà Tết, hỗ trợ tiền mặt, thăm hỏi gia đình cựu thanh niên xung phong, công nhân lao động, trẻ mồ côi và những trường hợp gặp khó khăn đột xuất. Từ khi thành lập đến nay, Quỹ đã thực hiện chương trình trao tặng hơn 70.000 phần quà Tết và hiện kim với tổng trị giá trên 42 tỷ đồng.

Thứ hai, chăm lo cho phụ nữ và trẻ em, đặc biệt là trẻ em mồ côi sau Covid-19. Nổi bật trong số đó là chương trình đồng hành cùng phụ nữ biên cương với việc tặng phương tiện sinh kế cho nhiều chị em phụ nữ tại các vùng biên giới. Hoạt động này đã góp phần nâng cao thu nhập, thúc đẩy chị em vùng sâu vùng xa mạnh mẽ xóa bỏ những định kiến cũ, chủ động vươn lên làm kinh tế, khẳng định vai trò của mình trong gia đình và xã hội.

Thứ ba, đầu tư vào giáo dục, y tế. Trong lĩnh vực y tế, Quỹ Doanh nhân vì cộng đồng đã kết hợp với Đoàn Bác sĩ Tâm Việt tổ chức khám chữa bệnh và phát thuốc miễn phí cho hơn 46.000 lượt bệnh nhân nghèo với trị giá tương đương trên 5 tỷ đồng. Quỹ còn tài trợ y tế cho 3 ca mổ tim, 450 ca mổ mắt đục thủy tinh thể, và cung cấp 2 máy chạy thận nhân tạo thế hệ mới, cùng với hiện kim cho Bệnh viện Nhi Đồng với tổng trị giá trên 1 tỷ đồng.



Đại hội nhiệm kỳ III (2022 - 2027) của Quỹ Doanh nhân vì cộng đồng, ngày 10/01/2024.



Bà Lã Thị Lan, Phó Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh, Chủ tịch Quỹ Doanh nhân vì cộng đồng trao quà ủng hộ đồng bào bị ảnh hưởng bởi cơn bão số 3, ngày 26/9/2024.

Thứ tư, thực hiện tốt công tác đền ơn đáp nghĩa và chính sách hậu phương quân đội và kết nối biên cương, biển đảo. Các thành viên trong Quỹ đã chung tay đóng góp trên 3 tỷ đồng ủng hộ Quỹ "Vì biển đảo quê hương, vì tuyến đầu Tổ quốc". Bên cạnh đó là các hoạt động nổi bật khác bao gồm: tặng quà Tết cho cán bộ chiến sĩ (CBCS) tại các Nhà giàn DK1, Tiểu đoàn DK1, lực lượng Kiểm Ngư tại Vũng Tàu, và CBCS Biên Phòng. Quỹ cũng tài trợ hệ thống lọc nước R/O cho các đồn Biên phòng, tham gia Chương trình "Tết Quân dân", "Xuân Chiến sĩ" và ủng hộ công tác phòng, chống dịch Covid-19 cho các đơn vị quân đội.

Thứ năm, các chương trình cấp thiết. Quỹ cũng quyết liệt trong các hoạt động thiện nguyện cấp thiết khác, tiêu biểu là công tác cứu trợ đồng bào bị ảnh hưởng bởi thiên tai, lũ lụt; hỗ trợ cải thiện cơ sở hạ tầng, xây dựng nhà tình thương, nhà đại đoàn kết, sửa chữa nhà tình nghĩa, xây dựng cầu giao thông nông thôn và đường giao thông nông thôn, tham gia các chương trình do Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Thành phố Hồ Chí Minh phát động. Những hỗ trợ thiết thực này đã góp phần đáng kể trong việc cải thiện, nâng cấp các cơ sở hạ tầng thiết yếu, phục vụ cho nhu cầu sinh hoạt và đi lại của người dân tại các vùng khó khăn.

Từ hành trình khởi nghiệp đầy bản lĩnh đến con đường phụng sự xã hội bền bỉ, doanh nhân Lã Thị Lan đã khẳng định là hình mẫu tiêu biểu của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ phát triển mới: vững vàng trên thương trường, tận tâm với cộng đồng, hài hòa giữa lợi ích kinh tế và trách nhiệm xã hội. Ở bà, thành công không được đo đếm đơn thuần bằng quy mô doanh nghiệp hay những con số tăng trưởng, mà còn được khẳng định bằng chiều sâu của giá trị nhân văn, bằng dấu ấn lan tỏa tích cực đối với xã hội. ★



Quỹ Doanh nhân vì cộng đồng hỗ trợ kinh phí sửa nhà cho các hộ dân nghèo tại huyện Bình Chánh, Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 26/4/2025.



Quỹ Doanh nhân vì cộng đồng trao tặng máy siêu âm Arietta 65 Bệnh viện Chợ Rẫy, Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 13/03/2024.

TST tourist

DOANH NHÂN
LẠI MINH DUY
Hành trình phụng sự và nâng tầm thương hiệu Du lịch Việt



Trong những năm qua, ngành Du lịch Việt Nam phát triển mạnh mẽ, ghi dấu ấn bằng những con số tăng trưởng ấn tượng, cùng đội ngũ những doanh nhân tiên phong, giàu khát vọng, dám nghĩ, dám làm và dám đổi mới. Doanh nhân Lại Minh Duy, Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc Công ty CP Dịch vụ Du lịch và Thương mại TST (TST Tourist) là một người như vậy. Hơn ba thập niên gắn bó với ngành Du lịch Việt, doanh nhân Lại Minh Duy luôn được nhắc đến như một người thuyền trưởng bản lĩnh, bền bỉ chèo lái con tàu mang tên TST Tourist vươn ra biển lớn. Hành trình của ông gắn liền với quá trình hình thành triết lý phụng sự du lịch Việt Nam bằng tinh thần chuyên nghiệp, trách nhiệm xã hội và khát vọng kiến tạo những giá trị bền vững cho cộng đồng.



Doanh nhân Lại Minh Duy được tặng Huân chương Lao động hạng Ba, năm 2020.



Doanh nhân Lại Minh Duy được tặng Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ, năm 2014.



Doanh nhân Lại Minh Duy được tặng Bằng khen của UBND tỉnh Long An năm 2024, 2025.

Từ khởi nghiệp gian khó đến người tiên phong kiến tạo thị trường mới

Sinh ra trong một gia trình truyền thống, coi trọng đạo lý, đề cao nề nếp và tri thức, doanh nhân Lại Minh Duy sớm hình thành tư duy độc lập, ý chí tự lực và đặc biệt say mê với lịch sử - văn hóa dân tộc. Nền tảng ấy được bồi đắp khi ông theo học tại Trường Đại học Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh và Viện Đại học Mở Hà Nội - chi nhánh phía Nam. Đây chính là nơi ông được tiếp cận với kiến thức hiện đại về quản trị kinh doanh, kinh tế học và điều hành doanh nghiệp. Từ đó, ông nhận ra du lịch không chỉ là ngành kinh tế dịch vụ, mà còn là "ngọn lửa mềm" lan tỏa bản sắc Việt, thúc đẩy giao lưu văn hóa, kết nối Việt Nam với bạn bè thế giới và kiến tạo giá trị bền vững cho xã hội. Tư duy ấy đặt nền móng trong ông về hoài bão lớn hơn một sự nghiệp, đó là phụng sự đất nước bằng cách nâng tầm, khẳng định thương hiệu Du lịch Việt Nam trong khu vực và trên thế giới.

Năm 1995, TST Tourist được thành lập. Đây là một quyết định thể hiện tầm nhìn hợp thời cuộc của người doanh nhân trẻ dám dấn thân vào lĩnh vực kinh doanh còn khá mới mẻ. Khởi đầu TST Tourist không phải là một tòa nhà văn phòng sang trọng hay nguồn vốn lớn, mà chỉ là một không gian vừa đủ cho hơn 10 cộng sự cùng làm việc và sáng tạo. Nhưng trong đó, ẩn chứa một khát vọng to lớn, xây dựng một doanh nghiệp du lịch không chỉ bán sản phẩm du lịch, mà còn lan tỏa tinh thần phục vụ chuyên nghiệp và tận tâm, lấy sự hài lòng của khách hàng làm nền tảng cho sự phát triển.

> Du lịch không chỉ là ngành kinh tế mũi nhọn, mà còn là cầu nối văn hóa, là sứ giả hòa bình và là nơi lan tỏa những giá trị nhân văn của dân tộc.



Chỉ một năm sau khi thành lập, doanh nhân Lại Minh Duy trở thành một trong những người tiên phong của ngành Du lịch Việt Nam trong việc mở rộng thị trường outbound, xây dựng mạng lưới hợp tác tại hơn 30 quốc gia và vùng lãnh thổ, đặc biệt là các thị trường khó tính như châu Âu, Nhật Bản, Australia, Hàn Quốc và Bắc Mỹ. Sự quyết tâm dấn thân ấy chứng minh bản lĩnh của một nhà lãnh đạo không ngại thách thức, luôn tìm kiếm cơ hội trong bối cảnh cạnh tranh và biến động.





Ông Nguyễn Trùng Khánh - Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch (nay là Cục Du lịch Việt Nam) trao Bằng khen của Bộ trưởng Văn hóa, Thể thao và Du lịch cho doanh nhân Lại Minh Duy (thứ tư từ phải sang) - Chủ tịch HĐQT, Tổng Giám đốc TST Tourist, năm 2023.

Định hướng mà doanh nhân Lại Minh Duy theo đuổi là tạo ra những sản phẩm du lịch mang giá trị trải nghiệm thực chất, gắn kết văn hóa và cảm xúc. Ông luôn khẳng định, du lịch phải "chạm" vào trái tim du khách, phải để lại dư âm lâu dài chứ không chỉ dừng ở việc cung cấp dịch vụ. Vì vậy, các sản phẩm của TST Tourist luôn được phát triển trên nền tảng sáng tạo: tour "may đo", tour gia đình, tour nghỉ dưỡng kết hợp trị liệu, tour tri ân doanh nghiệp, các dòng sản phẩm chuyên đề văn hóa, ẩm thực... Nhờ tư duy đổi mới ấy mà doanh nghiệp liên tục duy trì tốc độ tăng trưởng ổn định, đóng góp tích cực cho ngân sách nhà nước và nâng vị thế thương hiệu du lịch Việt trên trường quốc tế.

> Phát triển bền vững không phải là khẩu hiệu, mà là trách nhiệm. Mỗi doanh nghiệp phải gắn tăng trưởng với bảo tồn thiên nhiên, tôn trọng văn hóa địa phương và mang đến trải nghiệm chân thật cho du khách.

Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ đã tạo ra bước ngoặt lớn cho ngành du lịch toàn cầu. Nắm bắt xu thế này, doanh nhân Lại Minh Duy đã chủ động đưa TST Tourist trở thành một trong những doanh nghiệp lữ hành tiên phong ứng dụng chuyển đổi số: từ phần mềm điều hành tour, hệ thống CRM, thanh toán điện tử, quản lý vé - khách sạn đến các nền tảng tự động hóa chăm sóc khách hàng.

Việc chuyển đổi số không chỉ giúp tối ưu vận hành, nâng cao hiệu quả quản trị, mà còn tạo trải nghiệm mượt mà, linh hoạt hơn cho du khách. Đây cũng là một trong những nguyên tố giúp TST Tourist vững vàng vượt qua nhiều thời điểm đầy biến động của thị trường du lịch, đặc biệt là giai đoạn hậu đại dịch Covid-19, khi toàn ngành phải tái cấu trúc mô hình hoạt động.

Nhờ định hướng chiến lược rõ ràng và sự kiên trì đổi mới cũng như sự lãnh đạo tài tình của người thuyền trưởng tài ba - doanh nhân Lại Minh Duy, TST Tourist trở thành một trong những thương hiệu lữ hành dẫn đầu tại Việt Nam, được vinh danh với nhiều giải thưởng uy tín trong nước và quốc tế: Top 10 Lữ hành hàng đầu Việt Nam, World Travel Awards 2018, TTG Travel Awards 2019 cùng nhiều danh hiệu cao quý khác...

Thành công ấy không chỉ phản ánh năng lực quản trị



TST Tourist triển khai chương trình Hè sôi động 2025, đánh dấu cột mốc 30 năm thương hiệu.



Ông Trần Hoàng, Tổng Biên tập Tạp chí Doanh nhân Sài Gòn, ông Lại Minh Duy, Chủ tịch HĐQT TST Tourist và Ban Lãnh đạo TST Tourist trong buổi gặp gỡ và trao tặng ấn phẩm chúc mừng Ngày Doanh nhân Việt Nam 13/10/2025.



Sự kiện Công bố kế hoạch hoạt động năm 2026 của TST Tourist.

vững vàng, mà còn cho thấy tầm nhìn dài hạn của người đứng đầu - kiên định, thận trọng nhưng luôn đổi mới và bứt phá.

Người truyền cảm hứng cho thế hệ trẻ Việt Nam

Không chỉ là một nhà quản trị có tầm nhìn chiến lược, doanh nhân Lại Minh Duy còn được biết đến như một người thầy tận tâm, người truyền lửa đam mê và khát vọng cống hiến cho nhiều thế hệ trẻ đam mê nghề du lịch. Với nền tảng kinh nghiệm thực tiễn vững vàng cùng tư duy giáo dục tiến bộ, ông luôn coi phát triển nguồn nhân lực là trụ cột then chốt cho sự phát triển bền vững của ngành. Ông được biết đến là tác giả của chương trình đào tạo "Điều hành tour outbound và Trưởng đoàn outbound" - chương trình đào tạo ngắn hạn đầu tiên tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Với vai trò cố vấn chuyên môn, giảng viên thỉnh giảng tại các trường đại học, cao đẳng uy tín như Cao đẳng Du lịch Sài Gòn, Đại học Hùng Vương, Đại học Văn Hiến, Đại học Hoa Sen,... trong các bài giảng của mình, ông luôn lấy thực tiễn làm gốc, chú trọng phát triển năng lực mềm, tinh thần phục vụ chuyên nghiệp và bản lĩnh hội nhập quốc tế cho sinh viên. Từ những giờ học truyền cảm hứng ấy, hàng ngàn học viên đã trưởng thành, đảm nhận các vị trí chủ chốt tại doanh nghiệp lữ hành, khách sạn, hãng hàng không trong và ngoài nước.

Với chất giọng truyền cảm, tư duy mạch lạc và khả năng kết nối cộng đồng, doanh nhân Lại Minh Duy còn là diễn giả quen thuộc tại nhiều diễn đàn khởi nghiệp, tọa đàm khoa học và hội thảo chuyên ngành. Ông đã đồng hành cùng hàng ngàn sinh viên qua những chủ đề truyền cảm hứng như "Làm chủ hay làm thuê", "Đạo làm giàu", "Khởi nghiệp từ văn hóa"... và nhiều chương trình của ngành Du lịch như "Du lịch Việt Nam trong bối cảnh mới", "Câu chuyện khởi nghiệp du lịch"... Ở mỗi nơi ông đến, tri thức và năng lượng tích cực ông mang lại luôn trở thành chất xúc tác mạnh mẽ khơi dậy khát vọng cống hiến trong thế hệ trẻ. "Tôi luôn tin rằng thế hệ trẻ hôm nay có đủ năng lực và tri thức để làm nên những điều lớn lao. Nhưng điều quan trọng là phải giữ vững đam mê, sự tử tế và lòng trung thực trong nghề", ông chia sẻ.

Không chỉ thành công trong vai trò nhà quản trị, doanh nhân Lại Minh Duy còn là tấm gương sáng về đạo đức nghề nghiệp và lối sống giản dị, nhân văn. Dù ở vị trí nào, ông vẫn luôn giữ cho mình tinh thần trung thực, kỷ luật và trách nhiệm, gương mẫu trong việc thực hiện chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước. Với ông, văn hóa doanh nghiệp không chỉ là khẩu hiệu mà là giá trị sống - được vun đắp bằng sự tử tế, tinh thần đoàn kết và niềm tin vào những điều thiện lành.

Bên cạnh đó, doanh nhân Lại Minh Duy còn là gương mặt tiêu biểu trong hoạt động hội đoàn, với vai trò Phó Chủ tịch Hiệp hội Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh (HTA), Ủy viên Ban Thường vụ Hiệp hội Du lịch Việt Nam và Cố vấn Hội Doanh nhân Sài Gòn, Hội Doanh nghiệp khu vực trung tâm Sài Gòn. Từ những vị trí này, ông tích cực thúc đẩy liên kết vùng, phát triển thị trường, kết nối giao thương và quảng bá hình ảnh Việt Nam trên trường quốc tế.

Lan tỏa giá trị nhân văn từ trách nhiệm với động đồng

Trong gần bốn thập niên đổi mới và gần ba thập niên hội nhập sâu rộng, Việt Nam ghi dấu những bước phát triển mạnh mẽ, nhưng cũng đối diện nhiều thách thức nội sinh. Trong bối cảnh đó,



TST Tourist tài trợ công trình kết nối đường Nguyễn Văn Đường và đường Nguyễn Thị Điểm, xã Tân Bình, và cầu Thanh Niên kết nối hai xã Lạc Tấn – Bình Lãng, các công trình thuộc huyện Tân Trụ, tỉnh Long An (nay là tỉnh Tây Ninh).

doanh nhân không chỉ tạo ra giá trị kinh tế mà còn phải góp phần củng cố các giá trị xã hội. Với doanh nhân Lại Minh Duy, thành công đích thực của một doanh nghiệp không chỉ được đo bằng lợi nhuận hay quy mô tăng trưởng, mà bằng những giá trị tốt đẹp doanh nghiệp để lại cho cộng đồng. Ông luôn tâm niệm: "Giá trị đích thực của thành công không nằm ở những con số, mà ở những điều tốt đẹp ta mang đến cho người khác". Tư tưởng ấy đã trở thành kim chỉ nam, tạo thành văn hóa thiện nguyện nhân văn và bền vững tại TST Tourist.

Dưới sự dẫn dắt tận tâm và đầy trách nhiệm của doanh nhân Lại Minh Duy, TST Tourist đã triển khai nhiều chương trình cộng đồng giàu ý nghĩa như: quỹ khuyến học, hỗ trợ trẻ em mồ côi, người già neo đơn; phối hợp cùng Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Thành phố Hồ Chí Minh, Hội Bảo trợ bệnh nhân nghèo, Quỹ Hoa Hòa Bình thực hiện hàng loạt hoạt động thiện nguyện thiết thực. Chỉ riêng giai đoạn 2023 - 2024, cá nhân ông và TST Tourist đã đóng góp hơn 3 tỷ đồng cho các quỹ từ thiện. Con số không chỉ thể hiện sự sẻ chia vật chất, mà còn là minh chứng cho trái tim nhân ái và tinh thần trách nhiệm của một doanh nghiệp vì con người.



TST Tourist thực hiện chương trình "Kết nối yêu thương" trao quà cho các cháu có hoàn cảnh khó khăn tại xã Lát, phường Lang Biang - Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng.

Với những đóng góp bền bỉ cho sự nghiệp kinh tế - xã hội, doanh nhân Lại Minh Duy đã được trao tặng Huân chương Lao động hạng Ba (năm 2020), Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ (năm 2014), cùng nhiều bằng khen của UBND Thành phố Hồ Chí Minh, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các tỉnh thành. Hành trình của ông cùng TST Tourist không chỉ nói về sự phát triển của một doanh nghiệp, mà còn là câu chuyện về một thế hệ doanh nhân đã và đang chung tay đưa Việt Nam vươn mình mạnh mẽ, tự tin bước vào kỷ nguyên phát triển mới của dân tộc. ★



Hoàn Mỹ

THẦY THUỐC NHÂN DÂN, PGS.TS.BS.

LÊ THỊ ANH THƯ

Người tiên phong, kiến tạo và truyền lửa trong lĩnh vực Kiểm soát nhiễm khuẩn Việt Nam





Giải nhì Kiểm soát Nhiễm khuẩn do OXOID Anh quốc trao tặng ngày 15/5/2007



Giải thưởng Kova, hạng mục Kiến tạo (năm 2016)



Huân chương Lao động hạng Nhì do Chủ tịch nước trao tặng (2018).

Với hơn ba thập kỷ gắn bó cùng ngành y, TTND PGS.TS.BS. Lê Thị Anh Thư - Chủ tịch Hội Kiểm soát Nhiễm khuẩn Việt Nam, Chủ tịch Hội Kiểm soát Nhiễm khuẩn Thành phố Hồ Chí Minh, Phó Chủ tịch Hiệp hội Y học Thành phố Hồ Chí Minh và Giám đốc Viện Đào tạo và Nghiên cứu Hoàn Mỹ được biết đến là một trong những chuyên gia hàng đầu về kiểm soát nhiễm khuẩn (KSNK) tại Việt Nam. Bà chính là người đặt nền móng, kiến tạo và dẫn dắt sự phát triển của chuyên ngành này.

Kiến tạo hệ thống và chuẩn hóa y tế quốc gia

Khi KSNK còn là khái niệm mới mẻ, PGS.TS.BS. Lê Thị Anh Thư là một trong những người đầu tiên đưa ra những ý tưởng táo bạo trong việc tổ chức, triển khai và chuẩn hóa hệ thống KSNK bệnh viện trên cả nước. Bà đã xây dựng mô hình khoa - mạng lưới KSNK tại từng bệnh viện, sau đó được Bộ Y tế công nhận và nhân rộng, tạo ra một mạng lưới quốc gia vững chắc.

Bên cạnh công tác tổ chức, bà còn trực tiếp biên soạn và tham gia xây dựng nhiều văn bản pháp quy, thông tư và hơn 15 bộ hướng dẫn trọng yếu về KSNK của Bộ Y tế, đặt nền tảng cho thực hành an toàn và chuẩn mực trong toàn hệ thống y tế Việt Nam.

Bà thường được các đồng nghiệp tôn vinh là "Người truyền lửa" cho lĩnh vực KSNK, lĩnh vực đòi hỏi sự tỉ mỉ, kiên trì và thường ít được quan tâm. Bà truyền cảm hứng, giúp hàng nghìn y bác sĩ, điều dưỡng vững bước theo đuổi chuyên ngành này, biến KSNK trở thành yếu tố cốt lõi trong đảm bảo an toàn người bệnh.

Đóng góp khoa học và danh hiệu cao quý

Với tâm huyết đào tạo đội ngũ y, bác sĩ cho ngành KSNK, bà đã tham mưu thành lập và đảm nhiệm vai trò Chủ nhiệm Bộ môn Kiểm soát nhiễm khuẩn đầu tiên tại Trường Đại học Y khoa Phạm Ngọc Thạch. Bà là tác giả/đồng chủ biên hơn 10 đầu sách chuyên ngành cùng 63 công trình nghiên cứu khoa học (trong đó có nhiều bài báo quốc tế). Trên cương vị Giám đốc Viện Đào tạo và Nghiên cứu Hoàn Mỹ, bà tiếp tục thúc đẩy các chương trình đào tạo và nghiên cứu chất lượng cao, tiếp tục hành trình cống hiến để y học Việt Nam phát triển theo hướng chuẩn mực và hội nhập quốc tế.

Ghi nhận những đóng góp bền bỉ, sâu sắc cho ngành KSNK nước nhà, Thầy thuốc Nhân dân PGS.TS.BS. Lê Thị Anh Thư vinh dự được Đảng và Nhà nước trao tặng nhiều danh hiệu cao quý như: Huân chương Lao động hạng Nhì (2018), Huân chương Lao động hạng Ba (2012), Thầy thuốc Nhân dân (2017), Giải thưởng KOVA (2015) cùng nhiều Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ và Bộ Y tế. ★

Vikoda
Nguyên bản như Ngọc Trong Đá

CÔNG TY CỔ PHẦN NƯỚC KHOÁNG KHÁNH HÒA



HÀNH TRÌNH TỎA SÁNG NGỌC TRONG ĐÁ

Chắt chiu tinh túy - Khát vọng vươn xa

Công ty Cổ phần Nước khoáng Khánh Hòa tự hào khi mỗi sản phẩm được kiến tạo từ nguồn nước khoáng kiềm thiên nhiên Đảnh Thạnh - nơi giá trị của nước được ví như "ngọc trong đá". Từ những cơn mưa theo mùa trên dãy Trường Sơn, từng giọt nước lặng lẽ thấm qua vô số tầng địa chất, được bồi đắp và "mài giũa" bởi các lớp đá khoáng để hấp thụ trọn vẹn dưỡng chất tinh túy của đất trời. Hành trình hàng trăm năm ấy đã tạo nên dòng nước khoáng kiềm tự nhiên có độ pH 9.0. Chính vì vậy, mỗi sản phẩm của Công ty luôn được trân trọng như "giọt ngọc" giữa thị trường nước uống hôm nay. Đó cũng là hình ảnh ẩn dụ cho phẩm chất con người Việt Nam: mộc mạc nhưng kiên cường, lặng lẽ nhưng bền bỉ nuôi dưỡng khát vọng vươn lên.



Ban Lãnh đạo cùng đội ngũ nhân viên Công ty Cổ phần Nước khoáng Khánh Hòa.



Lễ kỷ niệm 35 năm thành lập Vikoda, ngày 19/01/2025.

Khởi nguồn từ khát vọng giản dị: đưa dòng nước khoáng kiềm thiên nhiên nguyên bản như ngọc trong đá từ miền đất Đảnh Thạnh, Khánh Hòa đến với hàng triệu người Việt, trong suốt 35 năm qua, Công ty Cổ phần Nước khoáng Khánh Hòa (Vikoda) đã hình thành và phát triển bằng tinh thần bền bỉ "Ngọc trong đá". Đó cũng là hành trình doanh nghiệp kiên định theo đuổi sứ mệnh truyền cảm hứng tận hưởng cuộc sống bằng các sản phẩm và dịch vụ chăm sóc sức khoẻ vượt trội, đóng góp vào sự phát triển bền vững của ngành nước uống Việt Nam.

Nhân dấu mốc 35 năm thành lập Công ty, ban biên tập ấn phẩm *"Việt Nam - Kỷ nguyên vươn mình"* đã kết nối với bà Nguyễn Thị Nga, Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Nước khoáng Khánh Hòa để lắng nghe những chia sẻ về hành trình định vị thương hiệu Vikoda trên thị trường Việt Nam và mục tiêu vươn tầm quốc tế trong giai đoạn mới.

Thưa bà, trong 35 năm qua kể từ khi Vikoda ra đời, Công ty đã từng bước khẳng định và nâng cao vị thế trong tâm trí người tiêu dùng. Xin bà hãy cho biết những mốc son tạo dựng nên thương hiệu?

Từ lâu, dòng khoáng Đảnh Thạnh đã được xem là một nguồn nước linh thiêng có thể mang lại sự sống, có năng lực chữa lành, kiến tạo sự thịnh vượng vĩnh hằng giống như ý nghĩa của cái tên "Đảnh Thạnh". Trong tiếng địa phương nghĩa là "Đỉnh Thịnh", "Đỉnh cao của sự thịnh vượng"

Năm 1987 đánh dấu cột mốc đầu tiên khi nguồn khoáng này được đưa vào sản xuất nước uống đóng chai. Đến năm 1990, Xí nghiệp Nước khoáng Diên Khánh - tiền thân của Công ty Cổ phần Nước khoáng Khánh Hòa, ra đời ngay tại thôn Cây Sung, xã Diên Khánh (nay là xã Diên Thọ), mở đầu hành trình mang giải pháp chăm sóc sức khỏe vượt trội đến với người tiêu dùng.

Những năm đầu đầy thử thách, nhưng doanh nghiệp vẫn kiên trì giữ nguyên tắc: sản xuất và đóng chai ngay tại nguồn, bảo toàn trọn vẹn giá trị khoáng tự nhiên. Từng chai nước trong vắt, mang đậm hương vị nguyên bản của đại ngàn theo năm tháng đã dần chinh phục người tiêu dùng cả nước.

Đến năm 2015, Vikoda chính thức trở thành thành viên của F.I.T Group. Sự đồng hành của Tập đoàn giúp doanh nghiệp bước vào giai đoạn phát triển mạnh mẽ hơn: dây chuyền hiện đại được đầu tư, hệ thống nhà xưởng được nâng cấp, năng lực sản xuất - quản trị - phân phối đều được chuẩn hóa theo tiêu chuẩn mới. Chính sự đầu tư bài bản này giúp thương hiệu mở rộng quy mô, củng cố vị thế và ghi dấu sâu sắc hơn trong tâm trí khách hàng. Trong 05 năm gần đây nhất tốc độ tăng trưởng doanh thu của công ty đạt trung bình 15%/năm.

Ngày 26/7/2024 đánh dấu cột mốc quan trọng trong hành trình vươn ra thị trường quốc tế của nước khoáng kiềm thiên nhiên Vikoda, khi thương hiệu chính thức ký kết hợp tác với Công ty Công nghệ Thực phẩm Nutrin Quảng Châu (Guangzhou Nutrin Food Technology Company). Thỏa thuận này không chỉ mở ra cánh cửa xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc, một trong những thị trường tiêu dùng lớn và giàu tiềm năng nhất thế giới mà còn khẳng định năng lực sản xuất, uy tín chất lượng và vị thế ngày càng vững chắc của doanh nghiệp Việt trên bản đồ nước khoáng thiên nhiên khu vực.



Lễ ký kết hợp tác chiến lược giữa Vikoda và Hội Dinh dưỡng Việt Nam, ngày 19/01/2025.

Tiếp đó, ngày 02/11/2024, tại trụ sở Công ty, lễ ký kết hợp tác chiến lược giữa Vikoda và Spa Sky đã được tổ chức trang trọng, đánh dấu bước tiến quan trọng trong việc chuyển giao công nghệ sản xuất nước uống có ga Spa Sky.

Đến ngày 19/01/2025, Công ty tiếp tục ký kết hợp tác chiến lược với Hội Dinh dưỡng Việt Nam, khẳng định cam kết đồng hành cùng cộng đồng trong việc lan tỏa lối sống khoa học, bền vững và nâng cao giá trị dinh dưỡng cho người tiêu dùng.

Từ một nhà máy nhỏ bên suối khoáng Đảnh Thạnh, sau 35 năm phát triển, Vikoda trở thành thành thương hiệu nước khoáng kiềm thiên nhiên được người tiêu dùng trên cả nước tin yêu.

Hiện có nhiều sản phẩm nước khoáng kiềm, điểm khác biệt của nước khoáng kiềm thiên nhiên Vikoda với các sản phẩm khác có phải là cơ hội cho sự phát triển?

Trong ngành, nước đóng chai được phân loại thành hai nhóm: nước tự nhiên và nước nhân tạo. Một yếu tố cần lưu ý của nước tự nhiên là bắt buộc sản xuất và đóng chai ngay tại nguồn, chắc chắn nguồn nước đạt tiêu chuẩn chất lượng mà không trải qua quy trình và công đoạn xử lý hóa học nào để giữ trọn vẹn tính tự nhiên nhất của sản phẩm. Đây là khác biệt từ nguồn của nước khoáng kiềm thiên nhiên Vikoda so với sản phẩm đóng chai khác trên thị trường.



Vikoda sở hữu "05 giá trị tốt" tại Việt Nam được khai thác ở độ sâu 220m trong lòng đất, được bảo vệ trong vành đai 35ha, lực phun của nước cao 8,1m với nhiệt độ tại vòi lên đến 72°C và đóng chai ngay tại nguồn theo quy định của Bộ Y tế. Loại nước này sở hữu độ kiềm tự nhiên hoàn hảo pH9.0 cùng nguồn vi lượng khoáng từ thiên nhiên như H_2SiO_3, HCO_3^-, Na^+, K^+, Ca^{2+},... Với TDS hoàn hảo 100 - 400 mg/l; hỗ trợ dẫn truyền dưỡng chất và hỗ trợ thải độc cho cơ thể của người dùng.

Trong bối cảnh người dân ngày càng quan tâm chăm sóc sức khỏe hậu COVID-19, dòng nước khoáng kiềm thiên nhiên càng có cơ hội vươn xa khi đáp ứng đúng nhu cầu tiêu dùng hiện đại.

Năm 2024 - 2025 được nhận định là một năm thành công của Vikoda với nhiều cột mốc được khẳng định. Bà có thể chia sẻ với chúng tôi rõ hơn về điều này? Làm thế nào để Vikoda hoàn thành mục tiêu đến năm 2028, doanh số đạt 40 triệu USD, sản lượng tiêu thụ Vikoda đạt 1 triệu chai/ngày?

Doanh thu năm 2024 của Vikoda đạt 350 tỷ đồng, tăng trưởng 15% so với năm 2023; dự kiến năm 2025 sẽ cán mốc 433 tỷ đồng. Đây không chỉ là kết quả kinh doanh tích cực mà còn là minh chứng cho sự nhất quán trong sứ mệnh, triết lý thương hiệu cũng như đường lối chiến lược mà Công ty theo đuổi: truyền cảm hứng tận hưởng cuộc sống thông qua những sản phẩm và dịch vụ chăm sóc sức khỏe vượt trội, đồng thời xây dựng môi trường làm việc nơi nhân tài được tôn vinh và phát huy.

Giai đoạn 2024 - 2025 cũng được xem là thời điểm triết lý "Nguyên bản như Ngọc trong đá" của Vikoda và tinh thần "Vị ngon từ Ngọc trong đá" của thương hiệu Đảnh Thạnh được thể hiện rõ nét nhất. Khi triết lý thương hiệu được khách hàng, đối tác và đội ngũ nhân viên thấu hiểu và đồng cảm thì đó chính là nền tảng quan trọng tạo nên sức lan tỏa bền vững cho những năm tiếp theo.

Là thành viên của F.I.T Group, Vikoda triển khai mô hình chiến lược OGSM - phương pháp hoạch định mục tiêu và triển khai chiến lược xuyên suốt, đảm bảo sự nhất quán trong từng giai đoạn tăng trưởng. Theo đó, Công ty xác lập tầm nhìn dài hạn đến năm 2027 - 2028 với mục tiêu doanh số 40 triệu USD và sản lượng tiêu thụ 01 triệu chai/ngày, được hiện thực hóa thông qua bốn chiến lược trọng tâm:

Chiến lược sản phẩm: tái triển khai nghiên cứu lâm sàng về nguồn khoáng kiềm thiên nhiên Đảnh Thạnh, tạo cơ sở khoa học vững chắc để phát triển dòng sản phẩm cao cấp, khẳng định giá trị khác biệt của nguồn khoáng nguyên bản.

Chiến lược thị trường: mở rộng hệ thống phân phối đa kênh phủ khắp các tỉnh, thành và đẩy mạnh xuất khẩu. Sau khi đưa sản phẩm vào thị trường Trung Quốc năm 2024, Vikoda tiếp tục hướng đến các thị trường khó tính hơn như châu Âu và châu Mỹ.

Chiến lược sản xuất: tiếp tục đầu tư theo lộ trình hiện đại hóa, tự động hóa các công đoạn thủ công nhằm nâng cao năng suất, tối ưu chi phí và đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế như Codex stand 108, FSSC 22000, I-REC... phù hợp xu thế tiêu dùng bền vững.

Chiến lược con người: coi nhân sự là yếu tố cốt lõi của tăng trưởng. Công ty chú trọng xây dựng môi trường làm việc hiện đại, gắn kết, đề cao vai trò và giá trị đóng góp của mỗi cá nhân, qua đó thu hút nhân tài và tạo sức mạnh nội lực cho doanh nghiệp.

Công ty đang trên đà trở thành top 5 công ty nước uống nội địa tại Việt Nam, hiện thực hóa mục tiêu nâng tầm thương hiệu Việt. Xin bà cho biết những định hướng cho tương lai của Công ty?

Không chỉ đặt mục tiêu tăng trưởng về doanh số, Vikoda còn kỳ vọng tạo dựng niềm tin lâu dài trong lòng người dùng với giá trị cốt lõi là những sản phẩm chăm sóc sức khỏe vượt trội - kim chỉ nam cho mọi định hướng phát triển của doanh nghiệp. Vikoda tin rằng một thương hiệu được yêu mến không chỉ vì chất lượng, mà còn vì những giá trị thương hiệu đó mang theo đến cộng đồng.



Công ty Cổ phần Nước khoáng Khánh Hoà hỗ trợ CBNV bị ảnh hưởng trong đợt lũ lụt 19/11 - 23/11/2025 tại miền Trung.



Công ty Cổ phần Nước khoáng Khánh Hòa vinh dự được nhận danh hiệu Hàng Việt Nam chất lượng cao năm 2025.

Trong tầm nhìn chiến lược, Vikoda đặt ra các định hướng rõ ràng để hiện thực hóa mục tiêu trở thành top 05 công ty nước uống nội địa.

• *Đối với xã hội/ cộng đồng:* Bằng sự tận tâm, chúng tôi tạo ra các sản phẩm và dịch vụ độc đáo, ưu việt, dẫn đầu xu thế, mang đến cho cộng đồng lựa chọn hài lòng nhất, nâng cao chất lượng cuộc sống cho các thế hệ hiện tại và tương lai.

• *Đối với cổ đông:* Chúng tôi cam kết hoạt động hiệu quả, gia tăng giá trị cho cổ đông thông qua các hoạt động sản xuất kinh doanh bền vững và giá trị tăng trưởng qua hàng năm.

• *Đối với đối tác:* Chúng tôi luôn hợp tác trên tinh thần tôn trọng, đảm bảo lợi ích của mỗi bên để cùng trở nên thịnh vượng và phát triển bền vững.

• *Đối với nhân viên:* Chúng tôi hướng đến trở thành Công ty có môi trường làm việc tốt nhất, nhiều người mơ ước được cống hiến, là nơi tập hợp những nhân sự chuyên nghiệp, tinh hoa và mỗi nhân viên đều tự hào, hạnh phúc khi được làm việc.

Với bề dày lịch sử hơn ba thập kỷ, cùng lợi thế nguồn khoáng thiên nhiên độc đáo và sự đầu tư mạnh mẽ từ F.I.T Group, Vikoda đang từng bước hướng đến mục tiêu trở thành top 5 thương hiệu nước uống nội địa hàng đầu Việt Nam. Đó không chỉ là câu chuyện của doanh nghiệp, mà còn là câu chuyện của lòng tự hào Việt. Một thương hiệu Việt, với sản phẩm mang giá trị Việt, vươn lên từ lòng đất quê hương, bước đi tự tin giữa kỷ nguyên vươn mình của dân tộc - bằng chính sự tinh khiết nguyên bản của mình.

Trân trọng cảm ơn bà! ★

TẬP ĐOÀN MISA

Khai mở kỷ nguyên Agentic AI - Hệ thống AI tự chủ giúp đơn vị, tổ chức tự vận hành



Trong gần ba thập kỷ hình thành và phát triển, Tập đoàn MISA đã khẳng định vị thế là một trong những Tập đoàn công nghệ hàng đầu Việt Nam, tiên phong kiến tạo hệ sinh thái chuyển đổi số cho Chính phủ, doanh nghiệp và cộng đồng. Không chỉ là nhà cung cấp giải pháp công nghệ, MISA còn được nhìn nhận như một biểu tượng cho khát vọng sáng tạo "Make in Vietnam", mang trí tuệ Việt từng bước làm chủ công nghệ lõi, chinh phục những đỉnh cao mới của thời đại số.



Tổng Bí thư Tô Lâm và Lãnh đạo Đảng, Nhà nước tham quan mô hình Robot tích hợp trí tuệ nhân tạo do Tập đoàn MISA phát triển.



Ông Lê Hồng Quang - Tổng Giám đốc Tập đoàn MISA.

Nhân dịp xuất bản ấn phẩm "Việt Nam - Kỷ nguyên vươn mình", Ban biên tập ấn phẩm có cuộc trao đổi với đại diện lãnh đạo Tập đoàn MISA về hành trình phát triển, triết lý cốt lõi và những khát vọng chiến lược trong giai đoạn mới.

Sau gần 30 năm hình thành và phát triển, MISA đã trở thành Tập đoàn công nghệ thông tin hàng đầu tại Việt Nam. Quý công ty có thể chia sẻ về những giá trị cốt lõi và triết lý phát triển giúp MISA khẳng định vị thế trong hành trình số hóa quốc gia?

Xuyên suốt hơn ba thập kỷ phát triển, MISA luôn kiên định với hệ giá trị cốt lõi: "Tin cậy - Tiện ích - Tận tình". Đây không chỉ là khẩu hiệu, mà là nền tảng văn hóa, là kim chỉ nam định hướng mọi hoạt động của doanh nghiệp.

"Tin cậy" được đặt ở vị trí trung tâm. Mỗi sản phẩm, mỗi nền tảng và dịch vụ của MISA đều phải đáp ứng những tiêu chuẩn cao nhất về tính ổn định, độ chính xác và an toàn thông tin. Niềm tin của khách hàng không được xây dựng bằng lời hứa, mà bằng chất lượng thực chứng và trách nhiệm nghề nghiệp của đội ngũ kỹ sư, chuyên gia công nghệ Việt Nam.

"*Tiện ích*" là tiêu chí xuyên suốt trong thiết kế và vận hành sản phẩm của Tập đoàn. Các nền tảng, sản phẩm và dịch vụ MISA luôn thỏa mãn mọi yêu cầu nghiệp vụ của khách hàng. Khách hàng có thể dễ dàng tiếp cận và sử dụng nền tảng, sản phẩm, dịch vụ của MISA bất cứ ở đâu, khi nào. Đội ngũ tư vấn, hỗ trợ khách hàng của MISA luôn sẵn sàng phục vụ khách hàng 365 ngày/năm và 24 giờ/ngày.

"*Tận tình*" thể hiện trong từng khâu từ nghiên cứu, phát triển sản phẩm đến tư vấn, triển khai và chăm sóc khách hàng. MISA coi khách hàng không chỉ là đối tác thương mại, mà là người đồng hành lâu dài trong hành trình phát triển.

Bên cạnh đó, MISA trung thành với triết lý phát triển các nền tảng, phần mềm "Make in Vietnam", với khát vọng dùng trí tuệ Việt để giải quyết những bài toán lớn của đất nước, từ quản lý tài chính - kế toán, giáo dục, y tế, hành chính công đến thương mại điện tử. MISA tự hào khi các giải pháp của mình đã và đang đồng hành cùng Chương trình Chuyển đổi số quốc gia trên cả ba trụ cột: Chính phủ số - Kinh tế số - Xã hội số. Đây không chỉ là sự ghi nhận về năng lực công nghệ, mà còn là sự khẳng định vai trò của doanh nghiệp công nghệ Việt trong công cuộc hiện đại hóa đất nước.

Là Tập đoàn đóng vai trò quan trọng trong chuyển đổi số cho Chính phủ, doanh nghiệp và cộng đồng, MISA đang triển khai những chiến lược trọng điểm nào để thúc đẩy ứng dụng công nghệ số?

Là Tập đoàn giữ vai trò nòng cốt trong hệ sinh thái chuyển đổi số quốc gia, MISA hiện đang triển khai một hệ thống chiến lược tổng thể, đồng bộ và dài hạn nhằm thúc đẩy ứng dụng công nghệ số sâu rộng trong toàn xã hội.

Thứ nhất, xây dựng các nền tảng số "Make in Vietnam". MISA tập trung phát triển các nền tảng quản trị tài chính - kế toán, giáo dục, hành chính công "Make in Vietnam" dựa trên công nghệ điện



Ủy viên Bộ Chính trị, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính trao giải thưởng Thương hiệu quốc gia Việt Nam 2024 cho Nền tảng MISA AMIS và MISA FinGov do Công ty Cổ phần MISA phát triển, ngày 05/11/2024.



Công ty Cổ phần MISA nhận giải thưởng Top 10 thương hiệu mạnh tiên phong đổi mới sáng tạo 2025.

toán đám mây, dữ liệu lớn và tiêu chuẩn quốc gia. Những nền tảng này giúp đơn vị sử dụng dễ dàng chuyển đổi số toàn bộ quy trình, vận hành tinh gọn và minh bạch hơn.

Thứ hai, tích hợp và phổ cập trí tuệ nhân tạo (AI). MISA tích hợp AI trực tiếp vào các phần mềm quản trị doanh nghiệp, hỗ trợ từ kế toán, nhân sự, bán hàng đến điều hành chiến lược. Đặc biệt, việc ra mắt Trợ lý AI MISA AVA, AI Agent và nền tảng MISA AMIS OneAI cho phép hợp nhất các công nghệ AI hàng đầu thế giới như ChatGPT, Gemini, Grok3… giúp doanh nghiệp phổ cập AI với chi phí tối ưu, tiết kiệm đến 80% so với triển khai riêng lẻ.

Thứ ba, mở rộng hệ sinh thái sản phẩm đa ngành. MISA chủ động hợp tác với các ngân hàng và tổ chức tài chính lớn như BIDV, MB, MSB, VPBank, Sacombank, VietCredit… để triển khai các gói tín dụng, gói vay ưu đãi cho doanh nghiệp, hộ kinh doanh và cá nhân, đồng thời tự động hóa nghiệp vụ ngân hàng ngay trên phần mềm quản lý. Bên cạnh đó, MISA chủ động phối hợp chặt chẽ với các bộ, ngành để triển khai chuẩn hóa dữ liệu, kết nối

liền mạch với Cổng dịch vụ công và sẵn sàng tích hợp với cơ sở dữ liệu quốc gia. Điều này giúp MISA đáp ứng hiệu quả các yêu cầu của chính phủ số, thúc đẩy kinh tế số và xã hội số tại Việt Nam.

Thứ tư, đồng hành chiến lược cùng các địa phương và ngành thuế. Năm 2025, MISA ký kết hợp tác với Cục Thuế và nhiều tỉnh, thành phố nhằm triển khai đồng loạt hóa đơn điện tử, hỗ trợ hộ kinh doanh chuyển từ thuế khoán sang kê khai. Đặc biệt, là chiến dịch "60 ngày đêm đồng hành cùng hộ kinh doanh chuyển đổi số" được Tập đoàn triển khai trên phạm vi toàn quốc với mục tiêu từ ngày 01/01/2026, các hộ kinh doanh có đủ năng lực thực hiện tự khai, tự nộp thuế.

Với những chiến lược đồng bộ này, MISA đặt mục tiêu không chỉ cung cấp giải pháp công nghệ mà còn góp phần kiến tạo nền tảng dữ liệu thống nhất, một môi trường vận hành hiện đại và một cộng đồng doanh nghiệp đủ năng lực hội nhập sâu vào nền kinh tế số.

Trong kỷ nguyên trí tuệ nhân tạo và dữ liệu lớn, MISA đã đầu tư mạnh mẽ vào AI và các nền tảng quản trị hiện đại. Ban lãnh đạo có thể chia sẻ về những sản phẩm, giải pháp công nghệ mới mang tính đột phá và cách MISA định hình tương lai dựa trên năng lực sáng tạo công nghệ của người Việt?

Năm 2025 đánh dấu một cột mốc đặc biệt khi MISA được giao trọng trách quốc gia về làm chủ công nghệ AI Make in Vietnam. Đây vừa là vinh dự lớn, vừa là sứ mệnh mang tầm chiến lược quốc gia. MISA đã cam kết đầu tư 2.500 tỷ đồng trong 5 năm để phát triển Mô hình ngôn ngữ lớn (LLM) Make in Vietnam. Chỉ sau 6 tháng triển khai, Tập đoàn đã phát triển thành công LLM với nhiều năng lực vượt trội, phục vụ tiếng Việt chuyên sâu, phù hợp với đặc thù quản trị của doanh nghiệp Việt và hệ thống hành chính công.

Trên nền tảng này, MISA xây dựng hệ sinh thái AI toàn diện gồm Trợ lý AI MISA AVA, AI Agent và MISA OneAI. Trợ lý AI MISA AVA có khả năng giao tiếp ngôn ngữ tự nhiên, truy vấn số liệu, phân tích báo cáo, hỗ trợ ra quyết định theo thời gian thực. AI Agent hỗ trợ tự động hóa công việc ở từng bộ phận chuyên môn, trong khi lãnh đạo được cung cấp công cụ phân tích, dự báo và điều hành thông minh.



Toàn bộ dữ liệu được lưu trữ, xử lý tại Việt Nam, bảo đảm an toàn, an ninh thông tin quốc gia. Đây là nền tảng quan trọng để Việt Nam từng bước làm chủ công nghệ lõi, không phụ thuộc vào các hệ sinh thái nước ngoài.

Trong giai đoạn 2025 - 2035, MISA đặt ra khát vọng trở thành doanh nghiệp công nghệ tiên phong trong khu vực châu Á và hướng tới thị trường toàn cầu. Chiến lược trọng tâm của Tập đoàn là tiếp tục hoàn thiện và mở rộng hệ sinh thái sản phẩm "Make in Vietnam", tích hợp sâu các công nghệ AI và nền tảng số để phục vụ doanh nghiệp, chính quyền và cộng đồng, đồng thời góp phần thúc đẩy chuyển đổi số quốc gia. MISA cũng đặt mục tiêu nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam, giúp họ chủ động hội nhập, tạo giá trị bền vững và lan tỏa những chuẩn mực quản trị hiện đại trên thị trường quốc tế.

Từ một doanh nghiệp khởi nguồn bằng khát vọng "Make in Vietnam", Tập đoàn MISA hôm nay đã trở thành một trong những trụ cột quan trọng của hệ sinh thái chuyển đổi số quốc gia. Hành trình gần 30 năm bền bỉ sáng tạo, kiên định phụng sự và không ngừng đổi mới của MISA là minh chứng sinh động cho bản lĩnh, trí tuệ và khát vọng vươn tầm của doanh nghiệp Việt trong kỷ nguyên số. ★





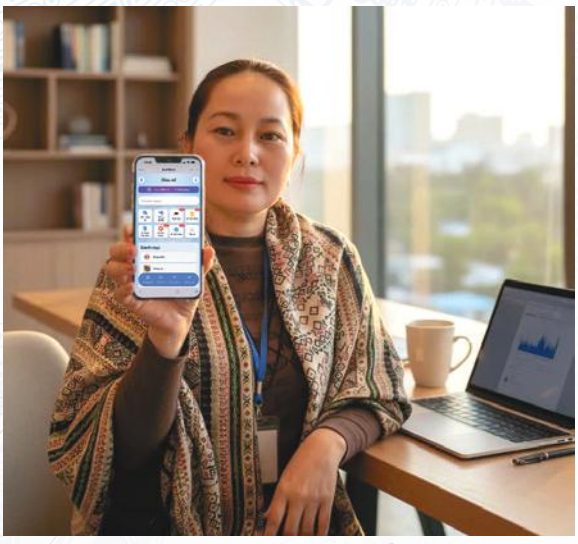
CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ VN168

Khát vọng dẫn đầu kỷ nguyên số

Trong dòng chảy phát triển mạnh mẽ của đất nước với tinh thần đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số toàn diện, Công ty Cổ phần Công nghệ VN168 khẳng định vị thế là một trong những đơn vị tiên phong trong lĩnh vực công nghệ tại khu vực Tây Nguyên. VN168 mang khát vọng tạo ra những giải pháp số có tính ứng dụng cao, phục vụ thiết thực cho cơ quan, tổ chức sở, ban, ngành và doanh nghiệp.

Từ nền tảng đó, VN168 đã mở rộng hoạt động tới 34 tỉnh thành trên cả nước, từng bước hình thành mạng lưới dịch vụ công nghệ dành cho cơ quan, tổ chức và doanh nghiệp. Hành trình ấy không dừng lại ở biên giới quốc gia, mà hướng đến khát vọng đưa công nghệ Việt vươn ra toàn cầu.

Với đội ngũ kỹ sư trẻ, sáng tạo và giàu nhiệt huyết, VN168 phát triển nhiều giải pháp công nghệ nổi bật như hệ thống quản trị doanh nghiệp, phần mềm quản lý vận hành, nền tảng dữ liệu, các ứng dụng kết nối cộng đồng. Đặc biệt, phần mềm AI VN168 tích hợp hơn 1.200 trợ lý thông minh, đáp ứng nhu cầu đa lĩnh vực như hành chính công, giáo dục, doanh nghiệp, y tế, nông nghiệp, du lịch, logistics, tài chính, thương mại và dịch vụ xã hội.



ThS. Bùi Thị Hải - Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Công nghệ VN168.



Ủy viên Trung ương Đảng, Phó Thủ tướng Chính phủ Mai Văn Chính chụp ảnh cùng nhân viên Công ty Cổ phần Công nghệ VN168 tại Diễn đàn Kinh tế hợp tác, hợp tác xã năm 2025.

Nhờ khả năng tự động hóa, phân tích dữ liệu chuyên sâu và phản hồi theo ngữ cảnh, AI VN168 trở thành cầu nối chiến lược giữa chính quyền - doanh nghiệp - người dân: hỗ trợ cơ quan nhà nước tối ưu quy trình và nâng cao minh bạch, giúp doanh nghiệp hiện đại hóa quản trị và giảm chi phí, đồng thời mang đến cho người dân dịch vụ công thân thiện, tư vấn chính xác và cơ hội tiếp cận tri thức, việc làm trong kỷ nguyên số.

Với tầm nhìn chiến lược "Trí tuệ khai phóng - Công nghệ kiến tạo", ThS. Bùi Thị Hải, Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Công nghệ VN168, định hướng doanh nghiệp trở thành lực lượng tiên phong về nghiên cứu và đổi mới sáng tạo trong mô hình Chính quyền số - Kinh tế số - Xã hội số theo tinh thần Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04/5/2025 của Bộ Chính trị, coi đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số là trụ cột phát triển. Chiến lược đó đặt mục tiêu dài hạn xây dựng một tập đoàn công nghệ Việt Nam mang tầm khu vực và thế giới, dẫn dắt ứng dụng AI và chuyển đổi số toàn diện, hướng tới dấu ấn toàn cầu vào năm 2045.

Trên nền tảng ấy, VN168 cam kết đồng hành cùng các cơ quan, doanh nghiệp và địa phương trong ứng dụng công nghệ mới, góp phần xây dựng Việt Nam số hiện đại, năng động và đủ năng lực cạnh tranh toàn cầu, nơi công nghệ trở thành sức mạnh của mỗi tổ chức, mỗi doanh nghiệp và mỗi người dân. ★



TIKI

TỐT & NHANH

HÀNH TRÌNH 15 NĂM KIẾN TẠO GIÁ TRỊ VƯƠN MÌNH





Câu chuyện 15 năm kiến tạo Kỷ nguyên số của Tiki không chỉ là hành trình phát triển của một doanh nghiệp công nghệ, mà còn là minh chứng sống động cho tinh thần tiên phong, bản lĩnh và khát vọng vươn mình của doanh nghiệp Việt. Qua từng chặng đường phát triển, Tiki đã vượt ra khỏi vai trò của một nền tảng thương mại điện tử đơn thuần, trở thành biểu tượng về sự sáng tạo, bền bỉ và khát vọng đổi mới không ngừng, góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống số cho hàng triệu người dân Việt.

HIỆN THỰC HÓA KHÁT VỌNG QUỐC GIA

Tiki bắt đầu hành trình với vai trò là một công ty khởi nghiệp chuyên bán sách trực tuyến. Tên gọi "Tiki" không chỉ là thương hiệu mà còn thể hiện tham vọng trở thành nền tảng thương mại điện tử uy tín, mang đến cho khách hàng những sản phẩm chất lượng với mức giá hợp lý. Từ hiệu sách trực tuyến, Tiki nhanh chóng mở rộng danh mục sang nhiều ngành hàng khác đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng. Song song với việc xây dựng và hoàn thiện hệ sinh thái sản phẩm, Tiki còn đặc biệt chú trọng đầu tư vào hạ tầng logistics và ứng dụng công nghệ hiện đại. Từ đó, tạo dựng năng lực cạnh tranh bền vững và khẳng định vị thế trên thị trường thương mại điện tử Việt Nam.



Ban Giám đốc và đội ngũ Công ty TNHH Tiki.

Dưới sự dẫn dắt chiến lược của Nhà sáng lập, Chủ tịch HĐQT Trần Ngọc Thái Sơn, Tiki đã khẳng định năng lực của doanh nghiệp Việt Nam trong việc xây dựng mô hình kinh doanh vừa quy mô, vừa bền vững, đồng thời tận dụng công nghệ để giải quyết những thách thức xã hội cấp bách. Bắt đầu từ nền tảng thương mại điện tử, Tiki phát triển thành một hệ sinh thái công nghệ toàn diện, vận hành dựa trên dữ liệu và tự động hóa, với các trụ cột nổi bật:

THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
với trải nghiệm cá nhân hóa

TIKI TRADING
kiểm soát chất lượng sản phẩm ở mức cao nhất

GIAO NHANH 2 GIỜ VÀ GIAO TRONG NGÀY
lợi thế dẫn đầu thị trường

ĐÓNG GÓI "BEST-IN-CLASS"
tiêu chuẩn bảo vệ hàng hóa tối ưu

TIKINOW SMART LOGISTIC
hệ thống hậu cần hiện đại, tự động hóa cao

NỀN TẢNG DỮ LIỆU VÀ AI
hiểu người dùng theo thời gian thực

DỊCH VỤ SỐ VÀ TIỆN ÍCH
phục vụ nhu cầu thiết yếu hàng ngày

Tiki luôn kiên định với sứ mệnh "Tốt và Nhanh"; đảm bảo sản phẩm chất lượng, thời gian giao hàng nhanh chóng.


Ông Trần Ngọc Thái Sơn - Nhà sáng lập, Chủ tịch HĐQT của Tiki.

Với khát vọng phát triển dịch vụ đạt chuẩn quốc tế, Tiki không chỉ khẳng định vị thế doanh nghiệp công nghệ hàng đầu mà còn mang sứ mệnh quốc gia: góp phần nâng tầm năng lực sáng tạo, thúc đẩy chuyển đổi số và làm gia tăng giá trị cho cộng đồng và nền kinh tế Việt Nam.

DOANH NGHIỆP CÔNG NGHỆ VÌ CỘNG ĐỒNG

Hành trình 15 năm của Tiki gắn liền với dấu ấn của Nhà sáng lập Trần Ngọc Thái Sơn, người xây dựng doanh nghiệp bền vững bằng tinh thần dấn thân và triết lý kinh doanh vì cộng đồng. Sự cam kết này được thể hiện rõ qua việc, ông luôn chú trọng đến sự phát triển hài hòa giữa giá trị kinh tế và giá trị xã hội trong mọi quyết sách.

Ông Trần Ngọc Thái Sơn chia sẻ: "Trên hành trình 15 năm, Tiki xây dựng niềm tin người dùng và đối tác, cùng chiến lược kinh doanh tạo sự khác biệt, hướng tới phát triển bền vững. Đó là lý do những năm qua, Tiki luôn kiên định với sứ mệnh "Tốt và Nhanh". Chúng tôi cam kết mang đến cho khách hàng sự yên tâm thông qua đảm bảo họ mua được sản phẩm chất lượng, rõ ràng nguồn gốc, thời gian giao hàng nhanh chóng. Từ đó, họ sẽ bớt lo lắng khi mua sắm, tỷ lệ hủy đơn, không nhận hàng giảm, các nhà bán hàng và thương hiệu đồng hành cũng bớt đắn đo về đầu ra."

Không chỉ tạo nền tảng vững chắc, Nhà sáng lập Trần Ngọc Thái Sơn còn truyền cảm hứng mạnh mẽ cho thế hệ doanh nhân kế thừa: bà Vũ Thị Nhật Linh - Tổng Giám đốc Tiki Group. Trong suốt thời gian đồng hành cùng doanh nghiệp, bà Vũ Thị Nhật Linh đã đưa sàn thương mại điện tử Tiki Marketplace từ con số 0 lên giá trị hơn 100 triệu USD, thúc đẩy tham vọng của TikiNOW và nâng cao vị thế Việt Nam trên thị trường toàn cầu. Bà nhấn mạnh: "Tiki cam kết duy trì mức giá cạnh tranh và ổn định, không chạy theo cuộc đua giảm giá, mà tập trung mang lại giá trị thực cho người tiêu dùng. Trong thời gian tới, Tiki sẽ tiếp tục mở rộng chính sách miễn phí vận chuyển nhằm tối ưu chi phí mua sắm cho khách hàng. Hiện, khoảng 90% đơn hàng đã được áp dụng ưu đãi này.



Bà Vũ Thị Nhật Linh - Tổng Giám đốc Tiki Group.

Đồng thời, Tiki không tăng chi phí bán hàng đối với đối tác và nhà bán, hướng đến xây dựng hệ sinh thái thương mại điện tử bền vững, nơi cả doanh nghiệp lẫn người tiêu dùng đều được hưởng lợi. Chiến lược cạnh tranh của Tiki tập trung vào ba trụ cột chính, trong đó giá cả và chất lượng hàng hóa luôn được đặt lên hàng đầu. Tiki ưu tiên phân phối sản phẩm chất lượng với mức giá hợp lý, đồng thời ứng dụng công nghệ mới, đặc biệt là AI, để nâng cao chất lượng dịch vụ, cải thiện hiệu suất vận hành và tối ưu hệ thống logistics. Việc mở rộng chính sách freeship và chăm sóc khách hàng cũng là một phần trong nỗ lực tạo ra trải nghiệm mua sắm thuận tiện, hiệu quả và đáng tin cậy cho người dùng. Tiki định vị mình không chỉ là nền tảng thương mại điện tử, mà là "người đồng hành" của mọi thành viên trong gia đình, thông qua việc cung cấp sản phẩm thiết yếu chất lượng cao, chính hãng, giá tốt, trải nghiệm thuận tiện."

Hành trình vươn mình phát triển của Tiki là minh chứng sống động cho khả năng vươn mình và tinh thần sáng tạo của doanh nghiệp Việt trong kỷ nguyên số. Tiki chứng minh rằng thương mại điện tử không chỉ là nơi mua sắm, mà còn là hành trình đáng tin cậy, đặt người Việt vào trung tâm, đồng thời đóng góp thiết thực vào sự phát triển xã hội và nền kinh tế quốc gia. ★



Lễ khánh thành Phòng Nghiên cứu và Phát triển về giao vận và thương mại điện tử SoICT-TIKI tại Đại học Bách Khoa (Hà Nội), ngày 26/10/2023.

LES RIVES
AUTHENTIC RIVER EXPERIENCE

THEO DẤU

Les Rives

khám phá vẻ đẹp nguyên sơ miền sông nước



Với khát vọng mang đến cho du khách quốc tế một góc nhìn mới về Việt Nam, không chỉ qua những điểm đến, mà còn qua nhịp sống, văn hóa và tâm hồn của miền sông nước Nam Bộ, năm 2013, Công ty Cổ phần Les Rives được thành lập. Lấy triết lý "đến những nơi mà xe không thể tới" làm kim chỉ nam, Les Rives tiên phong mở lối cho loại hình du lịch đường sông cao cấp, mang đến những hành trình khám phá độc đáo và đầy cảm hứng giữa lòng Thành phố Hồ Chí Minh.

Từ những chuyến đi về địa đạo Củ Chi, miền Tây sông nước, rừng ngập mặn Cần Giờ đến các tour trải nghiệm đảo Phú Quốc bằng ca nô catamaran hiện đại, mỗi hành trình của Les Rives đều được thiết kế tỉ mỉ, kết hợp hài hòa giữa thiên nhiên, văn hóa và trải nghiệm đẳng cấp. Không dừng lại ở việc vận chuyển du khách, Les Rives còn là "người kể chuyện bằng sông nước", đưa du khách chạm đến vẻ đẹp nguyên sơ, tinh tế và đầy sức sống của du lịch Việt Nam.

Sau hơn 15 năm đồng hành cùng du khách muôn nơi, Les Rives đã góp phần định hình hình ảnh du lịch Thành phố Hồ Chí Minh - một điểm đến năng động, hiện đại nhưng vẫn đậm đà bản sắc văn hóa Việt. Với những đóng góp bền bỉ cho sự phát triển của ngành du lịch, năm 2025, Les Rives vinh dự được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch trao tặng Giải thưởng Du lịch Việt Nam, khẳng định vị thế thương hiệu hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực du lịch đường sông cao cấp. ★

CÔNG TY CỔ PHẦN LES RIVES
Hotline (24/7): +84 78 592 0018 (Zalo, Viber, Whatsapp)
Giấy phép lữ hành quốc tế: **79-0481/2018/ CDLQGVN-LHQT**
Email: sales@lesrivesexperience.com | **Website:** www.lesrivesexperience.com



Kiềm Thảo Dược SAPHIA

Khát vọng kiến tạo một thế giới khỏe mạnh



Thông tin tham khảo thêm: Sử dụng mã QR để truy cập

Với 42,02% (năm 2023) diện tích được bao phủ bởi rừng nhiệt đới, Việt Nam sở hữu nguồn dược liệu vô cùng phong phú. Đặc biệt, khu vực miền núi phía Bắc và Tây Nguyên chứa đựng những loài thảo dược quý hiếm có tác dụng chữa bệnh đã được khoa học thế giới công nhận. Theo số liệu thống kê của Bộ Y tế, nước ta có trên 5.000 loài thực vật bậc cao được ghi nhận, trong đó có khoảng 300 loài có giá trị dược học đặc biệt. Đây là nền tảng quý báu để xây dựng ngành công nghiệp dược liệu Việt Nam hiện đại, góp phần khẳng định vị thế quốc gia trên bản đồ y dược thế giới.

Tuy nhiên, thực tế cho thấy, thị trường dược liệu Việt Nam hiện vẫn phụ thuộc phần lớn vào nhập khẩu, chiếm tới 70 - 80% nguyên liệu sản xuất thuốc. Giá trị xuất khẩu còn khiêm tốn so với tiềm năng. Chính vì vậy, việc xây dựng một thương hiệu dược liệu Việt Nam mang tầm vóc khu vực, quốc tế là khát vọng lớn, đồng thời cũng là thách thức không nhỏ. Trong bối cảnh ấy, sự ra đời và phát triển của Kiềm Thảo Dược Saphia mang ý nghĩa tiên phong, minh chứng cho sự kết hợp giữa trí tuệ khoa học, tình yêu đất mẹ và khát vọng vươn lên mạnh mẽ của người Việt.

Kiềm Thảo Dược Saphia - Hành trình từ tình yêu thảo dược đến khát vọng kiến tạo một thế giới khỏe mạnh, là câu chuyện truyền cảm hứng về sức mạnh của khoa học Việt và tinh thần dám nghĩ, dám làm của thế hệ doanh nhân mới"

Khởi nguồn từ tình yêu đất mẹ

Câu chuyện Kiềm Thảo Dược Saphia bắt đầu từ những năm 1990, khi ngành Nông nghiệp Việt Nam còn đối diện muôn vàn khó khăn như: thiếu nền tảng nghiên cứu bài bản, nhận thức về sản phẩm sinh học an toàn còn mơ hồ, phụ thuộc vào hóa chất độc hại gây hệ lụy cho môi trường lẫn con người. Nhìn thấy gốc rễ của vấn đề, bà Nguyễn Phương Dung (tên thật là Nguyễn Thị Chung) một nhà khoa học trẻ đang có cơ hội phát triển sự nghiệp tại Mỹ, đã đưa ra quyết định táo bạo: trở về quê hương để cống hiến.



Nhà khoa học Phương Dung - Đại diện Kiềm Saphia vinh dự nhận giải thưởng "Top 10 Thương hiệu uy tín quốc gia năm 2025" ngày 26/07/2025.

Trở về nước, bà cùng với người thầy của mình là GS.VS. TS KH. Đái Duy Ban bắt tay triển khai nghiên cứu kiềm thảo dược, thành lập Công ty CP Kiềm Saphia - doanh nghiệp tiên phong trong cuộc cách mạng kiềm thảo dược. Bà đã nghiên cứu, cho ra đời những sản phẩm nông nghiệp sinh học đầu tiên tại Việt Nam và gây được tiếng vang lớn trong nền công nghiệp sinh học nước nhà bấy giờ. Trải qua hơn một thập kỷ miệt mài trong phòng thí nghiệm, năm 2016, bà đã nghiên cứu thành công Chế phẩm Kiềm thảo dược có độ pH cao bền vững, không màu, trong suốt và lóng lánh. Bà đặt tên cho sản phẩm là Saphia - gợi hình ảnh viên ngọc xanh tinh khiết, quý giá như Sapphire. Sản phẩm không chỉ là thành quả khoa học mà còn là kết tinh của tình yêu đất mẹ, là tuyên ngôn mạnh mẽ: Dược liệu Việt có thể sánh vai cùng thế giới!

Đến năm 2019, Kiềm Saphia áp dụng thành công công nghệ kiềm hoạt hóa phân tử trong quy trình sản xuất chế phẩm kiềm thảo dược Saphia, có chứa hợp chất kháng sinh thực vật, khoáng hóa, vi tố lượng, chất dẫn, dưới dạng phân tử siêu nhỏ, tạo bước đột phá trong định hướng phát triển sản phẩm hỗ trợ sức khỏe. Kết quả thử nghiệm cho thấy, sản phẩm có hiệu quả hỗ trợ tích cực đối với các vấn đề về bệnh rối loạn chuyển hóa, bệnh nền, bệnh nan y, bệnh hiểm nghèo. Từ đó, mở ra triển vọng mới cho việc khai thác tiềm năng dược liệu Việt Nam trên nền tảng khoa học hiện đại.

Tỏa sáng từ trí tuệ khoa học đến giá trị nhân văn

Trong Chiến lược phát triển dược liệu quốc gia, Việt Nam đặt mục tiêu đến năm 2030 trở thành trung tâm chế biến dược liệu và sản phẩm tự nhiên có giá trị tại khu vực. Tuy nhiên, để đạt được điều này, cần sự đồng hành của những doanh nghiệp tiên phong, dám nghĩ, dám làm và biết khai thác tiềm năng từ chính nguồn tài nguyên bản địa. Công ty CP Kiềm Saphia là minh chứng điển hình. Chỉ trong vòng 5 năm từ năm 2021 đến nay, thương hiệu này đã đưa sản phẩm đến tay hơn 500.000 người tiêu dùng trên cả nước. Các dòng sản phẩm trải rộng từ nhóm kiềm hóa cơ thể như Saphia Alkali D-Revie X50, X300, Alka Power D80, đến nhóm chuyên biệt như Saphia Alkali UB (K90), Saphia Alkali Dạ dày, Saphia Alkali GT, Saphia Alkali XK đến những sản phẩm gắn với lối sống khỏe như Saphia Alkali Balance, Kiềm Thánh Gióng…

Điều làm nên sự khác biệt của Kiềm Saphia là toàn bộ sản phẩm được chiết xuất từ dược liệu Việt Nam, sản xuất trên nền tảng công nghệ hiện đại, đảm bảo vừa giữ được tinh hoa tự nhiên, vừa đáp ứng chuẩn mực khoa học. Đây chính là hướng đi khẳng định rằng dược liệu Việt Nam không chỉ dừng lại ở quy mô nhỏ lẻ, mà hoàn toàn có thể bước lên tầm công nghiệp, vươn ra thế giới.

Một trong những dấu ấn khoa học nổi bật, khẳng định bản lĩnh và năng lực nghiên cứu vượt trội của Kiềm Saphia chính là việc được Cục Sở hữu trí tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ cấp Bằng độc quyền sáng chế số 41442 theo Quyết định số 108675/QĐ-SHTT ngày 18/09/2024. Sáng chế mang tên: "Quy trình sản xuất chế phẩm kiềm thảo dược và chế phẩm thảo dược thu được từ quy trình này", không chỉ là bằng chứng pháp lý cho tài sản trí tuệ, mà còn là bảo chứng cho tính sáng tạo và tầm vóc khoa học của thương hiệu trong hành trình ứng dụng dược liệu Việt vì sức khỏe cộng đồng.

Bên cạnh việc phát triển sản phẩm, Kiềm Saphia còn tích cực lan tỏa những giá trị nhân văn sâu sắc thông qua các hoạt động thiện nguyện giàu ý nghĩa thực tiễn, thể hiện tinh thần trách nhiệm xã hội với cộng đồng.

Trong hành trình thiện nguyện "Mỗi hành trình Kiềm - Vạn niềm yêu thương" tại tỉnh Tuyên Quang vào tháng 9/2024, Kiềm Saphia kịp thời hỗ trợ các nhu yếu phẩm sau trận sạt lở, góp phần thắp lên hy vọng và san sẻ khó khăn cùng người dân địa phương. Tiếp nối tinh thần đó, trong chương trình

"Hành trình yêu thương, chia sẻ biên cương" diễn ra tại Nậm Càn, tỉnh Nghệ An vào tháng 5/2025, Kiềm Saphia tổ chức cấp phát thuốc miễn phí cho gần 200 người dân mắc các bệnh lý về da, trao tặng 100 suất quà thiết thực đến các hộ gia đình có hoàn cảnh đặc biệt khó khăn.

Việc đồng hành cùng chương trình "Điều ước 14", kênh truyền thông phi lợi nhuận vì cộng đồng cũng khẳng định cam kết lâu dài của Công ty CP Kiềm Saphia: không chỉ bán sản phẩm, mà còn mang đến hy vọng và niềm tin sống khỏe, sống có ích. Chính tinh thần nhân văn ấy đã góp phần làm nên thương hiệu bền vững, đồng thời tạo dựng niềm tin vững chắc từ phía người tiêu dùng.

Với những nỗ lực không ngừng trong nghiên cứu và phát triển, Công ty CP Kiềm Saphia đã vinh dự nhận nhiều giải thưởng uy tín như Top 10 Thương hiệu uy tín quốc gia năm 2025, Thương hiệu uy tín, sản phẩm vàng vì sức khỏe cộng đồng năm 2024,... Đồng thời, thương hiệu cũng tích cực tham gia các hội thảo khoa học, góp phần lan tỏa giá trị học thuật và các giải pháp ứng dụng thiết thực cho ngành Y Dược nước nhà.



Không gian Điều ước 14 - nơi ghi lại những câu chuyện chiến đấu với bệnh phục hồi diệu kỳ.



Kiềm Saphia ký kết hợp tác với Tập đoàn UB General Trading, ngày 19/3/2025.



Bằng độc quyền sáng chế số 41442 - Bảo chứng cho hành trình tiên phong của Kiềm Thảo Dược Saphia.

Kiềm Thảo dược Saphia và khát vọng vươn tầm quốc tế

Nếu như giai đoạn đầu tiên ghi dấu bằng thành tựu khoa học, thì từ năm 2021, Công ty CP Kiềm Saphia đã chính thức bước vào hành trình chinh phục thị trường trong nước và quốc tế. Chỉ sau một năm, thương hiệu đã khẳng định vị thế trong nước, trở thành lựa chọn uy tín của khách hàng trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe.

Ngày 19/03/2025 đánh dấu một cột mốc quan trọng trong hành trình phát triển của Kiềm Saphia khi Công ty ký kết thỏa thuận hợp tác với UB General Trading FZC (UAE), đặt nền móng vững chắc để đưa sản phẩm vươn xa đến 26 quốc gia thuộc khu vực Trung Đông. Đặc biệt, vào ngày 13/11/2025, ông Saif Ali Shahin Mohammed Altahri - Tổng Giám đốc Vận hành Tập đoàn đã có chuyến tham quan và trao đổi tại văn phòng Công ty CP Kiềm Saphia. Công ty đã trực tiếp giới thiệu với đối tác về các loại cây thảo dược quý giá của Việt Nam, các dòng sản phẩm kiềm thảo dược và cùng chia sẻ, thảo luận về định hướng phát triển trong tương lai của hai bên. Trong cuộc trao đổi, ông Saif bày tỏ sự xúc động sâu sắc trước tầm nhìn "vì một thế giới không còn bệnh" của nhà khoa học Phương Dung, đồng thời đánh giá cao triết lý kinh doanh nhân văn của Kiềm Thảo Dược Saphia - một sự khác biệt hiếm hoi trong bối cảnh nhiều công ty sản xuất thuốc chỉ tập trung



Ngài Mr. Saif Ali Shahin Mohammed Altahri - Tổng Giám đốc Vận hành UB General Trading FZC chụp ảnh cùng đội ngũ Kiềm Thảo Dược Saphia, ngày 13/11/2025.

vào lợi nhuận hiện nay. Cùng với đó, mối quan hệ hợp tác giữa Kiềm Saphia và Tập đoàn Philux Global (Mỹ) cũng khẳng định tầm nhìn dài hạn và chiến lược hội nhập quốc tế của thương hiệu. Công ty cũng thể hiện mong muốn xây dựng nhà máy tại Mỹ nơi được xem là trung tâm của ngành công nghiệp dược phẩm thế giới.

Hiện nay, Kiềm Saphia đang triển khai đề tài nghiên cứu cấp quốc gia về sản phẩm hỗ trợ điều trị ung thư từ thảo dược. Với lộ trình nghiên cứu chuyên sâu kéo dài trong 3 đến 5 năm tới, đề tài hứa hẹn mở ra những bước tiến mang tính đột phá, góp phần khẳng định vai trò chủ động của Việt Nam trong việc ứng dụng dược liệu vào điều trị các căn bệnh nan y toàn cầu. Đây là minh chứng cho tinh thần dấn thân, khát vọng cống hiến của trí tuệ Việt nhằm góp phần giải mã những thách thức y học nan giải nhất của thời đại.



CEO Nguyễn Thành Phương - Người kế thừa khát vọng phụng sự, dẫn dắt Kiềm Saphia vươn tầm quốc tế

Không dừng lại ở y dược, Kiềm Saphia còn mở rộng ứng dụng kiềm thảo dược vào nông nghiệp, cây trồng, chăn nuôi, thủy sản theo mô hình sinh học tuần hoàn, hướng đến mục tiêu trở thành "mâm cơm sạch của thế giới". Dự án *"Nông nghiệp sinh học tuần hoàn đỉnh cao Việt Nam"* là một cột mốc quan trọng, phù hợp với đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước trong phát triển nông nghiệp theo hướng sinh thái, hữu cơ, tuần hoàn và phát thải carbon thấp. Dự án góp phần nâng cao chất lượng tăng trưởng, giá trị gia tăng, năng lực cạnh tranh, thúc đẩy phát triển bền vững, hướng tới mục tiêu giảm thiểu ô nhiễm môi trường, tiến tới xây dựng nền kinh tế trung hòa carbon vào năm 2050, tạo sự cân bằng hài hòa giữa ba trụ cột: môi trường, kinh tế và xã hội.

Tiếp nối hành trình của nhà khoa học Nguyễn Phương Dung là CEO Nguyễn Thành Phương - người kế thừa ngọn lửa khát vọng với triết lý sống: "Hãy làm điều không ai dám làm và đến nơi chưa ai đặt chân đến". Bằng tinh thần trẻ trung, nhiệt huyết và bản lĩnh của thế hệ doanh nhân mới, ông đã và đang dẫn dắt Kiềm Saphia vượt qua mọi rào cản, biến những hoài nghi thành động lực, đưa thương hiệu vươn mình trở thành "Ngọc xanh Châu Á". Đây là lời khẳng định mạnh mẽ về bản sắc và giá trị của dược liệu Việt Nam. CEO Nguyễn Thành Phương là đại diện cho thế hệ doanh nhân Việt dám nghĩ lớn, dám hành động, tiên phong trong kỷ nguyên hội nhập, với quyết tâm mang "viên ngọc" thảo dược Việt vươn ra khỏi lằn ranh biên giới, vươn khắp năm châu để thế giới công nhận và trân quý tinh hoa đến từ chính mảnh đất hình chữ S, từ trái tim Châu Á.

Hành trình của Kiềm Saphia là minh chứng cho khát vọng vươn mình mạnh mẽ của trí tuệ, khoa học Việt Nam, thể hiện tinh thần tiên phong và sự sáng tạo không ngừng trong kỷ nguyên hội nhập. Được khởi nguồn từ niềm tin mãnh liệt vào giá trị của dược liệu quê hương, bằng tinh thần phụng sự và năng lực nghiên cứu khoa học bài bản, Kiềm Saphia đang từng bước hiện thực hóa giấc mơ kiến tạo một nền y học chủ động - nơi khoa học hiện đại hòa quyện cùng tinh hoa thiên nhiên dân tộc nhằm mang lại sức khỏe, hy vọng cho hàng triệu người.

Trong bối cảnh đất nước đang thúc đẩy đổi mới sáng tạo, phát triển kinh tế tri thức và nâng tầm thương hiệu quốc gia, Kiềm Saphia chính là hình mẫu doanh nghiệp tiên phong, bản lĩnh và đầy khát vọng. Không chỉ góp phần bảo vệ và nâng cao sức khỏe cộng đồng, Kiềm Saphia còn khẳng định vị thế dược liệu Việt trên bản đồ thế giới, xây dựng một Việt Nam tự cường, thịnh vượng và sánh vai cùng các cường quốc năm châu. ★



DOANH NHÂN LÊ QUANG THẮNG



HÀNH TRÌNH PHỤNG SỰ QUÊ HƯƠNG BẰNG TƯ DUY *xanh* VÀ KHÁT VỌNG BỀN VỮNG

Hơn nửa thế kỷ gắn bó với sự phát triển của quê hương Quảng Ninh, doanh nhân Lê Quang Thắng - Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Đầu tư và Xây dựng Việt Long được biết đến là người tiên phong trong việc đưa công nghệ xanh và tư duy bền vững vào phát triển kinh tế địa phương. Từ một kỹ sư xây dựng tâm huyết, ông có bước "chuyển hướng" đầy táo bạo sang lĩnh vực nông nghiệp hữu cơ và xử lý môi trường, kiến tạo nên những dấu ấn đổi mới như Nhà máy xử lý chất thải rắn Khe Giang hay thương hiệu rau sạch Ba Nhất - những công trình, sản phẩm mang đậm tinh thần phụng sự cộng đồng.

Hưởng ứng tinh thần của Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04/5/2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân trở thành một động lực quan trọng nhất của nền kinh tế quốc gia, những người thực hiện ấn phẩm "Việt Nam - Kỷ nguyên vươn mình" có cuộc trao đổi với ông Lê Quang Thắng để lắng nghe những chia sẻ tâm huyết về hành trình đổi mới và khát vọng phát triển trong kỷ nguyên chuyển đổi xanh.



Công ty Cổ phần Đầu tư và Xây dựng Việt Long - trụ sở chính tại số 99, phố Huỳnh Thúc Kháng, phường Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh.

Thưa ông, từ một người công tác trong ngành Xây dựng, điều gì đã thôi thúc ông mạnh dạn chuyển hướng sang phát triển nông nghiệp hữu cơ và xử lý môi trường - những lĩnh vực còn rất mới ở Quảng Ninh thời điểm đó?

Sau nhiều năm công tác trong ngành Xây dựng, tôi mong muốn được cống hiến trong lĩnh vực mình đam mê và có thể sáng tạo nhiều hơn. Nông nghiệp hữu cơ và xử lý môi trường là những lĩnh vực khó, đòi hỏi tri thức về công nghệ cao và sự kiên trì bền bỉ. Thực tế cho thấy, không ít doanh nghiệp đã "quay xe" khi vấp phải những thách thức công nghệ. Nguyên nhân là bởi họ chưa thực sự làm chủ được tri thức, mà chủ yếu chỉ vận hành công nghệ được chuyển giao.

Với tôi, hướng đi ấy bắt nguồn từ những trăn trở rất đời thường: tại sao môi trường ngày càng ô nhiễm, và vì sao chúng ta không còn được sử dụng thực phẩm sạch như trước? Chính những câu hỏi đó đã thôi thúc tôi nghiên cứu, sáng tạo và làm chủ công nghệ, từng bước xây dựng những quy trình khép kín, phù hợp với thực tiễn để doanh nghiệp có thể phát triển bền vững, gắn lợi ích kinh tế với lợi ích cộng đồng.

Với những dự án tiêu biểu như Nhà máy xử lý rác thải Khe Giang hay thương hiệu rau sạch "Ba Nhất", ông đánh giá như thế nào về vai trò của doanh nghiệp trong việc góp phần thực hiện mục tiêu phát triển "kinh tế xanh" của tỉnh Quảng Ninh và cả nước?

Tôi cho rằng, hiệu quả của doanh nghiệp nên được đánh giá bằng sự ghi nhận của cộng đồng và xã hội. Riêng bản thân, tôi cảm thấy hướng đi của doanh nghiệp mình là đúng đắn, thiết thực, mang lại lợi ích cho người dân và nhận được sự đồng thuận, ủng hộ rộng rãi của chính quyền địa phương.

Nhà máy Xử lý chất thải Khe Giang ban đầu được xây dựng với mục tiêu phục vụ công tác xử lý rác cho riêng thành phố Uông Bí. Tuy nhiên, đến nay, quy mô hoạt động đã mở rộng, tiếp nhận và xử lý rác thải cho bốn địa phương: Uông Bí, Quảng Yên, Hạ Long và Cẩm Phả. Hiện tại, lượng rác mà Nhà máy xử lý mỗi ngày chiếm hơn 50% tổng lượng rác phát sinh toàn tỉnh. Đặc biệt, chúng tôi đã triển khai công nghệ xử lý 100% rác thải sinh hoạt mà không cần qua phân loại, đồng thời nhiều lần "giải cứu" rác tồn đọng kéo dài tại các đô thị lớn như Hạ Long và Cẩm Phả trước khi chính thức tiếp nhận nhiệm vụ.



Ông Nguyễn Mạnh Cường - Giám đốc Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Quảng Ninh trao giấy chứng nhận Doanh nghiệp Khoa học và Công nghệ cho ông Lê Quang Thắng - Chủ tịch HĐQT CP Đầu tư và Xây dựng Việt Long, ngày 20/01/2025.

Đối với thương hiệu rau sạch "Ba Nhất", chúng tôi tự hào khi đã có 17 sản phẩm được công nhận đạt tiêu chuẩn OCOP Quảng Ninh. Không dừng lại ở đó, doanh nghiệp đang tiếp tục nỗ lực để sản phẩm rau "Ba Nhất" của Việt Long sớm được công nhận và mang thương hiệu "rau hữu cơ", góp phần lan tỏa xu hướng tiêu dùng xanh, an toàn và bền vững.

Tôi tin rằng, nếu mỗi doanh nghiệp đều biết đặt lợi ích của cộng đồng lên trên lợi ích riêng, cùng hướng đến mục tiêu phát triển bền vững, thì khát vọng xây dựng nền "kinh tế xanh" không chỉ của Quảng Ninh mà của cả nước sẽ sớm trở thành hiện thực.

Ông có thể chia sẻ thêm về tình hình phát triển hiện nay của Công ty Việt Long và định hướng chiến lược trong thời gian tới, đặc biệt là kế hoạch mở rộng quy mô, hợp tác quốc tế và phát triển các dự án công nghệ cao?

Có thể nói, Công ty Việt Long đã xác định đúng hướng đi chiến lược khi tập trung phát triển trên 03 lĩnh vực chủ đạo: xử lý môi trường, nông nghiệp hữu cơ và đầu tư xây dựng trong đó xử lý môi trường là trụ cột trọng tâm. Chúng tôi làm chủ công nghệ đốt 100% rác thải sinh hoạt không phân loại, xử lý triệt để cả nước rỉ của rác mà không cần chôn lấp và vinh dự khi được công nhận là Doanh nghiệp Khoa học và Công nghệ.

Bước sang giai đoạn mới, Việt Long định hướng chuyển đổi từ "công nghệ đốt không thu hồi năng lượng" sang "công nghệ khí hóa phát điện". Đây là một bước tiến công nghệ đột phá. Dù phải chấp nhận mất đi một số đối tác quốc tế khi kiên định lựa chọn hướng đi riêng, chúng tôi vẫn tin tưởng rằng đây là công nghệ hoàn thiện và thân thiện nhất với môi trường. Công nghệ này không phát sinh chất độc hại, hiệu suất phát điện cao gấp đôi công nghệ đốt phát điện và toàn bộ sản phẩm sau khí hóa đều có thể tái sử dụng.

Đối với lĩnh vực nông nghiệp, Việt Long định hướng triển khai ba dự án trọng điểm trong thời gian tới. Thứ nhất, đầu tư dây chuyền chế biến sâu sau thu hoạch, giúp nông dân tránh cảnh "được mùa, mất giá", đồng thời đưa thực phẩm sạch đến gần hơn với mọi tầng lớp người tiêu dùng thông qua các sản phẩm dạng viên nén và thực phẩm chức năng. Thứ hai, phát triển nuôi biển công nghệ cao, bảo đảm cân bằng sinh thái, hướng tới các loại hải sản có giá trị kinh tế lớn. Thứ ba, triển khai dự án kết hợp nông nghiệp với du lịch nghỉ dưỡng, biến nông nghiệp trở thành sản phẩm gắn kết với trải nghiệm, góp phần lan tỏa giá trị xanh và phát triển kinh tế địa phương.

Với tầm nhìn chiến lược và định hướng công nghệ cao, Việt Long đang từng bước khẳng định vị thế tiên phong trong lĩnh vực khoa học môi trường, đồng thời mở rộng hợp tác quốc tế để đưa sản phẩm và công nghệ Việt vươn ra thế giới.



Gạch không nung sản xuất từ tro xỉ đốt rác đã được sử dụng xây dựng các công trình hạ tầng phục vụ phát triển sản xuất của Nhà máy.

Được biết Việt Long vừa được công nhận là Doanh nghiệp Khoa học và Công nghệ, điều này khẳng định vai trò của đổi mới sáng tạo trong chiến lược phát triển của Công ty. Ông đánh giá như thế nào về vai trò của khoa học - công nghệ trong tiến trình xây dựng nền kinh tế xanh, tuần hoàn tại Việt Nam hiện nay?

Nếu con người vẫn giữ tư duy "ngày hôm nay làm như ngày hôm qua", cho rằng công nghệ hiện tại đã đủ, thì đó chính là bước khởi đầu của sự tụt hậu và trong kỷ nguyên số, sự tụt hậu ấy diễn ra rất nhanh. Chúng ta đang sống trong thời đại mà trí tuệ nhân tạo, sáng tạo và đổi mới công nghệ trở thành động lực cốt lõi của mọi tiến bộ. Việt Long cũng không nằm ngoài quy luật ấy. Chúng tôi không cho phép mình dừng lại ở những thành tích hay danh hiệu đã đạt được, mà luôn đặt ra yêu cầu phải đi tiếp, phải phát triển, phải thích ứng.

Trong chiến lược phát triển dài hạn, Việt Long xác định khoa học - công nghệ là nền tảng cho mọi hoạt động đổi mới và là chìa khóa để tham gia sâu hơn vào nền kinh tế xanh, tuần hoàn.



Ông Lê Quang Thắng được Trường Đại học Quốc tế Hoa Kỳ phong tặng học vị Tiến sĩ danh dự trong khuôn khổ Diễn đàn Khoa học và Kinh tế toàn cầu 2025, tại Dubai, ngày 08/5/2025.



Đoàn cán bộ của Công ty CP Đầu tư và Xây dựng Việt Long thăm Nông trại Puppy Farm (thôn Măng Lin, phường Lang Biang - Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng).

> KINH TẾ XANH HƯỚNG TỚI MÔ HÌNH PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG. MỘT ĐẤT NƯỚC MUỐN THẬT SỰ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG THÌ KHÔNG NHỮNG PHẢI BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG, MÀ CÒN PHẢI CẢI TẠO MÔI TRƯỜNG NGÀY CÀNG TỐT HƠN.

Chính vì vậy, chúng tôi đã mời các nhà khoa học đầu ngành ở nhiều lĩnh vực cùng tham gia thành lập Hội đồng Khoa học của Công ty - một bước đi chiến lược nhằm đảm bảo mỗi dự án, mỗi sản phẩm đều được phát triển trên cơ sở tri thức, sáng tạo và hướng tới giá trị bền vững cho cộng đồng.

Với tầm nhìn và kinh nghiệm của mình, ông muốn gửi gắm điều gì tới thế hệ doanh nhân trẻ - những người đang tiếp bước con đường khởi nghiệp trong thời đại chuyển đổi xanh và phát triển bền vững của đất nước?

Thế hệ trẻ hôm nay được đào tạo bài bản, năng động và sáng tạo - đó là một lợi thế lớn. Tuy nhiên, để biến tri thức thành giá trị thực tiễn, các bạn cần tìm đến những môi trường có khả năng hiện thực hóa khát vọng của mình, nơi lý tưởng được gắn với hành động và kết quả cụ thể. Khởi nghiệp trong thời đại chuyển đổi xanh không chỉ là theo đuổi lợi nhuận, mà còn là hành trình phụng sự cộng đồng, kiến tạo những sản phẩm, mô hình kinh doanh thân thiện với con người và thiên nhiên.

Tôi mong các bạn trẻ hãy kiên định với lý tưởng, dám nghĩ - dám làm, nhưng cũng biết lắng nghe và học hỏi không ngừng. Thành công chân chính không đến từ may mắn, mà từ sự bền bỉ, trung thực và khát vọng phụng sự xã hội. Trong kỷ nguyên phát triển bền vững, mỗi doanh nhân trẻ cần coi trách nhiệm với đất nước và hành tinh là thước đo cao nhất của thành công. Câu chuyện của Công ty Việt Long là minh chứng sinh động cho ý chí đổi mới và tinh thần tiên phong của doanh nhân Việt Nam thời đại mới - những con người không ngừng tìm tòi, sáng tạo để biến khát vọng xanh thành hiện thực.

Xin trân trọng cảm ơn sự đồng hành và chia sẻ của ông! ★

Con đường gập ghềnh tràn ngập tình yêu với cà phê Arabica

BLUE SƠN LA



Ông Phan Minh Thông - Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Phúc Sinh, Nhà sáng lập thương hiệu K COFFEE.

Khoảng 7 năm trước, chúng tôi đến Sơn La vào một chiều tối muộn, đường từ Hà Nội lên Sơn La hết 6, 7 tiếng đồng hồ và không hề dễ đi. Núi đá, đường ngoằn ngoèo, đèo dốc liên tục nhưng đến nơi thời tiết se lạnh khiến chúng tôi có cảm giác rũ bớt được một nửa mỏi mệt. Vì trên xe có anh bạn học ở Sơn La nên chúng tôi khá dễ dàng tìm được quán ăn ngon. Chúng tôi đã có một buổi tối ấm áp, vui vẻ với những câu chuyện thân tình. Có một điều tôi nhận thấy ở đây là mọi người đều nói tới cà phê Sơn La trên đường đi, tôi khá ngạc nhiên khi thấy trên những vạt đồi trồng rất nhiều cà phê, đó là cà phê Arabica.



Cà phê Arabica Blue Sơn La đã xuất khẩu sang nhiều nước trên thế giới và được khách quốc tế ưa chuộng.

Ngày ấy, Phúc Sinh đang có 2 nhà máy cà phê ở Đắk Lắk và Bình Dương, những nơi luôn phải cạnh tranh mua nguyên liệu khốc liệt, trong khi, Sơn La chưa có nhà máy cà phê nào. Chúng tôi đã làm một chuyến khảo sát kỹ lưỡng về vùng đất này, diện tích giống và đặc biệt là thử uống cà phê. Chúng tôi tìm mua hạt xanh, rang mộc rồi pha nước uống. Tôi đã bị thuyết phục ngay bởi cà phê ở đây thơm, ngon, vị đặc trưng.



Khánh thành Nhà máy Phúc Sinh Sơn La.

Lúc này tôi nghĩ diện tích cây cà phê ở đây đủ lớn để xây nhà máy và đặc biệt tôi thích mùi vị cà phê Sơn La. Tuy nhiên, tôi giữ ý này cho riêng mình và chưa chia sẻ với ai cả. Có lẽ nếu làm, chắc chắn chúng tôi sẽ mua đất và xây nhà máy. Nhưng những thứ đó chỉ lãng qua đầu tôi rồi bay mất, tôi vẫn chưa quyết định gì…

bạn có muốn làm chủ và lên Sơn La xây nhà máy không, và thật bất ngờ là bạn gật đầu. Bởi lúc này, bạn làm ngân hàng đã 22 năm và cũng lên chức Giám đốc khu vực phía Bắc. 22 năm làm ngân hàng từ lúc ra trường, giờ nghe tôi "xúi" mà bỏ ngân hàng cái một thì cũng rất dũng cảm chứ chả đùa.

Nhưng cuộc sống mà, mọi người phải lựa chọn cho mình muốn gì trong cuộc sống! Và trước khi lựa chọn thì tất cả trong chúng ta đều nâng lên đặt xuống bao lần. Sau khi có cái gật đầu ấy tôi bắt đầu thực hiện kế hoạch của mình.

Ông Phan Minh Thông, ông Vũ Việt Thắng tiếp đón ông Hoàng Văn Chất - Nguyên Bí thư Tỉnh ủy, Nguyên Chủ tịch Hội đồng nhân dân tỉnh Sơn La.





Sản phẩm cà phê Phúc Sinh xuất hiện tại các hội chợ triển lãm.

Buổi tối, chúng tôi rời Sơn La và đi tiếp lên thị trấn Sa Pa của Lào Cai, nơi tôi cũng chưa bao giờ đi tới. Sa Pa nhộn nhịp và khá lộn xộn. Đường sá sử dụng nhiều mà chưa tu sửa kịp thời, có những hố lớn trên đường trong thị trấn, tuy nhiên Sa Pa lạnh và bạn biết đấy, lạnh mà ăn thịt nướng uống bia thì rất ngon. Chúng tôi dành 1,5 ngày ở Sa Pa đi tham quan, vãn cảnh và chia sẻ với nhau nhiều câu chuyện. Vì là bạn chơi với nhau từ thời cấp 3 nên chúng tôi rất vui và khá thẳng thắn. Tôi hỏi

Chúng tôi mang cà phê Sơn La vào Sài Gòn rang và thử nếm. Chúng tôi liên tục cử người từ Sài Gòn ra Sơn La để khảo sát và tìm hiểu. Thật may chúng tôi kết nối được với lãnh đạo tỉnh Sơn La, lúc đó là anh Hoàng Văn Chất - Bí thư Tỉnh ủy. Anh Chất cũng là người đã cùng với các cán bộ tỉnh Sơn La vào dự các lễ hội cà phê Tây Nguyên, tìm nhiều nhà đầu tư trong Nam mời họ ra đầu tư cho cà phê Sơn La. Nhân duyên chúng tôi hội ngộ, thế là giải quyết được khâu khảo sát vùng trồng để xây nhà máy.

Trong quá trình xây dựng dự án, văn phòng tôi lựa chọn các nhà thầu và lựa chọn bên nào sẽ cung cấp máy móc. Một ý nghĩ lóe lên trong tôi là sao không dùng máy móc từ Colombia và Brazil, cũng như kỹ sư từ nơi đó. Vì dây chuyền



của Brazil và Colombia đều nổi tiếng trong ngành cà phê thế giới và họ cũng đã lắp đặt máy móc tại Việt Nam. Mua máy móc công nghệ của họ thì chúng ta sẽ dễ dàng có sản phẩm tốt, bán hàng cũng dễ dàng hơn.

Thế là chúng tôi bắt tay vào tìm kiếm các địa chỉ liên hệ. May sao tôi có quen với một anh người Mỹ đang làm việc tại Việt Nam, anh ấy giới thiệu cho tôi tên cũng như địa chỉ hãng để liên hệ. Mọi thứ nhanh hơn tôi tưởng và cuối cùng chúng tôi chọn máy móc, kỹ sư, công nghệ từ Colombia đến Sơn La để thực hiện dự án.

Khi thực hiện dự án này, chúng tôi gặp rất nhiều ý kiến trái chiều từ cả nội bộ và bên ngoài. Một số công ty sơ chế cà phê Sơn La khi nghe thấy chúng tôi đầu tư thì không thích, thậm chí có động thái cản trở. Họ nói về nhiều rào cản khó khăn và còn gọi cho chúng tôi hàng giờ để thuyết phục không nên đầu tư. Vì họ đang làm trên vùng đất Sơn La, nên họ nói những câu chuyện đó với nhiều lãnh đạo địa phương, khiến cho nhiều người lung lay suy nghĩ và nghi ngờ chúng tôi khi thực hiện dự án.

Riêng Bí thư Tỉnh ủy Hoàng Văn Chất vẫn rất tin tưởng chúng tôi. Anh Chất thúc đẩy mạnh mẽ nội bộ để chúng tôi có đầy đủ thủ tục pháp lý cần thiết nhanh chóng xây dựng nhà máy. 10 tháng sau từ lúc bắt đầu triển khai chính thức, chúng tôi đã khai trương Nhà máy Cà phê Arabica Phúc Sinh Sơn La vào ngày 8/11/2018.

Ngày khai trương quả thật là một ngày hội lớn của tỉnh, vì quá nhiều khách quốc tế cũng như bạn bè trong ngành cà phê đến hội tụ, chia vui. Chúng tôi tràn ngập niềm tự hào và tin chắc mọi thứ sẽ phát triển. Một vài người bạn cũng là những người mua hứa sẽ hỗ trợ mua hàng. Vài người mua sau khi tham quan toàn bộ nhà máy cũng như thử nếm sản phẩm bắt đầu có chút niềm tin, nói chúng tôi phải bán giá cao hơn giá hiện tại và tự tin vào điều đó vì chất lượng cà phê thực sự có cải tiến.

Dự án xây dựng nhà máy cũng cho thấy, nếu được ủng hộ nhiệt tình của lãnh đạo tỉnh thì dù nhiều thứ khó khăn phức tạp, thiết bị nhập khẩu rồi con người ở nước khác nhau, cũng trở nên dễ dàng.

Tuy nhiên mọi thứ mới chỉ là bắt đầu.

Chúng tôi kinh doanh chủ yếu cà phê là Robusta, còn Arabica thì sản lượng và kinh doanh rất ít. Chất lượng Arabica ở phía Nam cũng phập phù thất thường và ít có niềm tin với khách hàng. Giá bán Arabica thường thấp vì họ không có niềm tin về chất lượng. Việc xây nhà máy riêng chuyên làm Arabica cũng là cách mà chúng tôi đảm bảo sự đồng đều về chất lượng.

Nhưng bán Arabica thì không dễ chút nào. Cà phê Arabica có lịch sử hàng trăm năm, là loại cà phê có chút kiêu kỳ, sang chảnh. Người bán cà phê Arabica phải hiểu rõ về nó, chăm sóc sản xuất thật cẩn thận và chu đáo. Cái này khá mới với chúng tôi. Dù Phúc Sinh đã mua dây chuyền và công nghệ của Colombia, kế thừa máy móc, quy trình sản xuất của họ, nhưng bắt tay vào sản xuất thì là cà phê Arabica của Việt Nam, với các đặc trưng riêng biệt chúng tôi phải học.

Trước khi chúng tôi đến Cà phê Arabica Sơn La là loại cà phê giá rẻ, thậm chí thương lái ở đây còn nói họ phải mang Arabica Sơn La vào Tây Nguyên trộn với cà phê Robusta để bán vì khách hàng ít chấp nhận.

Với dây chuyền Colombia và nhà máy của Phúc Sinh, cà phê Arabica Sơn La ngon hơn, chất lượng hơn và đặc biệt là giá cao hơn Arabica chế biến theo cách cũ. Điều này vô cùng khó, bao nhiêu năm khách hàng đã mua với tập quán như trước, dễ gì chúng tôi được chấp nhận. Có thời gian chúng tôi bị cô lập, chẳng những các thương lái hay các nhà sản xuất lâu năm mà người mua cũng không ủng hộ. Họ cô lập vì chúng tôi đã phá vỡ truyền thống giá rẻ.

Năm đầu tiên có 3 tháng sản xuất không nhiều. Năm thứ 2 bắt đầu sản xuất chính thì mua quả chín rất khó vì nông dân ở đây đã quen với việc hái tuốt, nghĩa là cả quả xanh lẫn chín. Chính quyền cũng hỗ trợ và chúng tôi liên tục đến các hộ nông dân trồng cà phê giải thích về lợi ích của hái quả chín.

Chúng tôi trả giá mua quả chín cao hơn hẳn thì người ta mới chấp nhận. Bởi thực ra, nếu không mua được quả chín thì không có lý do gì xây dựng nhà máy Cà phê Phúc Sinh Sơn La.

Mua quả chín đồng nghĩa với việc giá thành bị đẩy lên cao, mang đi bán thì khách hàng không mua. Gần như đến 80% số khách hàng được chào giá không quan tâm đến sản phẩm, khiến chúng tôi phải kiên trì tìm những tệp khách hàng xa xôi và thuyết phục họ ủng hộ. Trong ý nghĩ của nhiều khách hàng lúc đó, cà phê Arabica Việt Nam là giá rẻ, muốn bán giá cao hơn rất khó.

Hàng sản xuất ra không bán được làm chúng tôi khá mệt mỏi, đau đầu. Nhiều người bên ngoài còn nói, sao xây nhà máy lớn như vậy? Sao đầu tư không nghiên cứu kỹ? Từ Sài Gòn ra làm một nhà máy lớn ở tỉnh miền núi Tây Bắc đâu có dễ dàng, tập tục con người rồi bao nhiêu vấn đề làm chúng tôi thực sự vật lộn.

Đôi khi tôi cảm thấy áy náy, không ít đồng nghiệp bày tỏ hối tiếc vì họ đã bỏ việc, tham gia vào Nhà máy Phúc Sinh Sơn La...

Tuy nhiên, cá nhân tôi nhìn thấy nhiều cơ hội. Năm thứ nhất khó khăn nhưng chúng tôi cũng đã giới thiệu Blue Son La Arabica ra thị trường nội địa và trên thế giới. Làm thương hiệu có dễ đâu, nhưng chính là Công ty "mẹ" Phúc Sinh Corp vẫn hỗ trợ Phúc Sinh Sơn La. Chúng tôi cũng bắt đầu học hỏi sản xuất cà phê đặc sản Specialty Coffee - dòng sản phẩm thị trường thế giới rất quan tâm và đang là xu hướng.





Nông dân phấn khởi khi cà phê được mùa.



Ông Phan Minh Thông, Chủ tịch Phúc Sinh Group giới thiệu cà phê K Coffee Arabica Blue Sơn La.

Không gian SPECIALTY COFFEE Sơn La giữa lòng Sài Gòn.



Chúng tôi có một đối tác tin cậy, là Tổng Giám đốc Vũ Việt Thắng của Cà phê Phúc Sinh Sơn La - chính là cậu bạn của tôi đã từ bỏ công việc 22 năm ở ngân hàng và đi làm nông nghiệp. Nhờ Thắng kiên trì, dần có tình yêu với cà phê mà chúng tôi có cà phê đặc sản, tuy nhiên đấy là câu chuyện về sau này.

Qua 1 năm chúng tôi đầu tư nhà máy và giới thiệu cà phê Arabica Sơn La tới nhiều tỉnh thành của Việt Nam và thế giới, đã có nhiều công ty đến Sơn La mua cà phê, giá cả và thương hiệu cà phê Arabica Sơn La được biết tới hơn rất nhiều, đặc biệt người nông dân đã bán được giá cao hơn.

Nhưng sang năm thứ hai, rồi năm thứ ba và đến năm thứ tư mọi thứ vẫn như vậy, công việc tiến triển chậm. Một lần nữa, gần như chúng tôi bị cô lập, bỏ rơi và chúng tôi chỉ còn cách miệt mài tiếp cận người mua xa xôi. Phải nói là nếu không có một công ty Phúc Sinh Corp mạnh hỗ trợ thì Phúc Sinh Sơn La khó tồn tại đến ngày hôm nay.

Hàng cà phê đặc sản cũng chưa ổn định, có mẻ rất ngon nhưng có mẻ chưa vừa ý, cứ phải kiên nhẫn và kiên nhẫn hơn. Cũng có lúc chúng tôi gặp khách mua nhưng không phải khách hàng thường xuyên, họ chỉ mua thay thế khi thiếu hụt nguồn cung nơi khác hay giá nơi họ mua tự nhiên tăng đột biến. Nhiều khi vụ cũ còn chưa bán hết đã phải sản xuất vụ mới. Khó khăn mình chỉ biết giữ trong lòng, ai hỏi cũng chỉ dám nói là mọi thứ ổn, không quá tốt và có những lúc chúng tôi cũng tự hỏi lại, mình đầu tư có đúng không?

Nhưng thực ra chúng tôi có nhiều lựa chọn đâu, chỉ còn cách cố gắng tiếp cận tiến lên và tìm cách sống sót trong thời kỳ cạnh tranh dữ dội. Những người mua cũ có mối lái của họ, bảo họ cô lập và không muốn mình phát triển cũng phải, vì ít ai ủng hộ sự phát triển và sáng tạo mạnh mẽ của Phúc Sinh. Và bởi sự phát triển của Phúc Sinh cũng ảnh hưởng đến "miếng bánh" thị phần cà phê của họ.

Trong vô vàn chật vật, chúng tôi học hỏi kinh nghiệm từ chính những cái chưa tốt của mình để cải tiến quy trình sản xuất tốt hơn, chất lượng Arabica Sơn La tốt hơn và cùng lúc đó chúng tôi chế biến cà phê đặc sản (Specialty coffee).

Những quả cà phê dùng để sản xuất cà phê đặc sản phải được tuyển chọn nghiêm ngặt, đảm bảo phải chín đỏ. Nếu chế biến cà phê thông thường mất 3 ngày thì Specialty coffee mất 20 ngày từ khi lên men, phơi nắng cho ra chất Honey hay Natural. Đại đa số mọi người thường ít kiên nhẫn và làm 1 - 2 mẻ, nếu không được đánh giá đúng dễ dàng từ bỏ, bởi tâm lý ai cũng muốn phải được công nhận ngay.

Làm cà phê là tình yêu và sự cống hiến. Mọi công đoạn trong sản xuất đều phải chăm chút nên đó là cả quá trình học hỏi tiến bộ, nhiều khi muốn cũng không nhanh được. Mỗi mùa vụ cà phê chỉ có 4

tháng sản xuất, mà nhà đầu tư phải học hỏi từ kinh nghiệm cũng như chỉnh sửa cái chưa tốt của mình.

Cần mẫn như thế, đến năm thứ 6, chúng tôi đã sản xuất Arabica tốt hơn và các mẻ hàng cà phê đặc sản thì tuyệt vời. Đây cũng là năm mà chúng tôi đã trả không biết bao nhiêu tiền đi khắp nơi giới thiệu Blue Sơn La Arabica của Phúc Sinh. Đáng nói, trong năm thứ 6 này xảy ra khủng hoảng mạnh nhất trong lịch sử ngành cà phê thế giới 50 năm qua. Các nguồn cung xáo trộn, lại thêm các chính sách về chống phá rừng mạnh mẽ sau đại dịch Covid,...

Năm nay chúng tôi có cơ hội giới thiệu với nhiều tên tuổi lớn trong ngành, rất mừng là, họ thích sử dụng cà phê Arabica Blue Sơn La của Phúc Sinh. Sự miệt mài kiên trì cũng có kết quả, chẳng những hàng vụ mới được yêu thích mà vụ cũ chúng tôi cũng bán được giá cao, xây dựng được uy tín với các khách hàng lớn.

Mới đây nhất, chúng tôi mang sản phẩm cà phê đặc sản SPECIALTY COFFEE Arabica tới hội chợ SPECIALTY Chicago (Mỹ) và thật đặc biệt, hàng Natural Specialty của Phúc Sinh được chào đón nồng nhiệt. Nhiều người nói đây là cà phê họ uống ngon nhất trong ngày và mua rất nhiệt tình. Chúng tôi bán cà phê Natural và Honey Specialty với giá 14USD/túi 250gr và đã bán hết sạch. Trà Cascara cũng vậy, khách quốc tế khen ngon vì hương nguyên chất mùi cam và vị ngọt của trái Cherry. Vì Cascara người khác chỉ phơi nắng, còn Phúc Sinh thì sấy lạnh bằng máy.

Lần đầu tiên đi hội chợ Specialty mà chúng tôi không còn gì để bán. Thậm chí khách hàng còn tin yêu đặt mua từ vài chục, vài trăm kilogam tới cả tấn. Vì vậy, chúng tôi tin mình có thể sản xuất cà phê đặc sản Specialty quy mô lớn hơn những năm sau. Sau nhiều gập ghềnh vất vả, giờ đây cà phê Arabica Sơn La được biết đến khắp cả nước, người dân Việt Nam được uống cà phê Arabica Sơn La thơm ngon, và đặc biệt cà phê Sơn La có sự tự tin về chất lượng so với cà phê trên khắp cả nước.

Với Nhà máy Arabica Phúc Sinh Sơn La, chất lượng và giá cà phê đã được thị trường thế giới chấp nhận. Và đặc biệt, khi làm cà phê đặc sản, chúng tôi gửi gắm rất nhiều tâm huyết, tình yêu vào đó, và chúng tôi hạnh phúc khi cảm thấy đang góp phần mang lại giá trị lâu bền cho vùng đất Sơn La... ★

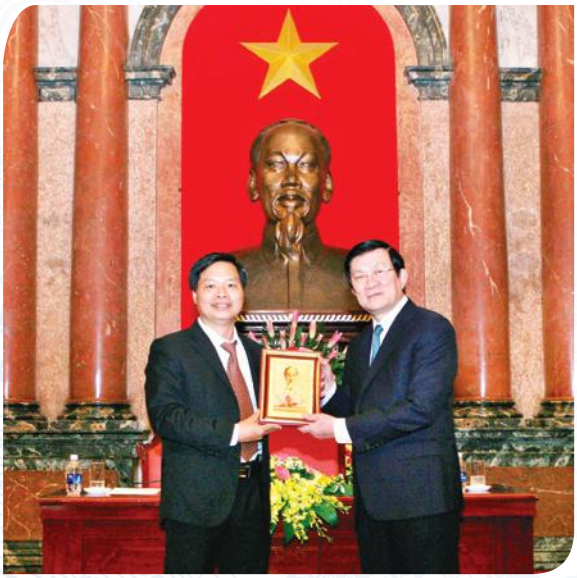


TIẾN SĨ NGUYỄN VĂN NĂM



BCC
Biotech for Better life

HÀNH TRÌNH 4 THẬP KỶ PHỤNG SỰ KHOA HỌC VÀ CỘNG ĐỒNG



Chủ tịch nước Trương Tấn Sang trao kỷ niệm chương cho TS.Nguyễn Văn Năm vì những đóng góp đổi mới sáng tạo trong khoa học công nghệ năm 2014.

Gần bốn thập kỷ miệt mài gắn bó với phòng thí nghiệm, với từng công trình nghiên cứu và những chuyến đi thực địa khắp mọi miền đất nước, TS. Nguyễn Văn Năm - Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Công nghệ Hóa sinh Việt Nam (BCC) đã khẳng định bản lĩnh của một nhà khoa học phụng sự con người, một doanh nhân tiên phong gắn tri thức với trách nhiệm xã hội.

Từ một nghiên cứu viên say mê tại Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam đến người sáng lập và lãnh đạo một doanh nghiệp công nghệ sinh học hàng đầu Việt Nam, hành trình của ông là minh chứng sống động cho triết lý giản dị mà sâu sắc: "Khoa học chỉ thật sự có giá trị khi phục vụ con người."

Từ phòng thí nghiệm đến doanh nghiệp công nghệ sinh học tiên phong

Tốt nghiệp Cử nhân Sinh học tại Trường Đại học Tổng hợp Hà Nội, năm 1986, Nguyễn Văn Năm bắt đầu sự nghiệp nghiên cứu tại Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam. Hơn mười năm gắn bó với công tác nghiên cứu, ông luôn trăn trở về cách đưa tri thức khoa học ra khỏi phòng thí nghiệm để trở thành giải pháp hữu ích cho đời sống. Chính khát vọng đó đã thôi thúc ông thành lập Trung tâm Các sản phẩm Hóa sinh (Bio-Chemical Center) vào năm 1997, tiền thân của Công ty Cổ phần Công nghệ Hóa sinh Việt Nam ngày nay.

Đến năm 2005, ông quyết định rời Viện Hàn lâm để đảm nhiệm cương vị Tổng Giám đốc BCC, mở ra hướng đi mới cho công nghệ sinh học Việt Nam: chuyển hóa kết quả nghiên cứu thành giải pháp phục vụ cộng đồng. Từ các chế phẩm hóa - sinh xử lý ô nhiễm nước, rác thải hữu cơ đến công nghệ vi sinh ứng dụng trong nuôi trồng thủy sản, Tiến sĩ Nguyễn Văn Năm đã đặt nền móng cho xu thế phát triển "xanh" của ngành Thủy sản Việt Nam với tầm nhìn tiên phong: "Công nghệ vi sinh là chìa khóa cho một ngành nuôi trồng thủy sản bền vững."

Giai đoạn này, ông thành lập Trung tâm Nghiên cứu Ứng dụng Công nghệ Sinh học (CRAIBE), trở thành cầu nối giữa nghiên cứu và ứng dụng trong các lĩnh vực môi trường, nông nghiệp, thủy sản và y dược. Đến năm 2015, ông và Công ty ra mắt bộ sản phẩm phụ gia thức ăn chăn nuôi, định hướng góp phần đưa ngành chăn nuôi Việt Nam phát triển theo định hướng hiệu quả - bền vững - an toàn.

Bước sang năm 2018, TS. Nguyễn Văn Năm tiếp tục mở rộng sứ mệnh của BCC, từ "bảo vệ môi trường, chăm sóc sức khoẻ vật nuôi" sang sứ mệnh "bảo vệ sức khỏe con người", đồng thời ra mắt BCC Pharma, thương hiệu dược phẩm và thực phẩm bảo vệ sức khỏe, mở ra giai đoạn phát triển chiến lược - kết hợp giữa y học hiện đại và công nghệ sinh học ứng dụng.

Hệ sinh thái công nghệ sinh học toàn diện

Sau hơn hai thập kỷ phát triển, dưới sự lãnh đạo của TS. Nguyễn Văn Năm, Công ty Cổ phần Công nghệ Hóa sinh Việt Nam đã không ngừng nâng cao năng lực nghiên cứu, sản xuất và hình thành hệ sinh thái công nghệ sinh học toàn diện với 4 thương hiệu chủ lực: BCC Pharma, BCC Health, BCC Aqua và BCC Nutrition.



Tiến sĩ Nguyễn Văn Năm cùng cán bộ, nhân viên Phòng Vi sinh BCC.

BCC Pharma - Nghiên cứu, cung ứng dược phẩm và thực phẩm bảo vệ sức khỏe: Năm 2018, BCC trở thành doanh nghiệp đầu tiên tại Việt Nam làm chủ công nghệ sản xuất Beta Glucan tinh khiết. Các sản phẩm của BCC được giới chuyên gia, bác sĩ và viện trưởng đánh giá cao về hiệu quả trong hỗ trợ sức khỏe và kéo dài tuổi thọ người bệnh.

BCC Health - cung ứng nguyên liệu dược phẩm, thực phẩm bảo vệ sức khoẻ hàng đầu Việt Nam: Là đơn vị tiên phong làm chủ công nghệ tách chiết Beta Glucan tinh khiết và bào tử lợi khuẩn mật độ cao, BCC sở hữu Bằng độc quyền giải pháp hữu ích, cùng nhà máy đạt chuẩn GMP và ISO. Doanh nghiệp trở thành đối tác tin cậy của nhiều công ty dược, mỹ phẩm, thực phẩm trong và ngoài nước.

BCC Aqua - giải pháp công nghệ sinh học trong nuôi trồng thủy sản: BCC là đơn vị tiên phong tổ chức thực hiện hàng trăm cuộc hội thảo trên khắp cả nước, từ địa đầu Móng Cái đến đất mũi Cà Mau, để đào tạo và hướng dẫn cho hàng ngàn cán bộ kỹ thuật và người nuôi ứng dụng các sản phẩm chế phẩm sinh học trong nuôi trồng thủy sản, hướng đến quy trình nuôi sạch và "phát triển bền vững - an toàn sinh học - hiệu quả kinh tế cao".

BCC Nutrition - giải pháp công nghệ sinh học trong chăn nuôi: BCC từng bước nghiên cứu sản xuất và ứng dụng các nguyên liệu bổ sung trong dinh dưỡng vật nuôi. Năm 2017, BCC bắt đầu cung cấp nguyên liệu phụ gia thức ăn chăn nuôi từ công nghệ sinh học với các sản phẩm nổi bật là: probiotics, prebiotics, Enzyme, thảo dược, Beta glucan. "Chúng tôi hướng tới loại bỏ hoàn toàn kháng sinh trong thức ăn chăn nuôi sau năm 2025, đón đầu xu thế "thực phẩm sạch từ chăn nuôi sạch".

Đến nay, BBC đã làm chủ nhiều công nghệ lõi độc quyền. Trong đó, nổi bật là:

- Công nghệ chiết tách Beta Glucan tinh khiết trên quy mô công nghiệp (năm 2018), được cấp Bằng độc quyền giải pháp hữu ích nhờ ứng dụng enzyme sinh học tiên tiến, giúp hoạt chất đạt độ tinh khiết 80% và bảo toàn cấu trúc liên kết β-(1,3/1,6)-D-glucan - yếu tố then chốt quyết định sinh khả dụng tăng cường miễn dịch. Đặc biệt, hiệu quả trong việc hỗ trợ trị liệu ung thư và tăng cường sức đề kháng.

- Công nghệ bào tử lợi khuẩn mật độ cao, giúp lợi khuẩn tồn tại bền vững trong môi trường khắc nghiệt (chịu nhiệt lên đến 90°C, bền với acid dạ dày, thời gian bảo quản lâu dài), tạo ưu thế vượt trội cho sản phẩm men vi sinh bào tử lợi khuẩn của BCC.

- Công nghệ Nano Curcumin với kích thước siêu nhỏ so với thị trường (kích thước hạt curcumin dưới 1 nanomet), nâng cao sinh khả dụng, mở ra hướng kết hợp giữa y học cổ truyền và y học hiện đại.

Với những thành tựu nổi bật, Công ty Cổ phần Công nghệ Hóa sinh Việt Nam đã khẳng định vị thế tiên phong trong lĩnh vực công nghệ sinh học nước nhà. Hệ sinh thái BCC không chỉ góp phần nâng tầm giá trị các sản phẩm "Made in Vietnam", mà còn thể hiện khát vọng của ông và đội ngũ lãnh đạo trong hành trình kiến tạo nền công nghiệp sinh học xanh, bền vững - nơi trí tuệ Việt vươn mình ra thế giới.





Vinh danh một cuộc đời phụng sự khoa học và cộng đồng

Không chỉ là một nhà khoa học giàu tâm huyết, Tiến sĩ Nguyễn Văn Năm còn là một doanh nhân trách nhiệm, luôn đặt giá trị con người ở vị trí trung tâm trong mọi hoạt động nghiên cứu và sáng tạo. Ông tâm niệm: "Sản phẩm khoa học chân chính phải góp phần nâng cao sức khỏe và chất lượng cuộc sống con người."

Suốt hơn 20 năm cống hiến, ông đã chủ trì và tham gia hàng loạt đề tài nghiên cứu ứng dụng công nghệ sinh học trong các lĩnh vực then chốt của đời sống, từ dầu khí, nông nghiệp, môi trường, thủy sản, thú y, thảo dược đến y học ứng dụng. Ngoài ra, ông còn là diễn giả của hàng trăm hội thảo khoa học trên khắp mọi miền đất nước, góp phần lan tỏa tri thức và khơi dậy tinh thần đổi mới sáng tạo trong cộng đồng khoa học Việt Nam. Hiện nay, ông đóng vai trò là Ủy viên thường vụ Hội Giáo dục chăm sóc sức khỏe cộng đồng Việt Nam; Ủy viên Ban Chấp hành Hội Miễn dịch trị liệu ung thư Việt Nam.

Những nỗ lực của TS Nguyễn Văn Năm được ghi nhận bằng nhiều phần thưởng cao quý: Cúp vàng Vì sự tiến bộ xã hội và phát triển bền vững; Cúp Doanh nhân văn hóa; Cúp vàng Nông nghiệp; Cúp Vàng TECHMART VIET NAM ASEAN+3; Giải thưởng Vì sự nghiệp Bảo vệ thiên nhiên môi trường; Giải thưởng Vàng Doanh nghiệp xuất sắc trong sự nghiệp bảo vệ tài nguyên và môi trường; Giải thưởng Bạch Thái Bưởi; Doanh nghiệp Việt Nam Đổi mới sáng tạo năm 2014; Bằng công nhận Vì môi trường xanh quốc gia năm 2014; Bảng vàng vinh danh Trí thức tiêu biểu vì sự nghiệp phát triển thủ đô - 2014; Cúp vàng chất lượng thượng đỉnh quốc tế tại Hoa Kỳ năm 2013; Bằng độc quyền sở hữu giải pháp hữu ích năm 2021; Doanh nghiệp Khoa học Công nghệ năm 2023…

Năm 2024 đánh dấu bước ngoặt quan trọng khi ông được Trường Đại học Quốc tế Hoa Kỳ (IAU) sắc phong hàm Viện sĩ Y học thay thế và Giáo sư danh dự ngành sinh học. Cũng trong năm này, ông được trao Giải thưởng Lê Hữu Trác, một trong những giải thưởng cao quý tôn vinh sự đóng góp của ông cho ngành Y học Việt Nam.

Những danh hiệu và giải thưởng danh giá ấy không chỉ tôn vinh một đời người tận hiến cho khoa học, mà còn khẳng định tầm vóc trí tuệ Việt Nam trên trường quốc tế. Với tâm huyết và khát vọng không ngừng phụng sự cộng đồng, Tiến sĩ Nguyễn Văn Năm tiếp tục cùng BCC viết nên hành trình mới - hành trình của khoa học vì con người, công nghệ vì cuộc sống xanh và tương lai bền vững của dân tộc. ★

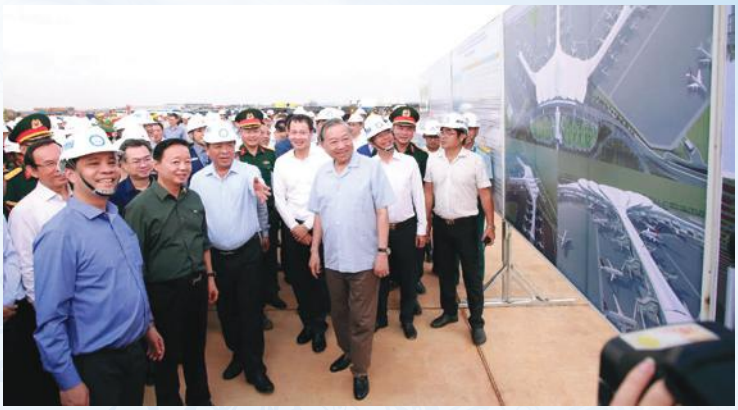
PHỤC HƯNG HOLDINGS

KIẾN TẠO CHUẨN MỰC MỚI
TRONG NGÀNH XÂY DỰNG VIỆT NAM

Được ghi danh trong Top 10 nhà thầu xây dựng hàng đầu Việt Nam và liên tục nhận nhiều giải thưởng quốc tế và trong nước về chất lượng, kiến trúc và thiết kế, Phục Hưng Holdings không chỉ khẳng định năng lực thi công vượt trội, mà còn là doanh nghiệp tiên phong trong phát triển bền vững (ESG) và chuyển đổi số thông qua việc ứng dụng BIM, ERP trong vận hành. Tầm nhìn của doanh nghiệp là trở thành nhà thầu hàng đầu Việt Nam theo hướng xây dựng xanh, đổi mới sáng tạo và đồng hành với tiến trình phát triển hạ tầng quốc gia trong kỷ nguyên mới.



Phục Hưng Holdings là nhà thầu trong liên doanh Vietur đảm nhận thi công gói thầu 5.10 – Nhà ga hành khách sân bay Long Thành.



Tổng Bí thư Tô Lâm kiểm tra tiến độ Dự án sân bay Long Thành.

Khẳng định vị thế tại các dự án trọng điểm quốc gia

Thành lập ngày 04/07/2001, Công ty Cổ phần Xây dựng Phục Hưng Holdings (mã chứng khoán PHC) trải qua hơn hai thập kỷ trưởng thành và phát triển bền vững. Từ một nhóm hơn chục thành viên tâm huyết ngày đầu mới thành lập, đến nay Công ty nay sở hữu đội ngũ hơn 400 cán bộ, kỹ sư giỏi chuyên môn, dày dạn kinh nghiệm và giàu tinh thần cống hiến.

Với mục tiêu xuyên suốt "Vì chất lượng sống mới" và phương châm "Làm nhà cho bạn như làm nhà cho chính mình", Phục Hưng Holdings đặt chất lượng, uy tín và sự tận tâm lên hàng đầu trong mọi công trình. Chính triết lý bền bỉ ấy đã tạo dựng vị thế của Phục Hưng Holdings trong ngành xây dựng, vươn lên thành tổng thầu uy tín hàng đầu Việt Nam. Công ty hoàn thành hơn 400 công trình có quy mô và tính chất đa dạng, trải rộng trên khắp các vùng miền. Bằng sự tận tâm, bản lĩnh và tinh thần trách nhiệm của những con người Phục Hưng, hàng vạn tổ ấm được hình thành; những khu đô thị văn minh cùng các công trình công nghiệp hiện đại được định hình góp phần thay đổi diện mạo đô thị mới.

Phục Hưng Holdings được đông đảo khách hàng và đối tác biết đến qua hàng loạt dự án lớn. Vị thế đó thể hiện rõ nét khi Công ty tham gia liên danh Vietur thực hiện Gói thầu 5.10 - Nhà ga hành khách Sân bay Long Thành, một trong những gói thầu có độ phức tạp cao nhất cả nước. Giá trị thi công ước tính khoảng 1.500 tỷ đồng, đòi hỏi năng lực tổ chức thi công tầm cỡ quốc tế. Bên cạnh đó, Công ty còn thi công và bàn giao Trung tâm Kiểm soát không lưu Thành phố Hồ Chí Minh với tiến độ vượt kế hoạch, đáp ứng yêu cầu kỹ thuật nghiêm ngặt của ngành Hàng không. Hai dự án trọng điểm quốc gia này khẳng định uy tín thương hiệu và năng lực thi công của doanh nghiệp được vinh danh trong Top 10 Nhà thầu Xây dựng hàng đầu Việt Nam.

Trong lĩnh vực xây lắp công nghiệp, Phục Hưng Holdings khẳng định năng lực thông qua việc áp dụng các công nghệ thi công hiện đại như công nghệ cốp pha trượt cho những hạng mục yêu cầu kỹ thuật cao: silô, ống khói, trụ cáp treo. Doanh nghiệp đã hợp tác với nhiều tổng công ty lớn trong và ngoài nước để hoàn thiện hơn 20 nhà máy quy mô lớn, bao gồm: Nhà máy Xi măng Tam Điệp (Ninh Bình), Xi măng Bỉm Sơn (Thanh Hóa), Xi măng Chinfon (Hải Phòng), Xi măng Bút Sơn (Ninh Bình). Công ty cũng đảm nhận vai trò tổng thầu cơ điện (MEP) cho nhiều dự án đáng chú ý như Khu trung tầng Thủy Tiên Ecopark, Khu đô thị Ciputra - IA20, Chung cư Pandora và Tòa nhà Golden Land (thành phố Hà Nội).



Nhà máy Xi măng Bỉm Sơn, Thanh Hóa.



Khu nhà ở trung tâm Nghi Kim, phường Vinh Hưng, tỉnh Nghệ An do Phục Hưng Holdings và Trường Sơn Group làm chủ đầu tư.

Hệ sinh thái đa ngành - Dấu ấn chất lượng quốc tế

Bên cạnh thế mạnh xây lắp, Phục Hưng Holdings từng bước mở rộng sang đầu tư bất động sản và năng lượng, hình thành hệ sinh thái đa ngành bền vững. Trong lĩnh vực bất động sản, nhiều dự án do Công ty đầu tư và thi công đã trở thành biểu tượng mới của chất lượng sống đô thị. Tiêu biểu là chung cư cao cấp Florence (Mỹ Đình, Hà Nội), nơi Phục Hưng vừa là Nhà đầu tư vừa là Tổng thầu, được VCCI vinh danh "Dự án đáng sống năm 2020". Các dự án khác như: The Light (Hà Nội), biệt thự Đồi Ngọc Tước, Khu nhà ở Hoàn Cầu (Bà Rịa - Vũng Tàu - nay là Thành phố Hồ Chí Minh) cũng đã được bàn giao và đưa vào sử dụng.

Hiện, Phục Hưng Holdings đang là tổng thầu thi công nhiều dự án đô thị tại Hà Nội, Nghệ An, Thái Nguyên… Song song với hoạt động xây dựng, Công ty còn là nhà đầu tư của các dự án năng lượng tái tạo như Thủy điện Đắk Sor 2 (Đắk Nông - nay là Lâm Đồng) và Thủy điện Nậm Núa 2 (Điện Biên), đầu tư các dự án bất động sản tại Đồng Nai, Thái Bình (nay là Hưng Yên), Nghệ An như Khu nhà ở Trung tâm Nghi Kim (phường Vinh Hưng, tỉnh Nghệ An), đầu tư dự án khu công nghiệp Đình Lập (Lạng Sơn) và các dự án khác.



Ông Lã Đức Thọ (thứ 2 từ phải sang), Phó Tổng giám đốc đại diện Công ty nhận danh hiệu "Nhà thầu Xây dựng chất lượng, uy tín hàng đầu Việt Nam năm 2025".

Chất lượng thi công và sự tận tâm đã mang đến cho Phục Hưng Holdings nhiều giải thưởng quốc tế danh giá. Dự án The Zen Residence Gamuda Gardens (Hà Nội) được vinh danh "Khu đô thị tốt nhất Hà Nội", "Khu căn hộ tầm trung tốt nhất Hà Nội" và "Dự án có thiết kế phổ quát xuất sắc". Dự án Flamingo Ibiza Party Resort (Thanh Hóa) nhận hai giải thưởng quốc tế năm 2022 tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương: "Kiến trúc cảnh quan xuất sắc nhất" và "Kiến trúc khu phức hợp xuất sắc nhất". Bên cạnh đó, Imperia Smart City giành hai danh hiệu "Dự án phức hợp tốt nhất Việt Nam" và "Dự án phát triển nhà ở bền vững nhất Việt Nam", trong khi Mỹ Đình Pearl được ghi nhận trong Top 10 chung cư cao cấp tốt nhất Việt Nam năm 2021.



Lễ gắn biển công trình Trung tâm Kiểm soát không lưu Hồ Chí Minh do Phục Hưng Holdings và các thành viên Liên danh AP thực hiện.



Lễ động thổ thi công gói thầu Thi công cọc, móng, kết cấu hầm đi bộ và hạ tầng kỹ thuật thuộc Dự án Khu đô thị mới, phố đi bộ trung tâm phường Phan Đình Phùng, tỉnh Thái Nguyên.

> Uy tín được xây dựng từ chất lượng. Chất lượng được tạo nên từ tinh thần dấn thân và trách nhiệm trong từng chi tiết.



Lễ cất nóc Khách sạn Shilla thuộc dự án Khu phức hợp B3CC1 Starlake Hà Nội.



Tổng Giám đốc Đặng Trọng Đức đại diện Phục Hưng Holdings nhận giải thưởng Doanh nghiệp chuyển đổi số xuất sắc năm 2025.



Đại diện Phục Hưng Holdings - Phó Tổng Giám đốc Lã Đức Thọ nhận cúp và chứng nhận giải thưởng Top 10 doanh nghiệp ESG Việt Nam Xanh 2025 trong các ngành – ESG 10.

Tiên phong chuyển đổi số - Kiên định phát triển bền vững (ESG)

Trong quá trình phát triển, Phục Hưng Holdings luôn đầu tư cho chiến lược dài hạn lấy con người và công nghệ làm trung tâm. Doanh nghiệp là một trong những đơn vị tiên phong ứng dụng BIM, ERP và các giải pháp số trong toàn bộ vòng đời dự án. Cùng với đó là việc sử dụng vật liệu xanh, mở rộng đầu tư năng lượng tái tạo, góp phần giảm phát thải carbon và nâng cao hiệu quả thi công - phù hợp với xu hướng xây dựng bền vững và mục tiêu phát triển năng lượng sạch của Việt Nam.

Yếu tố con người luôn được Công ty đặt ở vị trí trung tâm. Văn hóa doanh nghiệp của Phục Hưng Holdings được xây dựng theo tinh thần "Nơi kết tinh trí tuệ, nơi chia sẻ yêu thương". Công ty nhiều năm liền nằm trong Top 10 nơi làm việc tốt nhất ngành xây dựng và Top 10 Nhà thầu xây dựng uy tín. Riêng giai đoạn 2024 - 2025, có hơn 800 lượt cán bộ, kỹ sư tham gia các khóa đào tạo chuyên sâu về quản lý dự án bằng BIM, ứng dụng ERP, tiêu chuẩn công trình xanh theo LEED - EDGE và ứng dụng AI trong quản trị dự án.

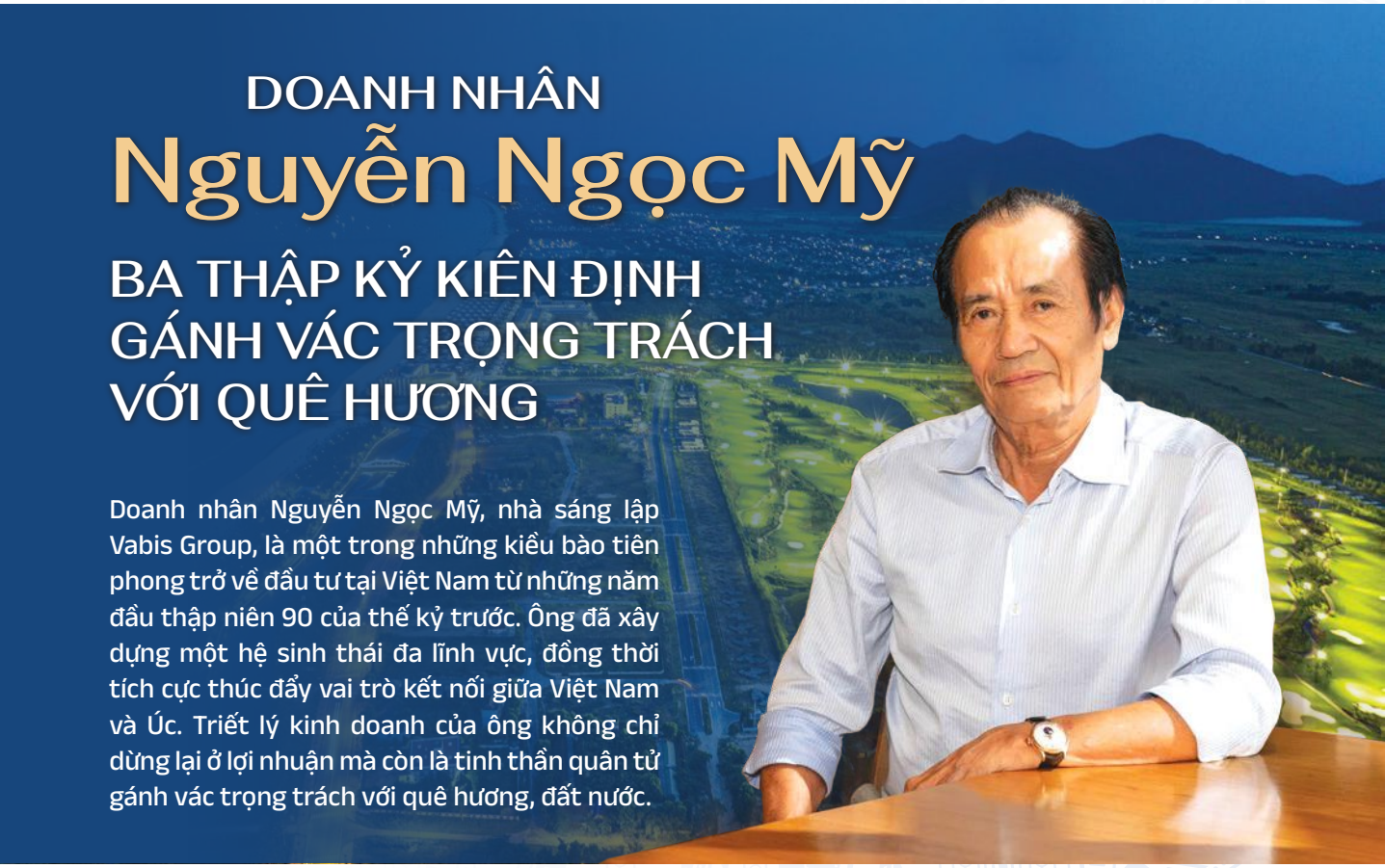
Giai đoạn 2024 - 2025 cũng đánh dấu những cột mốc quan trọng. Phục Hưng Holdings được vinh danh là Nhà thầu xây dựng chất lượng - uy tín hàng đầu Việt Nam 2025, Top 10 Doanh nghiệp ESG Việt Nam Xanh ngành Xây dựng, doanh nghiệp chuyển đổi số xuất sắc 2025. Những danh hiệu này khẳng định chiến lược phát triển bền vững, quản trị minh bạch, môi trường làm việc chuyên nghiệp và năng lực đổi mới công nghệ của doanh nghiệp - phù hợp với tinh thần Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04/5/2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân trở thành một động lực quan trọng nhất của nền kinh tế quốc gia.

Bước vào chặng đường mới, Phục Hưng Holdings định hướng phát triển các dự án hạ tầng xanh thông minh, mở rộng đầu tư bất động sản tích hợp, tăng cường hợp tác quốc tế và đẩy mạnh chuyển đổi số. Tầm nhìn của Công ty là trở thành Nhà thầu tiên phong trong xây dựng bền vững, đổi mới sáng tạo và đồng hành cùng sự phát triển hạ tầng quốc gia. Với nền tảng vững chắc về con người, công nghệ và triết lý kinh doanh bền vững, Phục Hưng Holdings đang từng bước khẳng định vai trò tiên phong "Vì chất lượng sống mới", góp phần tạo nên diện mạo mới cho hạ tầng và đô thị Việt Nam trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc. ★



DOANH NHÂN Nguyễn Ngọc Mỹ

BA THẬP KỶ KIÊN ĐỊNH GÁNH VÁC TRỌNG TRÁCH VỚI QUÊ HƯƠNG



Doanh nhân Nguyễn Ngọc Mỹ, nhà sáng lập Vabis Group, là một trong những kiều bào tiên phong trở về đầu tư tại Việt Nam từ những năm đầu thập niên 90 của thế kỷ trước. Ông đã xây dựng một hệ sinh thái đa lĩnh vực, đồng thời tích cực thúc đẩy vai trò kết nối giữa Việt Nam và Úc. Triết lý kinh doanh của ông không chỉ dừng lại ở lợi nhuận mà còn là tinh thần quân tử gánh vác trọng trách với quê hương, đất nước.

Nhân dịp xuất bản ấn phẩm "Việt Nam - Kỷ nguyên vươn mình", Ban biên tập có cuộc trò chuyện với doanh nhân Nguyễn Ngọc Mỹ, lắng nghe những chia sẻ của ông về triết lý gánh vác trách nhiệm, hành trình trở về quê hương, khởi nghiệp đầy gian khó và khát vọng cống hiến cho đất nước trong giai đoạn phát triển mới.

Thưa ông, điều gì đã thôi thúc ông thành lập Vabis Group và dẫn dắt doanh nghiệp đi xa như hôm nay, đặc biệt trong bối cảnh đất nước đang trong giai đoạn đổi mới đầy thử thách?

Những năm 1990, Việt Nam vẫn đang trong giai đoạn đầu của đổi mới. Nhiều thứ còn thiếu, còn khó; công nghệ, nguồn lực, cơ chế đều chưa hoàn thiện. Nếu nhà đầu tư, những kiều bào trở về quê hương mà không có sự kiên trì, chia sẻ với quốc gia, thì rất khó trụ vững để thành công và tạo được dấu ấn. Bản thân tôi xác định: tôi trở về không chỉ để kinh doanh, mà để thực hiện bổn phận của một người con xa xứ.

Năm 1993, tôi thành lập Công ty TNHH Dịch vụ Công nghệ Xây dựng Việt Nam Australia - tiền thân của Vabis Group. Công ty hoạt động đa lĩnh vực: từ thi công hoàn thiện công trình, đào tạo nghề đến thể thao giải trí… Chúng tôi từng bước mở rộng hệ sinh thái. Song song đó, tôi tham gia các hội đoàn kiều bào, thúc đẩy diễn đàn xúc tiến đầu tư, kết nối doanh nghiệp Việt - Úc.

Sự kiên trì và tinh thần gánh vác trọng trách đó có được là nhờ ông nội tôi - người đã giáo dưỡng tôi từ nhỏ. Sự quân tử, cương trực và yêu nước của ông luôn soi sáng đường tôi đi. Tôi tin rằng cốt lõi của doanh nhân không phải là may mắn, mà là năng lực, sự tôi rèn và ý thức được trách nhiệm của mình đối với cộng sự, cộng đồng và Tổ quốc.

Trong những ngày đầu hoạt động, khó khăn lớn nhất ông gặp là gì, và ông đã vượt qua những khó khăn đó bằng cách nào? Vabis Group được biết đến với vai trò tiên phong trong các dự án hợp tác quốc tế. Dự án nào ông tự hào nhất và chiến lược quốc tế hóa của Vabis là gì?



Bộ trưởng Bộ Kế hoạch và Đầu tư (nay là Ủy viên Trung ương Đảng, Phó Thủ tướng Chính phủ) Nguyễn Chí Dũng và doanh nhân Nguyễn Ngọc Mỹ tại Tọa đàm "Kết nối doanh nghiệp Việt Nam - Úc" tại Bắc Úc, ngày 19/10/2024.



Ủy viên Trung ương Đảng, Bộ trưởng, Chủ nhiệm Ủy ban Dân tộc Hầu A Lềnh và doanh nhân Nguyễn Ngọc Mỹ - Chủ tịch Tập đoàn Vabis cùng đoàn đại biểu Việt Nam thăm và làm việc tại Bắc Úc, ngày 12 - 19/10/2022.

Thời điểm đó, doanh nghiệp nói chung và kiều bào nói riêng phải đối mặt với nhiều rào cản như: thủ tục hành chính phức tạp, chính sách thuế - tài chính chưa hoàn thiện, giao dịch tài chính quốc tế bị hạn chế, đồng thời việc tiếp cận thông tin và kết nối với các cơ quan trong nước cũng gặp nhiều khó khăn. Nhưng may mắn là cùng với thời gian, dưới sự lãnh đạo của Đảng và Nhà nước, đã có nhiều chính sách, nghị quyết kịp thời, đúng đắn giúp chúng tôi nhanh chóng đi vào ổn định, yên tâm đầu tư, góp phần xây dựng phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Các nghị quyết chiến lược như: Nghị quyết số 36-NQ/TW, ngày 22/10/2018 của Ban Chấp hành Trung ương về công tác người Việt Nam ở nước ngoài, Nghị quyết số 66-NQ/TW, ngày 30/4/2025 về đổi mới công tác xây dựng và thi hành pháp luật đáp ứng yêu cầu phát triển đất nước trong kỷ nguyên mới, hay Nghị quyết số 68-NQ/TW, ngày 04/5/2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân… đã tạo hành lang pháp lý quan trọng, tạo động lực cho doanh nghiệp kiều bào phát huy nguồn lực cho đất nước.

Cá nhân tôi và Vabis Group đã vượt qua những khó khăn đó bằng chiến lược lãnh đạo với tầm nhìn dài, rộng để đưa ra các mục tiêu và hướng đi phù hợp. Bên cạnh đó, tôi cùng ban lãnh đạo của Tập đoàn cũng nỗ lực để truyền cảm hứng, xây dựng một môi trường làm việc sáng tạo, đưa ra các thách thức và cơ hội phát triển, giúp tất cả nhân viên đều thấy được vai trò của mình và đồng lòng trong sự phát triển chung của doanh nghiệp.

Từ khi trở về nước, tất cả hoạt động của Vabis đều có yếu tố hợp tác quốc tế, tận dụng mối quan hệ với chuyên gia để chuyển giao kinh nghiệm tốt nhất về Việt Nam. Có hai dự án mang tính đột phá mà tôi tự hào nhất:

Thứ nhất là đào tạo nghề (Vocational Training) theo tiêu chuẩn Úc. Năm 2000, tôi thành lập Trường Cao đẳng Quốc tế Vabis Hồng Lam, liên kết với các trường của Úc để đào tạo hàng nghìn công nhân kỹ thuật cao. Khi nhìn thấy thợ Việt Nam làm chủ công nghệ tại các công trình như Landmark hay Sheraton Hà Nội, tôi vô cùng hạnh phúc. Đó là "xuất khẩu lao động tại chỗ". Còn bây giờ, chúng tôi đào tạo để "xuất khẩu lao động tay nghề cao" ra thế giới.

Thứ hai là đặt nền móng cho ngành kinh doanh đặt cược hiện đại.

Từ Trường đua chó Vũng Tàu đến Trường đua ngựa Phú Thọ, rồi Dự án Thiên Mã - Mađagui ở Lâm Đồng, hành trình kéo dài hơn 20 năm, vô cùng gian nan. Nhưng tôi tự hào rằng chúng tôi đã góp phần mở đường cho một ngành công nghiệp giải trí tỷ đô, giúp Việt Nam giữ lại nguồn ngoại tệ đáng kể.

Về chiến lược quốc tế hóa, chúng tôi tập trung thâm nhập thị trường có tiềm năng, điều chỉnh sản phẩm phù hợp với địa phương và xây dựng chuỗi cung ứng hiệu quả. Bên cạnh đó cần hiểu rõ văn hóa, luật pháp, đối thủ cạnh tranh địa phương và sẵn sàng thích ứng với sự thay đổi. Đây là những kinh nghiệm xương máu tôi đã rút ra được từ quá trình thành lập và phát triển Công ty Nguyen's Brother tại Úc từ năm 1981.



Chủ tịch UBND tỉnh Lâm Đồng Hồ Văn Mười cùng đoàn công tác kiểm tra tiến độ Dự án Trường đua ngựa, đua chó Thiên Mã - Madagui, tháng 09/2025.



Quyền Bí thư Tỉnh ủy Lâm Đồng Nguyễn Thái Học (nay là Phó Bí thư Đảng ủy Mặt trận Tổ quốc, các đoàn thể Trung ương) cùng doanh nhân Nguyễn Ngọc Mỹ kiểm tra tiến độ thực hiện dự án Trường đua ngựa Thiên Mã - Madagui.

Trong bối cảnh kinh tế thế giới biến động, Vabis sẽ đổi mới thế nào để giữ đà phát triển bền vững? Ông nhìn nhận vai trò của doanh nghiệp không chỉ về lợi nhuận mà còn về trách nhiệm xã hội ra sao?

Theo tôi, để doanh nghiệp phát triển bền vững, cần kết hợp hài hòa ba trụ cột kinh tế - xã hội - môi trường. Điều này phải được thể chế hóa thành chiến lược doanh nghiệp, áp dụng quản trị hiện đại và thực hiện trách nhiệm xã hội (CSR). Đó là đầu tư công nghệ sản xuất và phát triển thân thiện môi trường, đảm bảo điều kiện làm việc công bằng, hiệu quả và tăng cường hợp tác với các đối tác có cùng mục tiêu bền vững. Vabis đặc biệt chú ý phát triển nguồn nhân lực, nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng các yêu cầu thực tiễn, thực hiện thành công những mục tiêu chuyển đổi kép chúng tôi đặt ra.

Về trách nhiệm xã hôi, tôi cho rằng doanh nhân - doanh nghiệp là lực lượng nòng cốt giúp quốc gia phát triển. Bên cạnh mục tiêu lợi nhuận, thông qua các hoạt động kinh doanh, lực lượng này còn có trách nhiệm đóng góp cho xã hội bằng nhiều hình thức khác nhau. Đây chính là cam kết của các doanh nhân - doanh nghiệp hoạt động minh bạch, có đạo đức, bền vững, có trách nhiệm với xã hội, cộng đồng. Bên cạnh đó, việc thực hiện tốt trách nhiệm xã hội sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao uy tín, thu hút nhân tài, khách hàng và nhà đầu tư, đồng thời tạo lợi thế cạnh tranh.

Công ty Cổ phần Đua ngựa Thiên Mã - Madagui tổ chức Giải Cưới ngựa phong trào vượt địa hình lần đầu tiên tại Việt Nam, ngày 16/8/2025.



Vabis đang triển khai những chương trình cộng đồng nào đáng chú ý, thưa ông?

Hoạt động đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao vừa là hoạt động kinh doanh, vừa là một chương trình hướng tới cộng đồng của Vabis. Hoạt động này bao gồm nhiều hình thức như đào tạo nguồn nhân lực, nghiên cứu và chuyển giao công nghệ, tài trợ học bổng, cung cấp cơ hội thực tập và việc làm cho sinh viên cả trong nước và quốc tế. Việc hợp tác giữa ba nhà gồm Nhà nước - Nhà trường - Nhà doanh nghiệp là sự liên kết cùng có lợi, giúp nhà trường xây dựng chương trình đào tạo sát thực tế, nâng cao chất lượng đào tạo; doanh nghiệp có nguồn nhân lực chất lượng cao, dễ dàng tăng tốc phát triển; Nhà nước có thêm sự thuận lợi về nguồn nhân lực cho các chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, đặc biệt ở các ngành mũi nhọn.

Chương trình hướng tới cộng đồng thứ hai chúng tôi đang tiến hành là chương trình hỗ trợ bà con nông dân tại Madagui. Hiện nay, Madagui là một trong những vùng chuyên canh sầu riêng lớn của tỉnh Lâm Đồng, cùng với Di Linh, Bảo Lâm và Đam Rông. Tuy nhiên, tình trạng "được mùa mất giá" từ nhiều năm qua đã không thể giúp bà con an tâm ổn định canh tác sầu riêng. Xuất phát từ thực tế này, Vabis Group thông qua thành viên là Công ty Cổ phần Đua ngựa Thiên Mã - Madagui đã chủ động đề xuất việc sớm thành lập Hội Chăn nuôi ngựa nhằm thúc đẩy mô hình nuôi ngựa dưới tán sầu riêng. Trên cơ sở hợp tác giữa

Nhà nước và doanh nghiệp thông qua cầu nối của Hội, chúng tôi kỳ vọng mô hình này sẽ tạo thêm được nhiều công việc, giúp nâng cao thu nhập cho bà con, nhất là đồng bào dân tộc ở nơi đây. Ngoài ra, Công ty Cổ phần Đua ngựa Thiên Mã - Madagui đã làm việc với rất nhiều đối tác trong và ngoài nước hướng tới mục tiêu hợp tác đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao về chăn nuôi thú y cho Lâm Đồng và Việt Nam.

Với vai trò Chủ tịch Hội đồng Doanh nghiệp Việt Nam tại Bắc Úc (NTVBC), ông đã có sáng kiến gì để thúc đẩy hợp tác Việt - Úc?

Chúng tôi đã xây dựng "Chiến lược giao thương và hợp tác đầu tư Việt Nam - Bắc Úc, với tầm nhìn đưa cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam tại đây trở thành lực lượng dẫn đầu hội nhập. NTVBC hỗ trợ doanh nghiệp thông qua việc cung cấp thông tin thể chế, chính sách pháp luật và hỗ trợ tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu.

Một dự án tiêu biểu là nhập khẩu đàn bò Bắc Úc. Đây không chỉ là hoạt động thương mại, mà là chuyển giao công nghệ chăn nuôi. Úc có tiêu chuẩn thú y và giết mổ rất khắt khe, trong khi đó Việt Nam vẫn sử dụng phương thức giết mổ thủ công. Việc đem hơn 40.000 con bò sống từ Úc về Việt Nam giai đoạn 2013 - 2015 kèm theo chuyên gia hỗ trợ kỹ thuật đã góp phần cải thiện tư duy quản lý chăn nuôi, hướng tới chuẩn quốc tế. Tôi coi đó là đóng góp thiết thực cho ngành Nông nghiệp Việt Nam.

Ông muốn gửi gắm điều gì đến thế hệ doanh nhân trẻ và kỳ vọng gì vào vai trò của cộng đồng doanh nghiệp trong khát vọng Việt Nam hùng cường?

Đội ngũ doanh nhân trẻ hiện nay được xem là lực lượng kế thừa cho thế hệ doanh nhân như chúng tôi. Như bất cứ thế hệ doanh nhân nào, họ cần liên tục trau dồi và trang bị cho mình các phẩm chất như: đam mê, sáng tạo, kiên trì, có tầm nhìn chiến lược, tư duy cởi mở, kỹ năng lãnh đạo, kỹ năng giải quyết vấn đề, dám chấp nhận rủi ro, khả năng thích ứng nhanh, sự tự tin và khả năng giao tiếp tốt… để dẫn dắt doanh nghiệp phát triển trong môi trường cạnh tranh rất khốc liệt như hiện nay. Ngoài ra, doanh nhân trẻ cần tuyệt đối tuân thủ các nguyên tắc về đạo đức trong kinh doanh, hướng tới phục sự cộng đồng để doanh nghiệp có thể phát triển bền vững.



GS.TSKH. Nguyễn Mại - Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp đầu tư nước ngoài trao quyết định bổ nhiệm Trưởng Văn phòng đại diện tại Thành phố Hồ Chí Minh cho doanh nhân Nguyễn Ngọc Mỹ (Phó Chủ tịch VAFIE), ngày 16/4/2022.



Ông Nguyễn Ngọc Mỹ - Chủ tịch HĐQT Vabis Group phát biểu tại Hội thảo góp ý sửa đổi, bổ sung Nghị định số 06/2017/NĐ-CP ngày 24/01/2017 của Chính phủ về kinh doanh đặt cược đua ngựa, đua chó và bóng đá quốc tế, tháng 11/2024.

Cá nhân tôi xem việc tham gia kết nối đầu tư Việt Nam - Úc là thực hiện bổn phận, thể hiện lòng tri ân tới quê hương. Với kinh nghiệm hơn 40 năm sinh sống và làm việc ở Úc nếu không tham gia và trở thành mắt xích kết nối đầu tư giữa hai nước thì tôi cũng cho rằng chưa làm tròn bổn phận người con đất Việt.

Trong giai đoạn phát triển mới, Đảng và Nhà nước tiếp tục khẳng định vai trò tiên phong của kinh tế tư nhân. Cộng đồng doanh nghiệp kiều bào và doanh nghiệp Việt Nam nói chung cũng như Vabis Group nói riêng sẽ đóng vai trò then chốt trong việc hiện thực hóa khát vọng Việt Nam, hội nhập quốc tế thông qua việc tạo ra giá trị kinh tế, đổi mới sáng tạo và gánh vác trách nhiệm xã hội. Bằng việc không ngừng vươn lên và khẳng định mình trên thị trường trong nước cũng như quốc tế, các doanh nghiệp Việt Nam chúng tôi đang từng ngày cố gắng, nỗ lực không ngừng để nâng cao năng lực cạnh tranh, góp phần tạo công ăn việc làm cho người dân, thúc đẩy tăng trưởng, xây dựng thương hiệu quốc gia, đóng góp vào sự phát triển bền vững của đất nước.

Xin cảm ơn ông về những chia sẻ! ★

Meey Group

KHẲNG ĐỊNH VỊ THẾ DOANH NGHIỆP CÔNG NGHỆ SỐ HÀNG ĐẦU VIỆT NAM



Trong bối cảnh chuyển đổi số đang trở thành động lực quan trọng của nền kinh tế, Công ty Cổ phần Tập đoàn Meey Land (Meey Group), vươn lên như một điểm sáng tiêu biểu về khát vọng đổi mới và tinh thần tiên phong trong hành trình số hóa thị trường bất động sản Việt Nam. Với tư duy dám nghĩ, dám làm và cam kết kiến tạo giá trị bền vững, Meey Land không chỉ phát triển các sản phẩm công nghệ hiện đại mà còn xây dựng một hệ sinh thái PropTech toàn diện. Tại đây, công nghệ trở thành động lực dẫn dắt, mở lối cho một thị trường bất động sản minh bạch hơn, hiệu quả hơn và chuyên nghiệp hơn.

Ngay từ những ngày đầu thành lập năm 2019, Meey Groupđặt mục tiêu xây dựng một hệ sinh thái số toàn diện, bao phủ toàn bộ vòng đời giao dịch bất động sản, từ tiếp cận thông tin, định giá, tư vấn, môi giới, quản lý cho đến pháp lý, tài chính và dữ liệu. Đến nay, hệ sinh thái đó được định hình rõ nét, với nhiều sản phẩm công nghệ tiên phong được đánh giá cao về tính ứng dụng, độ tin cậy và mức độ đổi mới. Những nền tảng tiêu biểu như Meey Map, Meey 3D, Meey CRM, Meey Atlas… trở thành dấu ấn quan trọng, góp phần chuẩn hóa quy trình, nâng cao tính minh bạch và thúc đẩy hiệu quả cho thị trường bất động sản.

Meey Map được xem là một trong những bước tiến đột phá của doanh nghiệp khi trở thành nền tảng bản đồ tra cứu thông tin quy hoạch và định giá đất đai đầu tiên tại Việt Nam. Với khả năng tích hợp nguồn dữ liệu từ các cơ quan quản lý nhà nước và hệ thống phân tích thông tin trực quan, Meey Map giúp người dùng tra cứu nhanh chóng các dữ liệu pháp lý, quy hoạch, giá trị bất động sản theo vị trí. Đây là công cụ góp phần đưa dữ liệu bất động sản lại gần hơn với công chúng, hỗ trợ quá trình ra quyết định của nhà đầu tư trở nên chính xác và hiệu quả hơn.

Trong khi đó, **Meey 3D** mở ra hướng tiếp cận mới cho việc quan sát, trải nghiệm bất động sản nhờ công nghệ 3D Mapping, AI và XR. Người dùng có thể khám phá không gian bất động sản trong môi trường thực tế ảo sinh động, giúp gia tăng trải nghiệm, giảm thời gian khảo sát thực địa và nâng cao chất lượng tư vấn đầu tư. Nền tảng này không chỉ hỗ trợ hoạt động môi giới mà còn được xem là công cụ hữu ích cho công tác quy hoạch đô thị theo hướng hiện đại hóa.

Với đội ngũ môi giới, lực lượng quan trọng của thị trường, Meey Group phát triển **Meey CRM**,



Đội ngũ Meey Group trước Quảng trường Thời đại (Mỹ), tháng 10/2025.



Đoàn lãnh đạo Meey Group tại Hội nghị Thượng đỉnh Kinh doanh & Đầu tư ASEAN (ABIS) 2025 tại Kuala Lumpur, Malaysia.

hệ thống quản lý khách hàng chuyên biệt cho doanh nghiệp và nhà môi giới bất động sản. Sản phẩm tích hợp các tính năng quản lý nguồn hàng, khách hàng, giao dịch, đồng thời hỗ trợ tự động hóa bán hàng và chăm sóc khách hàng. Nhờ đó, Meey CRM góp phần nâng cao năng suất làm việc, chuyên nghiệp hóa hoạt động môi giới và chuẩn hóa quy trình kinh doanh.

Đặc biệt, nền tảng **Meey Atlas**, bản đồ số toàn diện dành cho người Việt, được phát triển theo hướng thống nhất dữ liệu không gian và tối ưu trải nghiệm tìm kiếm. Với khả năng tích hợp thông tin về thời tiết, môi trường, du lịch, bất động sản cùng nhiều dịch vụ tiện ích khác, Meey Atlas mở rộng phạm vi ứng dụng, hướng tới trở thành hạ tầng dữ liệu không gian phục vụ cho người dân và doanh nghiệp.

Trong quá trình phát triển, Meey Group luôn chú trọng chuẩn hóa quản trị và nâng cao năng lực vận hành theo các tiêu chuẩn quốc tế. Doanh nghiệp đã đạt nhiều chứng nhận uy tín, như ISO 9001:2015 về quản lý chất lượng và ISO/IEC 27001:2022 về an ninh thông tin. Đây là những minh chứng rõ ràng cho sự cam kết của Công ty trong việc bảo mật dữ liệu người dùng và xây dựng hệ thống quản trị hiện đại, phù hợp với xu hướng toàn cầu hóa.

Với tinh thần "*Born in Vietnam - Build for the World*", Meey Group đang từng bước mở rộng phạm vi hoạt động và tầm ảnh hưởng ra thị trường quốc tế. Mục tiêu IPO trên thị trường quốc tế được xác định là cột mốc quan trọng trong chiến lược phát triển dài hạn, đánh dấu bước chuyển mình mạnh mẽ của doanh nghiệp công nghệ Việt Nam trên bản đồ thế giới. Trên hành trình này, Meey Group đã thiết lập những mối quan hệ hợp tác chiến lược với các định chế tài chính và tổ chức quốc tế hàng đầu. Tháng 07/2025, doanh nghiệp ký kết hợp tác với ARC Group, tập đoàn tư vấn tài chính toàn cầu, mở ra cơ hội tiếp cận các



Đội ngũ Meey Group tại Gala trao giải "Tôn vinh doanh nghiệp đón đầu tương lai" (APEA 2025).

chuẩn mực quản trị tiên tiến. Song song đó, Meey Group cũng hợp tác với TUV NORD (Đức) nhằm triển khai lộ trình ESG toàn diện, hướng tới đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe về môi trường, xã hội và quản trị theo thông lệ quốc tế. Tại Singapore - trung tâm tài chính công nghệ hàng đầu khu vực, Công ty chủ động làm việc với nhiều tổ chức lớn như Google, BNY, Mellon… nhằm giới thiệu hệ sinh thái PropTech của mình; đồng thời, định hình các hướng hợp tác mới trong đổi mới, sáng tạo và chuyển giao công nghệ xuyên biên giới.

Ông Hoàng Mai Chung, Nhà sáng lập, Chủ tịch HĐQT Công ty khẳng định: "IPO quốc tế là dịp để Meey Group giới thiệu mình với cộng đồng nhà đầu tư quốc tế, khẳng định năng lực công nghệ Việt Nam và cam kết phát triển bền vững. Chúng tôi hướng tới việc nâng cấp chuẩn mực quản trị, vận hành minh bạch và chuyên nghiệp hóa toàn bộ hệ thống theo tiêu chuẩn toàn cầu".

Với đội ngũ nhân lực trẻ trung, sáng tạo, cùng chiến lược phát triển bền vững dựa trên công nghệ và dữ liệu, Meey Group đang góp phần quan trọng vào tiến trình chuyển đổi số của ngành bất động sản Việt Nam. Doanh nghiệp không chỉ hướng đến khẳng định năng lực công nghệ Việt trên trường quốc tế mà còn đóng góp tích cực vào xây dựng nền kinh tế số quốc gia - một trong những trụ cột quan trọng của đất nước trong kỷ nguyên mới. ★



DOANH NHÂN HOÀNG MAI CHUNG
BẢN LĨNH DOANH NHÂN KIẾN TẠO HỆ SINH THÁI PROPTECH VIỆT NAM

Khi công nghệ đang trở thành "hạ tầng mới" định hình mọi lĩnh vực, thị trường bất động sản Việt Nam cũng đứng trước cơ hội bứt phá chưa từng có. Ở tâm điểm của dòng chảy đổi mới ấy, doanh nhân Hoàng Mai Chung, Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Tập đoàn Meey Land (Meey Group), là một trong những người tiên phong đặt nền móng cho ngành PropTech Việt Nam. Với tầm nhìn toàn cầu, tư duy chiến lược sắc bén và khát vọng đưa trí tuệ Việt vươn tầm quốc tế, ông đã dẫn dắt Meey Group hình thành hệ sinh thái công nghệ bất động sản toàn diện, góp phần định hình chuẩn vận hành minh bạch, hiệu quả và hiện đại hóa thị trường trong kỷ nguyên số.



Ông Hoàng Mai Chung - Nhà sáng lập, Chủ tịch HĐQT Meey Group nhận giải thưởng Doanh nhân xuất sắc châu Á tại APEA 2025.

Khát vọng tái định hình thị trường bất động sản Việt Nam

Với xuất phát điểm là một người hoạt động trong lĩnh vực môi giới bất động sản, doanh nhân Hoàng Mai Chung sớm nhận ra những "nút thắt" kéo dài khiến thị trường kém minh bạch, vận hành thủ công và phụ thuộc nhiều vào kinh nghiệm cảm tính. Các dữ liệu phân mảnh, thông tin sai lệch hay các rủi ro giao dịch không được kiểm soát… đã tạo nên rào cản lớn cho sự phát triển của ngành.

Hơn 15 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực công nghệ thông tin, gần 10 năm gắn bó với bất động sản cùng nền tảng học thuật ngành Toán - Tin ứng dụng, ông lựa chọn một hướng đi táo bạo nhưng đầy tính chiến lược: số hóa toàn diện thị trường bất động sản Việt Nam. Tháng 08/2019, Meey Group được thành lập với vốn điều lệ 30 tỷ đồng, đặt dấu mốc cho một doanh nghiệp PropTech mang khát vọng kiến tạo thị trường hiện đại dựa trên công nghệ, dữ liệu và tri thức Việt.

Ngay từ những ngày đầu, ông đã định hình tư duy "Làm công nghệ Việt cho người Việt và thế giới". Từ triết lý phát triển "*Born in Vietnam - Build for the World*", hệ sinh thái Meey Group được xây dựng xoay quanh ba trụ cột: chuẩn hóa hạ tầng dữ liệu



Doanh nhân Hoàng Mai Chung - Chủ tịch HĐQT Meey Group nhận Giải thưởng Sao Đỏ - Top 100 doanh nhân trẻ Việt Nam tiêu biểu năm 2025.



Doanh nhân Hoàng Mai Chung - Chủ tịch HĐQT Meey Group nhận Giải thưởng Asean Award 2025.

bất động sản; ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong định giá và phân tích thị trường; thiết lập hệ thống quản trị doanh nghiệp theo tiêu chuẩn quốc tế. Đây là nền tảng quan trọng để Meey Group theo đuổi chiến lược tăng trưởng nhanh nhưng bền vững, không đánh đổi giá trị cốt lõi.

Trong vai trò người dẫn dắt, ông Hoàng Mai Chung luôn nhấn mạnh vai trò của chuyển đổi số như động lực căn bản để bất động sản Việt Nam phát triển và hội nhập quốc tế. "Chuyển đổi số không chỉ là xu hướng, mà là con đường tất yếu để bất động sản Việt Nam phát triển bền vững và hội nhập quốc tế", ông nói.

Với triết lý ấy, ông thúc đẩy Meey Group phát triển các nền tảng số hóa toàn diện: từ dữ liệu bất động sản, công cụ định giá, giải pháp quản lý giao dịch đến hệ thống hỗ trợ quản trị tài sản thông minh. Những giải pháp này không chỉ giúp nâng cao hiệu quả vận hành của doanh nghiệp và môi giới, mà còn góp phần hình thành thị trường minh bạch và an toàn hơn cho người dân, nhà đầu tư và cơ quan quản lý.

Khẳng định bản lĩnh doanh nhân Việt trên sân chơi toàn cầu

Không dừng lại ở mục tiêu thống lĩnh thị trường trong nước, doanh nhân Hoàng Mai Chung còn mang trong mình khát vọng đưa PropTech Việt Nam vươn ra thế giới. Dưới sự dẫn dắt của ông, Meey Group đang triển khai kế hoạch niêm yết trên sàn chứng khoán Mỹ, "sân chơi" danh giá của những tập đoàn công nghệ hàng đầu thế giới.

Việc hướng đến các sân chơi quốc tế là bước đi mang tính chiến lược, thể hiện tầm nhìn dài hạn và khẳng định năng lực của doanh nghiệp công nghệ tư nhân Việt Nam trong bối cảnh hội nhập



Lãnh đạo Meey Group gặp gỡ đại diện Tập đoàn Bất động sản Emaar Properties, Dubai, UAE, ngày 24/09/2025.

sâu rộng. Nếu thành công, đây sẽ là minh chứng rõ ràng cho khả năng cạnh tranh của trí tuệ Việt trên thị trường quốc tế, đồng thời mở ra cơ hội thu hút mạnh mẽ nguồn vốn đầu tư toàn cầu. Doanh nhân Hoàng Mai Chung khẳng định: "Tham gia các sân chơi quốc tế là bước tiến quan trọng giúp Meey Group gia tăng nhận diện trên thị trường và thu hút nguồn vốn đầu tư trong nước và quốc tế. Đồng thời đây là cam kết dài hạn của chúng tôi với nhà đầu tư và đất nước". Tuyên bố này cũng là lời cam kết mạnh mẽ cho tầm nhìn phát triển minh bạch, chuyên nghiệp và bền vững của Meey Group.

Hành trình của doanh nhân Hoàng Mai Chung là minh chứng cho sức mạnh của tri thức, khát vọng đổi mới và tinh thần tiên phong của doanh nhân Việt Nam trong kỷ nguyên số. Với tầm nhìn chiến lược và ý chí bền bỉ, ông đã và đang đưa Meey Group tiến gần hơn tới khát vọng lớn: đưa công nghệ PropTech Việt vươn tầm quốc tế. Không chỉ kiến tạo một hệ sinh thái công nghệ bất động sản toàn diện, ông còn góp phần truyền cảm hứng cho thế hệ doanh nhân Việt trên con đường chinh phục những chuẩn mực toàn cầu. ★

NGUYỄN LÝ KIỀU ANH

NỮ DOANH NHÂN TRẺ DẪN DẮT MEEY GROUP TRÊN HÀNH TRÌNH VƯƠN TẦM QUỐC TẾ



Là gương mặt tiêu biểu của thế hệ lãnh đạo trẻ, bà Nguyễn Lý Kiều Anh đang trở thành biểu tượng đổi mới trong hành trình đưa Meey Group vươn tầm quốc tế. Từ tháng 10/2025, bà được bổ nhiệm làm Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Tập đoàn Meey Land (Meey Group), đánh dấu bước chuyển quan trọng trong chiến lược trẻ hóa đội ngũ lãnh đạo và nâng tầm quản trị của Công ty. Trước đó, ở cương vị Giám đốc Chiến lược, bà đã góp phần định hình những nền tảng cốt lõi cho lộ trình phát triển dài hạn của Meey Group.

Nguyễn Lý Kiều Anh tốt nghiệp Thạc sĩ Kỹ sư Công nghiệp tại Trường Université de Technologie de Troyes (Pháp), đồng thời sở hữu bằng Thạc sĩ kép về Logistics và Quản trị cùng nhiều chứng chỉ điều hành quốc tế. Trước khi gia nhập Meey Group, bà từng giữ các vị trí quản lý cấp cao trong lĩnh vực quản trị chuỗi cung ứng và phát triển đối tác chiến lược toàn cầu, tham gia điều hành các dự án hợp tác với nhiều thương hiệu lớn như Lacoste, Zara, The North Face, Adidas. Hành trang học thuật vững vàng kết hợp với kinh nghiệm thực tiễn đã giúp bà có tư duy quản trị hiện đại, hệ thống và hướng tới chuẩn quốc tế.



Chủ tịch HĐQT Meey Group Hoàng Mai Chung và Tổng Giám đốc Nguyễn Lý Kiều Anh tại ASEAN Awards 2025, Singapore, ngày 16/08/2025.

Ở vai trò Tổng Giám đốc, bà Nguyễn Lý Kiều Anh chú trọng xây dựng mô hình quản trị theo chuẩn quốc tế, hướng đến minh bạch, hiệu quả và bền vững, đồng thời dẫn dắt doanh nghiệp trong quá trình chuyển đổi số nội bộ. Dưới sự điều hành của bà, Meey Group đẩy mạnh chuẩn hóa quy trình quản lý, đạt các chứng nhận ISO quốc tế và triển khai hàng loạt nền tảng công nghệ trọng điểm như Meey Map, Meey Atlas, và Meey CRM - những sản phẩm cốt lõi giúp Meey Group khẳng định vị thế tiên phong trong lĩnh vực PropTech.

Hiện, Meey Group đang đẩy mạnh chuẩn hóa quản trị, tăng cường tính minh bạch, củng cố nền tảng tài chính và thu hút các nguồn vốn quốc tế nhằm phục vụ mục tiêu IPO. Đồng thời, bà định hướng xây dựng đội ngũ nhân lực trẻ đặc biệt là thế hệ 9X và Gen Z trở thành lực lượng tiên phong trong hành trình chuyển đổi số, góp phần đưa Meey Group tiến gần hơn tới vị thế doanh nghiệp công nghệ dẫn đầu. ★

Trong hơn ba thập kỷ đổi mới, ngành dệt may - da giày Việt Nam đã vươn lên mạnh mẽ, trở thành một trong những trụ cột xuất khẩu quan trọng của nền kinh tế. Thành công ấy đến từ nền tảng gia công quy mô lớn, sự cần cù và tay nghề của hàng triệu lao động, cùng sự tham gia sâu vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Tuy nhiên, khi thế giới chuyển dịch sang mô hình giá trị gia tăng dựa trên sáng tạo, thiết kế và thương hiệu, câu hỏi đặt ra cho Việt Nam không chỉ là sản xuất tốt đến đâu, mà là liệu chúng ta có thể bước vào sân chơi của những thương hiệu cao cấp hay không.



DOANH NHÂN NGUYỄN TRỌNG PHI

HÀNH TRÌNH KIẾN TẠO THƯƠNG HIỆU THỜI TRANG VIỆT TRONG KỶ NGUYÊN VƯƠN MÌNH

Gần hai mươi năm trước, doanh nhân Nguyễn Trọng Phi, người sáng lập thương hiệu Giovanni đã chọn đối diện câu hỏi ấy bằng chính doanh nghiệp của mình. Không đi theo lối mòn OEM/ODM, ông kiên trì xây dựng một thương hiệu Việt tự chủ toàn diện, từ ý tưởng thiết kế, nguyên phụ liệu đến sản xuất, bán lẻ và dịch vụ hậu mãi. Giovanni được hình thành không phải để đối lập với mô hình gia công vốn đóng góp lớn cho đất nước, mà để bổ sung một tầng giá trị mới: sự xuất hiện của thương hiệu Việt ở phân khúc trung và cao cấp, vận hành theo chuẩn quốc tế, song mang bản sắc và trí tuệ Việt.

Trong bối cảnh Việt Nam bước vào kỷ nguyên vươn mình, hành trình của doanh nhân Nguyễn Trọng Phi mang đến một góc nhìn sâu sắc về khát vọng nâng tầm thương hiệu Việt.







Thưa ông, vì sao Việt Nam từ một đất nước mạnh về gia công, hoàn toàn có thể sở hữu những thương hiệu cao cấp mang tầm khu vực và thế giới?



Nếu nhìn lại hơn ba thập kỷ đổi mới, có thể thấy Việt Nam đã phát triển mạnh mẽ vượt bậc dù đối mặt với nhiều khó khăn như: thiếu vốn, thiếu công nghệ, thiếu thị trường và thiếu kinh nghiệm. Nhưng chính trong điều kiện ấy, chúng ta đã đi lên một cách bền bỉ và thông minh. Việc tham gia hàng loạt FTA với cam kết sâu và tiêu chuẩn cao, đã mở ra nhiều cơ hội cho Việt Nam: dòng vốn FDI chất lượng hơn, chuỗi sản xuất - xuất khẩu rộng mở hơn, và khả năng tiếp cận các thị trường hàng đầu thế giới với ưu đãi thuế quan rõ rệt. Đó là nền tảng quan trọng giúp Việt Nam tích lũy kinh nghiệm, tiêu chuẩn và quy mô cho bước chuyển tiếp từ sản xuất sang xây dựng thương hiệu.

Tôi cho rằng, Việt Nam hiện sở hữu ba lợi thế đặc biệt. Thứ nhất, tay nghề và sự khéo léo của người Việt là lợi thế cạnh tranh tự nhiên. Ở những ngành đòi hỏi tính thủ công tinh xảo như thời trang, đây là nền tảng quan trọng. Thứ hai, người Việt đã bước sang giai đoạn sáng tạo nhanh, không chỉ học nhanh. Chúng ta đang chứng kiến một thế hệ trẻ tự tin, am hiểu công nghệ, có khả năng tiếp cận xu hướng toàn cầu và biến chúng thành ngôn ngữ thiết kế riêng. Thứ ba, Việt Nam sở hữu kho tàng văn hóa - mỹ thuật - di sản phong phú. Đó là chất liệu vô tận để tạo nên những thương hiệu có câu chuyện, có bản sắc, có chiều sâu cảm xúc. Đây là điều mà thế giới luôn tìm kiếm.

Khi ba yếu tố này được kết nối bằng một chiến lược bài bản và tầm nhìn dài hạn, Việt Nam xứng đáng sở hữu những thương hiệu cao cấp mang tầm vóc quốc tế.



Trong khi nhiều doanh nghiệp vẫn chọn mô hình OEM/ODM, Giovanni lại đi con đường khó nhất: làm chủ toàn bộ chuỗi giá trị và xây dựng thương hiệu. Điều gì khiến ông kiên định suốt gần hai thập kỷ?

Quá trình sản xuất, gia công của ngành Dệt may - da giày Việt Nam là một hành trình quý giá, giúp chúng ta tiếp cận đơn hàng lớn, tiêu chuẩn cao và phương thức quản trị của các thương hiệu toàn cầu. Tuy nhiên, nếu chỉ dừng ở vai trò gia công, chúng ta khó đi xa trong chuỗi giá trị, bởi khách hàng trực tiếp của doanh nghiệp không phải gười tiêu dùng mà là các thương hiệu quốc tế.

Khi làm thương hiệu, doanh nghiệp buộc phải đối thoại trực tiếp với người mua cuối cùng. Ta phải hiểu họ nghĩ gì, muốn gì, thay đổi ra sao. Đó là thử thách lớn nhưng là cách duy nhất để doanh nghiệp phát triển và tạo giá trị bền vững.

Từ ngày đầu thành lập Giovanni, tôi đã đặt ra câu hỏi: "Nếu không làm thương hiệu, mười hay hai mươi năm nữa Việt Nam sẽ đứng ở đâu trong bản đồ thời trang thế giới?" Và tôi hiểu rằng, chỉ khi làm chủ được thiết kế, nguyên phụ liệu, công nghệ, phân phối và dịch vụ hậu mãi, doanh nghiệp mới có quyền tự quyết con đường, sứ mệnh của mình.

Con đường ấy tốn kém, nhiều thử thách và đòi hỏi một bản lĩnh kiên trì bền bỉ phi thường. Nhưng đổi lại là giá trị lớn nhất: quyền được định vị, được ghi danh và được tạo dấu ấn của chính mình.

Giovanni không xem mình là bước đi lớn cho ngành, nhưng là bước đi cần thiết. Tôi tin Việt Nam cần chuyển từ "gia công tốt" sang "sáng tạo tốt", từ làm theo sang làm chủ, từ sản xuất sang kiến tạo thương hiệu. Nếu Giovanni góp được một phần nhỏ trong quá trình ấy, chúng tôi tự hào.

Giovanni nhìn nhận vai trò của chuỗi giá trị nội địa (nguyên liệu, công nghệ, nhân lực, thiết kế) ra sao trong tương lai cạnh tranh toàn cầu?



Tôi cho rằng chuỗi giá trị nội địa là một nền tảng quan trọng để Việt Nam nâng tầm vị thế trong cạnh tranh toàn cầu. Nhưng tôi không nhìn nó theo tinh thần "đóng khung" hay "tự làm tất cả". Trong thời đại hội nhập sâu rộng, mỗi quốc gia đều cần hợp tác với chuỗi cung ứng quốc tế để có được những nguyên phụ liệu, công nghệ và tiêu chuẩn tốt nhất.

Điều quan trọng hơn là: Việt Nam phải gia tăng hàm lượng trí tuệ chất xám và giá trị sáng tạo của mình trong mỗi sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam.

Khi giá trị cao nhất không còn nằm ở "số lượng sản phẩm làm ra, hay kim ngạch xuất khẩu", mà nằm ở tri thức, thiết kế, thương hiệu, trải nghiệm và hàm lượng trí tuệ chất xám của người Việt trong các sản phẩm Việt, chúng ta sẽ thật sự đi từ "gia công" sang "kiến tạo".

Tôi luôn mong những tập đoàn sản xuất nguyên phụ liệu lớn đặt nhà máy tại Việt Nam, để nguyên liệu chất lượng cao có thể được sản xuất ngay trong nước. Nhưng đồng thời, tôi cũng tin rằng việc nhập khẩu nguyên phụ liệu chất lượng cao là bình thường và cần thiết. Vấn đề không nằm ở việc "ở đâu", mà nằm ở vai trò mà Việt Nam đảm nhận trong chuỗi giá trị ấy.

Với Giovanni, tôi nhìn chuỗi giá trị nội địa qua ba định hướng: Thiết kế & R&D; Nhân lực chất lượng cao - "công nghệ mềm" quan trọng nhất; Hệ sinh thái đối tác Việt Nam. Thời trang là ngành của chuỗi liên kết: từ dệt, nhuộm, da, phụ liệu, bao bì đến logistic. Nếu từng doanh nghiệp phát triển đơn lẻ, ngành sẽ khó vươn lên. Ngược lại, nếu các mắt xích cùng nâng cấp, cùng chia sẻ chuẩn mực, cả hệ sinh thái sẽ mạnh, và đó chính là lợi thế cạnh tranh bền vững nhất của quốc gia.

Trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu, quốc gia nào nắm được nhiều khâu giá trị cao nhất từ thiết kế, R&D, tiêu chuẩn chất lượng, thương hiệu và trải nghiệm người dùng thì quốc gia đó sẽ có tiếng nói mạnh mẽ hơn. Vì vậy, câu chuyện chuỗi giá trị nội địa không chỉ là chi phí hay nguồn cung, mà là một chiến lược dài hạn để trả lời câu hỏi: Việt Nam đứng ở đâu trên bản đồ chuỗi cung ứng giá trị toàn cầu?

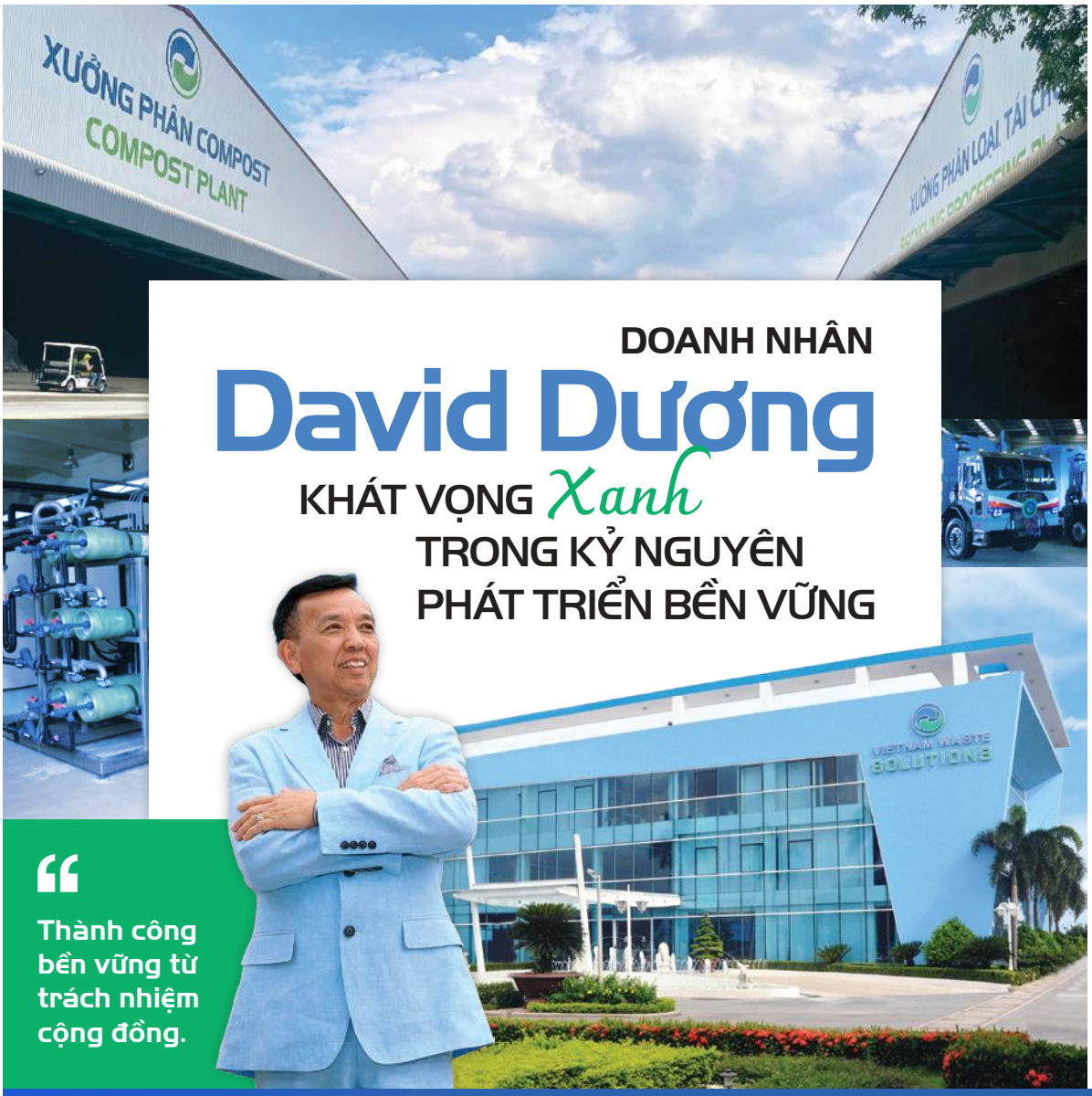
Trong đề án 1.000 doanh nghiệp tiên phong, ông kỳ vọng nhóm doanh nghiệp ngành thời trang - dệt may, da giày sẽ đóng vai trò gì trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia? Trong tương lai, đâu là cơ hội lớn nhất để Việt Nam có một thương hiệu thời trang mang tầm quốc tế - và Giovanni mong muốn đóng góp điều gì vào hành trình ấy?

Thời trang, dệt may, da giày là ngành vừa tạo nhiều việc làm, vừa tạo hình ảnh quốc gia. Nếu trong 1.000 doanh nghiệp tiên phong có một lực lượng đủ mạnh từ ngành này, tôi kỳ vọng họ sẽ đảm nhận ba vai trò: Tiên phong về chuẩn mực chất lượng và quản trị thương hiệu; Tiên phong về chuyển đổi xanh trong chuỗi cung ứng; Tiên phong về sáng tạo và công nghiệp văn hóa, đưa các yếu tố văn hóa Việt vào sản phẩm một cách tinh tế, hiện đại, qua đó tạo lợi thế cạnh tranh khó sao chép.

Khi nhóm doanh nghiệp này "lớn lên", họ không chỉ mang lại doanh thu, ngoại tệ, việc làm, mà còn giúp Việt Nam nâng vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu. Theo tôi, cơ hội lớn nhất của Việt Nam nằm ở điểm giao giữa văn hóa và công nghệ. Thế giới đang tìm kiếm những câu chuyện mới ngoài các kinh đô thời trang truyền thống. Việt Nam có bề dày văn hóa, có con người, có vị trí địa kinh tế thuận lợi. Điều chúng ta cần là kể câu chuyện ấy bằng ngôn ngữ thời trang đủ hấp dẫn, nhất quán và bền bỉ.

Giovanni nghiêm túc tiến từng bước ra toàn cầu với mục tiêu chuẩn hóa chuỗi giá trị, nâng chuẩn thiết kế và chất lượng, xây dựng hình ảnh thương hiệu nhất quán và giữ tinh thần tự tôn của một thương hiệu Việt. Nếu một ngày nào đó, hình ảnh "thương hiệu Việt" được thế giới nhìn nhận trân trọng hơn, chúng tôi sẽ thấy hành trình của mình thực sự có ý nghĩa. ★

Xin trân trọng cảm ơn ông!



DOANH NHÂN

David Dương

KHÁT VỌNG *Xanh* TRONG KỶ NGUYÊN PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

> **Thành công bền vững từ trách nhiệm cộng đồng.**



Những đêm đông nơi xứ người, có một chàng trai Việt lặng lẽ đi thu gom từng mảnh phế liệu trên đường phố San Francisco. Từ hai bàn tay trắng, ông đã viết nên câu chuyện thành công đáng khâm phục: trở thành một trong những doanh nhân Việt kiều tiêu biểu trong lĩnh vực môi trường tại Hoa Kỳ và Việt Nam. Đó chính là "Vua rác" David Dương, Chủ tịch Công ty California Waste Solutions (CWS) và Công ty TNHH Xử lý chất thải Việt Nam (VWS). Ông đã biến "rác" thành "tài nguyên", biến khó khăn thành cơ hội, và biến tình yêu quê hương thành những dự án mang tầm vóc to lớn. Hành trình của Ông thấm đẫm giá trị nhân văn, là minh chứng sinh động cho tinh thần vượt khó, ý chí phụng sự Tổ quốc và khát vọng kiến tạo giá trị bền vững cho cộng đồng.

Hành trình từ đất khách đến khát vọng trở về cống hiến cho quê hương

Đặt chân đến Hoa Kỳ vào cuối thập niên 1970, chàng trai trẻ David Dương cùng gia đình bắt đầu cuộc sống nơi đất khách bằng nghề nhặt ve chai, giấy vụn, lon nhôm. Chính những ngày mưu sinh vất vả ấy đã hun đúc trong ông ý chí kiên cường và tinh thần lao động không mệt mỏi. "Những đêm miệt mài nhặt rác chính là trường học đầu tiên dạy tôi về giá trị của lao động, của sự kiên trì và lòng nhân ái", ông từng chia sẻ.

Từ số vốn nhỏ tích góp được, gia đình ông mở một cơ sở thu mua phế liệu tại San Francisco. Không chỉ làm kinh tế cho riêng mình, David Dương còn mở rộng vòng tay nhân ái với cộng đồng người Việt mới sang, giúp họ có việc làm, cho vay vốn không lãi, hướng dẫn nghề thu gom, phân loại và tái chế. Nhờ vậy, hàng trăm gia đình người Việt nơi xứ người đã có được cuộc sống ổn định từ sự sẻ chia ấy.

Nhạy bén trước xu thế phát triển xanh và nhu cầu xử lý rác thải tại Mỹ, ông thành lập Công ty California Waste Solutions (CWS), một trong những doanh nghiệp tiên phong trong lĩnh vực thu gom, xử lý và tái chế rác thải tại các thành phố lớn như Oakland và San Jose. Với công nghệ hiện đại, quy trình quản lý tiên tiến và tinh thần trách nhiệm xã hội, CWS trở thành hình mẫu về doanh nghiệp xanh bền vững của người Việt tại Hoa Kỳ. Với doanh nhân David Dương, thành công dù đã đến nhưng điều còn lại sâu đậm trong ông không phải là những con số mà là ký ức về cộng đồng người Việt đã nắm tay nhau vượt qua gian khó trên đất khách. "Làm gì cũng phải có trách nhiệm với cộng đồng thì mới bền lâu", ông tâm niệm. Tinh thần ấy là kim chỉ nam cho mọi bước đi của ông trên hành trình lập nghiệp và cống hiến.

Công ty TNHH Xử lý chất thải Việt Nam (VWS) trao tặng 6 chiếc xe chở rác công nghệ Hoa Kỳ cho Thành phố Hồ Chí Minh, tỉnh Long An (tỉnh Tây Ninh) và tỉnh Kiên Giang (nay là tỉnh An Giang), ngày 08/11/2018.





Khu Liên hợp xử lý chất thải Đa Phước tại xã Hưng Long, Thành phố Hồ Chí Minh (huyện Bình Chánh cũ) là dự án môi trường quy mô lớn, vận hành hệ thống xử lý chất thải hiện đại theo công nghệ chôn lấp hợp vệ sinh của Hoa Kỳ, hiện đang xử lý hơn 50% lượng rác thải sinh hoạt của Thành phố.

Năm 2005, doanh nhân David Dương quyết định trở về nước đầu tư trong lĩnh vực môi trường. Với ông, đó không chỉ là cơ hội kinh doanh, mà là "bổn phận của một người con đất Việt". Ông sáng lập Công ty TNHH Xử lý chất thải Việt Nam (VWS) và đầu tư hàng trăm triệu USD xây dựng Khu Liên hợp Xử lý chất thải Đa Phước tại xã Hưng Long, Thành phố Hồ Chí Minh (huyện Bình Chánh cũ). Đây là dự án quy mô lớn, ứng dụng công nghệ chôn lấp hợp vệ sinh của Hoa Kỳ, hiện đang xử lý 50% lượng rác thải sinh hoạt của Thành phố. Khu Liên hợp không chỉ là nơi xử lý rác, mà là mô hình kinh tế tuần hoàn kiểu mẫu - nơi chất thải, nước rỉ rác, khí gas đều được xử lý và tái sử dụng để phát điện, góp phần giảm ô nhiễm và tạo ra giá trị bền vững cho xã hội. "Thành công của tôi không nằm ở các báo cáo tài chính, mà ở việc biến rác thành tài nguyên, biến khó khăn thành cơ hội cho môi trường và con người", ông chia sẻ. Đó cũng là cách ông thể hiện tinh thần "phụng sự bằng hành động", góp phần giải quyết một trong những vấn đề cấp bách nhất của đô thị Việt Nam: quản lý rác thải gắn với bảo vệ môi trường và phát triển bền vững.

Bài học cho thế hệ trẻ: Khát vọng và sự tử tế

Với doanh nhân David Dương, hành trình lập nghiệp chưa bao giờ tách rời hai giá trị cốt lõi: khát vọng và sự tử tế. Ông luôn nhắn nhủ giới trẻ: "Các bạn trẻ cần phải có một khát vọng lớn, một hoài bão đủ mạnh mẽ để sẵn sàng đối diện và vượt qua mọi thất bại". Ông cũng cho rằng, khởi nghiệp không chỉ để làm giàu, mà còn phải tử tế với cộng đồng, với xã hội.



Công ty TNHH Xử lý chất thải Việt Nam (VWS) ủng hộ đồng bào miền Trung bị thiệt hại do ảnh hưởng của bão, lũ.



Đoàn giám sát của Quốc hội khảo sát và làm việc với Công ty VWS về việc thực hiện chính sách, pháp luật về bảo vệ môi trường.



> Tôi luôn tâm niệm mình là người Việt, yêu nước Việt. Dù sống xa quê hương nhưng tôi cùng gia đình luôn nhận thấy phải có trách nhiệm đóng góp, dù là công sức nhỏ bé cho công cuộc xây dựng và phát triển đất nước.

Tuy nhiên, khát vọng không thể đi một mình. Nó cần được dẫn đường bởi sự tử tế. David Dương cho rằng, khởi nghiệp không chỉ để làm giàu cho bản thân, mà còn phải tạo ra giá trị cho xã hội. "Sự tử tế là nền tảng của mọi mối quan hệ, mọi sự hợp tác và là chìa khóa để xây dựng một thương hiệu bền vững".

Bên cạnh bài học kinh doanh, David Dương còn truyền tải một thông điệp mạnh mẽ về trách nhiệm môi trường. Ông xem ô nhiễm không đơn thuần chỉ là gánh nặng, mà là một cơ hội lớn cho những người trẻ. "Vấn đề rác thải là một bài toán toàn cầu và thế hệ các bạn đang đứng trước cơ hội lớn để trở thành những người giải quyết nó". Ông khuyến khích giới trẻ hãy sử dụng kiến thức, sự sáng tạo và đam mê công nghệ để tìm ra những giải pháp đột phá, từ ứng dụng phân loại rác thông minh, phát triển vật liệu tái chế mới, đến các mô hình kinh tế tuần hoàn.



Khát vọng từ Nghị quyết 68-NQ/TW về kinh tế tư nhân

Khi Nghị quyết 68-NQ/TW về phát triển kinh tế tư nhân được ban hành, doanh nhân David Dương nhận thấy đây không chỉ là cơ chế khuyến khích doanh nghiệp trong nước, mà còn là cánh cửa kết nối cộng đồng doanh nhân Việt kiều - lực lượng đang ngày càng có vai trò quan trọng trong việc đưa Việt Nam hội nhập sâu rộng với thế giới. Theo ông, các doanh nghiệp Việt kiều đóng vai trò như "nhịp cầu" quan trọng giúp doanh nghiệp trong nước nhanh chóng tiếp cận thị trường toàn cầu, đồng thời tạo điều kiện để các nhà đầu tư nước ngoài hiểu rõ hơn về tiềm năng của Việt Nam.

"Mỗi người Việt Nam ở nước ngoài chính là một đại sứ kinh tế của Tổ quốc. Vì vậy, Nhà nước cần có cơ chế kết nối chặt chẽ hơn giữa doanh nghiệp Việt kiều và doanh nghiệp trong nước, vừa để doanh nghiệp nội địa vươn ra thế giới, vừa để doanh nhân Việt kiều có thể trở về đầu tư hiệu quả tại quê hương", ông nhấn mạnh. Cùng với đó, Nhà nước cũng cần có sự ghi nhận và tôn vinh những đóng góp của doanh nghiệp Việt kiều, những người không chỉ phát triển kinh doanh nơi đất khách mà còn luôn hướng lòng về Tổ quốc, mong muốn đóng góp cho sự phát triển của quê hương.

"Kinh tế tư nhân là tự hoạt động, tự phát triển. Nhưng không chỉ lo cho doanh nghiệp của mình, mà phải gắn sự phát triển đó với trách nhiệm cộng đồng. Khi doanh nghiệp lớn mạnh mà xã hội vẫn còn những nỗi lo, thì thành công ấy chưa thật trọn vẹn". Theo ông, mỗi doanh nghiệp tư nhân khi thành công không chỉ góp phần nâng cao đời sống người lao động, tạo thêm công ăn việc làm mà còn đóng góp vào sự phát triển của quốc gia. Bởi vậy, với ông hai chữ "trách nhiệm" luôn song hành cùng "phát triển". Doanh nhân, trong quan niệm của ông không chỉ là người kiến tạo giá trị kinh tế, mà còn là người mang trên vai sứ mệnh xã hội. Chỉ khi doanh nghiệp gắn bó, đồng hành cùng lợi ích cộng đồng, doanh nhân mới nhận được sự tin tưởng và ủng hộ lâu dài từ xã hội.

Bên cạnh đó, doanh nhân David Dương còn dành nhiều tâm huyết cho mục tiêu phát triển bền vững và cam kết Net Zero 2050 của Việt Nam. Với ông, Net Zero không chỉ là cam kết quốc tế mà còn là "lời hứa cho thế hệ mai sau". Ông chia sẻ: "Việt Nam đang đi đúng hướng trong hành trình phát triển kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, gắn với trách nhiệm môi trường. Tuy nhiên, việc lựa chọn công nghệ, nhà đầu tư cho các dự án cần được xem xét kỹ lưỡng, ưu tiên những công nghệ tiên tiến, an toàn như của các nước G7, G8 - những công nghệ đã được chứng minh hiệu quả trong thực tiễn."



VWS thường xuyên tiếp đón các đoàn doanh nghiệp, sinh viên và học sinh các trường trong và ngoài nước tới tham quan.

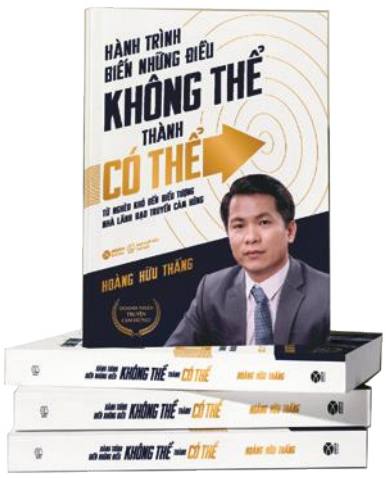
Từ câu chuyện của doanh nhân David Dương, người đi lên từ nghèo khó, thành công nơi xứ người và trở về kiến tạo giá trị cho quê hương, ta thấy rõ hình ảnh của doanh nhân Việt Nam thời đại mới: dấn thân, tiên phong, gắn kết lợi ích doanh nghiệp với lợi ích cộng đồng, lấy phát triển bền vững làm nền tảng. Tinh thần ấy hòa quyện cùng tư tưởng của Nghị quyết 68-NQ/TW, khơi dậy một khát vọng Việt Nam hùng cường, thịnh vượng, hội nhập và bền vững.

Như lời kết giản dị mà đầy tự hào của doanh nhân David Dương: "Tôi luôn tâm niệm mình là người Việt, yêu nước Việt, dù sống xa quê hương nhưng tôi cùng gia đình luôn thấy phải có trách nhiệm đóng góp, dù là công sức nhỏ bé cho công cuộc xây dựng và phát triển đất nước". ★

TỪ PHÒNG TRỌ ĐẾN KHÁT VỌNG TOÀN CẦU

HÀNH TRÌNH CỦA DOANH NHÂN HOÀNG HỮU THẮNG VÀ INTECH GROUP





"Hành trình biến những điều tưởng như không thể thành có thể" là cuốn sách đầu tay, cũng là tâm huyết của doanh nhân Hoàng Hữu Thắng muốn gửi tới bạn đọc những kiến thức và giá trị thực chiến, với kỳ vọng sẽ truyền cảm hứng và động lực đến cộng đồng xã hội.

Cách đây gần 15 năm, doanh nhân Hoàng Hữu Thắng bắt đầu hành trình khởi nghiệp của mình từ "bốn không": không tiền, không kinh nghiệm, không quan hệ và cũng không khách hàng. Thế nhưng, bằng niềm tin, sự kiên trì và khát vọng cháy bỏng, anh đã từng bước biến điều không thể thành có thể. Đến nay, Intech Group không chỉ là một doanh nghiệp thành công mà còn là minh chứng cho sức mạnh của ước mơ và tinh thần bền bỉ. Hành trình ấy đã trở thành nguồn cảm hứng lớn lao cho thế hệ trẻ Việt Nam.

Hành trình biến những điều "không thể" thành "có thể"

Sinh ra trong một gia đình nghèo khó tại vùng quê Lục Nam, tỉnh Bắc Giang (nay là tỉnh Bắc Ninh), ký ức về những tháng ngày thiếu thốn đã khắc sâu trong tâm trí Hoàng Hữu Thắng và trở thành động lực mạnh mẽ thôi thúc anh vươn lên. Năm 2002, khi vừa tròn 18 tuổi, Hoàng Hữu Thắng ra Hà Nội với khát vọng đổi đời. Nhưng con đường lập thân không hề dễ dàng: năm lần thi trượt đại học, cùng chuỗi ngày mưu sinh bằng đủ nghề từ tiếp thị, phục vụ nhà hàng, làm gia sư để có thể tồn tại và bám trụ nơi đất khách.









Dẫu nhiều lần thất bại, nhưng với ý chí không khuất phục, Hoàng Hữu Thắng kiên trì theo đuổi con đường tri thức với niềm tin: "Chỉ có học và không ngừng học mới thay đổi được cuộc đời". Sau khi tốt nghiệp, anh bắt đầu sự nghiệp với công việc nhân viên kinh doanh mũ bảo hiểm - mức thu nhập chỉ vừa đủ trang trải cuộc sống. Trong tâm trí anh vẫn luôn canh cánh một khát vọng lớn lao: phải tạo dựng được một sự nghiệp thực sự để khẳng định bản thân và góp phần thay đổi cuộc đời.

Năm 2011 trở thành bước ngoặt định mệnh trong sự nghiệp của Hoàng Hữu Thắng. Khi Việt Nam mở rộng cánh cửa hội nhập quốc tế và khuyến khích phát triển kinh tế tri thức, anh thành lập Công ty Cổ phần Tập đoàn Kỹ thuật công nghiệp Việt Nam (Intech Group) với mũi nhọn ban đầu là cung cấp các sản phẩm gia công cơ khí, con lăn, băng tải.

Những ngày đầu khởi nghiệp, Công ty chỉ nhận được các đơn hàng nhỏ lẻ, trong đó đơn hàng đầu tiên trị giá 12 triệu đồng. Nhờ sớm nhận thức được sức mạnh của internet và marketing trực tuyến, Hoàng Hữu Thắng đã tận dụng nền tảng này để tiếp cận khách hàng và thúc đẩy tăng trưởng doanh thu. Từ căn phòng trọ chật hẹp, doanh nghiệp dần vươn lên đặt nền móng cho sự phát triển mạnh mẽ sau này. Với tầm nhìn xa, anh đã chuyển hướng đầu tư sang lĩnh vực tự động hoá, công nghệ và năng lượng, từng bước gặt hái được thành công với các dự án lớn cho Viettel Post, Panasonic, Lavie,…

> Muốn kinh doanh phát triển và bền vững thì phải luôn nỗ lực kiến tạo, gia tăng giá trị và trải nghiệm khách hàng trong từng sản phẩm và dịch vụ.

Khát vọng đưa thương hiệu Việt vươn xa

Trải qua nhiều chuyến đi đến các quốc gia, tận mắt chứng kiến những doanh nghiệp tuy không quá lớn nhưng sản phẩm lại hiện diện khắp năm châu, doanh nhân Hoàng Hữu Thắng càng thấm thía câu nói: "Sản phẩm và văn hóa của một quốc gia đến đâu, thì lãnh thổ của quốc gia mở rộng đến đó". Chính tư tưởng ấy đã trở thành ngọn lửa thôi thúc khát vọng đưa thương hiệu Việt vươn ra thế giới. Anh lựa chọn Nhật Bản làm thị trường trọng điểm, bởi nếu chinh phục được những khách hàng khó tính nhất, doanh nghiệp sẽ đủ bản lĩnh để tự tin bước vào những "trận đánh" lớn ở nhiều quốc gia khác. Để hiện thực hóa khát vọng đó, Intech Group tiến hành đổi mới toàn diện: từ tư duy lãnh đạo đến năng lực sản xuất, từ hệ thống quản trị chất lượng đến từng chi tiết nhỏ nhất trên dây chuyền.



> “Tôi luôn có khát khao đưa thương hiệu Việt ra toàn cầu; lấy tiêu chuẩn quốc tế để phát triển và đưa tập đoàn đi xa hơn.”



Năm 2020, trong giai đoạn khắc nghiệt của đại dịch Covid-19, Intech Group nhanh chóng điều chỉnh chiến lược kinh doanh, biến thách thức thành cơ hội, đưa sản phẩm đến tay khách hàng ở Nhật Bản và thiết lập trung tâm nghiên cứu và phát triển sản phẩm (R&D). Đây được coi là động lực để Intech bứt phá trong thập kỷ mới, ghi dấu ấn trong hành trình toàn cầu hóa đầy kỳ vọng.

Sau gần 15 năm nỗ lực, doanh nhân Hoàng Hữu Thắng đã xây dựng Intech Group thành hệ sinh thái giải pháp 4.0 bao gồm nhà máy thông minh, robot, hệ thống phân loại và kho thông minh, hoạt động trong 4 lĩnh vực mũi nhọn: cơ khí chính xác, tự động hóa, công nghệ và năng lượng. Đến năm 2024, Intech Group khẳng định vị thế của mình trên thị trường với gần 500 nhân sự, 06 công ty thành viên, 02 nhà máy sản xuất hiện đại tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh và một văn phòng đại diện tại Đà Nẵng. Tập đoàn tuân thủ nghĩa vụ thuế và bảo đảm quyền lợi cho người lao động, xây dựng môi trường làm việc tích cực và văn hóa doanh nghiệp bền vững.

Mỗi dấu mốc không chỉ ghi lại một chặng đường đã qua, mà còn trở thành nguồn động lực giúp doanh nhân Hoàng Hữu Thắng hun đúc thêm niềm tin vững chắc: chỉ cần giữ trọn đam mê, kiên trì và không ngừng sáng tạo, những ước mơ tưởng chừng xa vời hoàn toàn có thể trở thành hiện thực. Chính niềm tin ấy đã nuôi dưỡng triết lý sống của doanh nhân Hoàng Hữu Thắng qua năm tháng: “Thành công là hạnh phúc. Hạnh phúc là khi giúp được nhiều người xung quanh mình hạnh phúc và thành công”. Triết lý sống này đã ảnh hưởng sâu sắc đến sứ mệnh và triết lý kinh doanh của Intech Group. Không muốn xây dựng một doanh nghiệp chỉ để kiếm tiền, anh muốn kiến tạo giá trị, được cống hiến và phụng sự xã hội.



Ông Hoàng Hữu Thắng, Chủ tịch HĐQT Intech Group tại Hội thảo “Xanh hóa năng lượng – Công nghệ dẫn lối – Kiến tạo cuộc sống xanh”, ngày 03/10/2025.



“Robot không thay thế con người, mà là cánh tay nối dài giúp con người thoát khỏi những công việc nặng nhọc, độc hại và không an toàn”, ông Hoàng Hữu Thắng chia sẻ.

Doanh nhân Hoàng Hữu Thắng tin rằng dù trong thời đại nào, những doanh nghiệp tập trung vào kiến tạo giá trị, giải quyết nhu cầu của xã hội và biết đặt giá trị nhân văn song hành cùng giá trị kinh tế mới có thể phát triển bền vững. Và đó là con đường mà anh cùng đội ngũ Intech Group đang kiên tâm theo đuổi.

> Sinh ra một lần, sống có một lần nên tôi sẽ sống để mình ít phải nói ra hai từ "giá như", để bản thân an lạc và bình an trong tâm hồn. Tôi tâm niệm thành công là giúp được nhiều người xung quanh mình thành công và hạnh phúc."

Đất nước đang bước vào kỷ nguyên vươn mình. Bộ tứ Nghị quyết trụ cột của Bộ Chính trị ban hành đã tạo nguồn cảm hứng mạnh mẽ cho cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam nói chung, doanh nhân Hoàng Hữu Thắng và Intech Group nói riêng. Vốn mang trong mình khát vọng lớn, nay được tiếp sức bởi các chủ trương và chính sách của Đảng, anh cùng đội ngũ đã bắt đầu tái định vị nhãn hiệu, thương hiệu và xây dựng những mục tiêu - chiến lược táo bạo, đột phá hơn cho chặng đường phát triển sắp tới: phấn đấu tăng trưởng khoảng 30% mỗi năm; mở rộng 02 nhà máy với



Intech Group được vinh danh Top 10 Thương hiệu mạnh - Tiên phong đổi mới sáng tạo năm 2025.

diện tích khoảng 30.000m²; tạo việc làm cho trên 1.000 nhân sự và thu nhập bình quân tăng trưởng khoảng 10% hàng năm; tập trung phát triển và mở rộng thêm các thị trường khó tính như Mỹ và EU; tập trung phát triển và làm chủ công nghệ lõi của các lĩnh vực robot và tự động hóa; tập trung thúc đẩy, phát triển năng lượng, đặc biệt là năng lượng xanh và năng lượng tái tạo; tiếp tục thúc đẩy các chương trình thiện nguyện xã hội.

Với những chiến lược, mục tiêu rõ ràng, doanh nhân Hoàng Hữu Thắng và Intech Group quyết tâm dấn thân, đồng hành cùng đất nước bước vào kỷ nguyên mới. ★

Intech Energy và Hội Doanh nhân trẻ Việt Nam ký kết thỏa thuận hợp tác tài trợ Dự án "Mang điện về bản" năm 2025.





Intech Group khánh thành thư viện cho trẻ em tại tỉnh Hà Giang (nay là Tuyên Quang).

Intech Energy tài trợ hệ thống điện năng lượng mặt trời cho điểm trường Bản Lũng, tỉnh Cao Bằng.





Hệ thống điện năng lượng mặt trời cho điểm trường Suối Tung, Trường Tiểu học Trung Lý 1, huyện Mường Lát, tỉnh Thanh Hóa.

Biểu tượng mới của khát vọng tự chủ công nghệ thiết bị y tế Việt Nam



Đục thủy tinh thể là một trong những nguyên nhân hàng đầu gây mù lòa tại Việt Nam. Theo Bộ Y tế, cả nước hiện có khoảng 02 triệu người khiếm thị và thị lực kém, trong đó 80% có thể điều trị được; 74% người mù hai mắt bắt nguồn từ đục thủy tinh thể. Tuy nhiên, thị trường mổ phaco lại phụ thuộc gần như hoàn toàn vào thủy tinh thể nhân tạo nhập khẩu - chi phí cao, rủi ro thiếu hụt nguồn cung và bị chi phối bởi những biến động thương mại quốc tế.

Trong bối cảnh đó, ý tưởng "người Việt Nam tự sản xuất thủy tinh thể nhân tạo" lần đầu xuất hiện vào năm 1994 - 1995 khi Tổ chức Fred Hollows (Úc) xúc tiến kế hoạch hỗ trợ xây dựng nhà máy thủy tinh thể cứng tại Việt Nam. Dù dự án chưa thể triển khai, nhưng chính lúc ấy, một tư tưởng mới đã manh nha hình thành rằng: người Việt Nam hoàn toàn có thể làm chủ công nghệ sản xuất các vật liệu cấy ghép trong nhãn khoa, nếu có quyết tâm và đủ kiên trì theo đuổi.



Đại diện Công ty Cổ phần Nhà máy Thiết bị Y học và Vật liệu Sinh học (MEDEP) nhận danh hiệu "Doanh nghiệp Uy tín Phát triển Thịnh vượng Việt Nam – ASEAN 2020", ngày 04/10/2020.



Công ty Cổ phần Nhà máy Thiết bị Y học và Vật liệu Sinh học (MEDEP) nhận giải thưởng "Sản phẩm - Dịch vụ xuất sắc năm 2025" tại lễ công bố Thương hiệu uy tín hàng đầu châu Á, ngày 27/9/2025.

Trong suốt gần 20 năm tiếp theo, tư tưởng ấy âm thầm được bồi đắp bởi bà Cao Thị Vân Điểm, người sau này trở thành Tổng Giám đốc và là linh hồn của MEDEP. Với bà, sản xuất thiết bị nhãn khoa không chỉ là một hướng đi kinh tế, mà trước hết là trách nhiệm đối với an ninh y tế quốc gia. Những khảo sát công nghệ, những đề án khoa học, những chuyến đi thực nghiệm… đều được bà thực hiện trong điều kiện khiêm tốn và đầy thách thức. Nhưng chính niềm tin vào khả năng làm chủ công nghệ của người Việt đã giúp bà bền bỉ theo đuổi dự án, ngay cả khi mọi điều kiện ban đầu gần như đồng nghĩa với con số 0.

Cơ hội chỉ thực sự đến vào giai đoạn 2013 - 2014, khi Chính phủ ban hành chính sách ưu đãi phát triển và sản xuất thiết bị y tế. Cùng với sự hỗ trợ của Bộ Khoa học và Công nghệ, UBND Thành phố Hồ Chí Minh và các chuyên gia nhãn khoa trong nước, dự án sản xuất thủy tinh thể nhân tạo tiếp tục được khởi động.



Ca phẫu thuật đầu tiên cho bệnh nhân bằng thủy tinh thể nhân tạo Việt Nam tại Bệnh viện Mắt Trung ương, ngày 06/12/2019.



Lễ khánh thành Nhà máy sản xuất Thủy tinh thể nhân tạo đầu tiên của Việt Nam, ngày 08/12/2018.

Năm 2015, Công ty Cổ phần Nhà máy Thiết bị Y học và Vật liệu Sinh học (MEDEP) do bà Cao Thị Vân Điểm - Chủ nhiệm đề tài nghiên cứu cấp nhà nước về thủy tinh thể, chính thức thành lập. Đây là cột mốc mang tính chiến lược, bởi lần đầu tiên Việt Nam có một doanh nghiệp đặt mục tiêu làm chủ công nghệ IOL theo chuẩn quốc tế ngay từ bước khởi đầu.

Doanh nghiệp tiên phong kiến tạo chuẩn mực công nghệ quốc tế

Với Công ty Cổ phần Nhà máy Thiết bị Y học và Vật liệu sinh học, khoa học công nghệ không chỉ là nền tảng sản xuất, mà là thước đo danh dự của doanh nghiệp. Ngay từ khi thành lập, bà Cao Thị Vân Điểm cùng đội ngũ lãnh đạo của Công ty nhất quán với chủ trương "không đánh đổi chất lượng để lấy tốc độ". Bởi, trong ngành nhãn khoa, từng sai lệch nhỏ có thể ảnh hưởng trực tiếp đến thị lực của con người. Sự tuyệt đối chính xác là điều kiện tiên quyết. Với mục tiêu tạo ra sản phẩm có chất lượng tương đương quốc tế nhưng phù hợp với điều kiện và nhu cầu trong nước, MEDEP đầu tư mạnh vào việc trang bị các dây chuyền sản xuất hiện đại, tự động và bán tự động. Các thiết bị được nhập khẩu từ các nước có công nghệ tiên tiến như Mỹ, Thụy Sỹ, CHLB Đức và Italia, đảm bảo độ chính xác cao và tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế nghiêm ngặt. Quy trình sản xuất thủy tinh thể tại MEDEP được kiểm soát chặt chẽ theo hệ thống quản lý chất lượng ISO EN 13485:2016. Mỗi công đoạn sản xuất đều được giám sát kỹ lưỡng để đảm bảo sản phẩm cuối cùng đạt tiêu chuẩn cao nhất.

Nhờ triết lý phát triển nghiêm ngặt ấy, MEDEP không chỉ sản xuất thành công thủy tinh thể nhân tạo chất lượng cao, mà còn từng bước mở rộng sang các nhóm sản phẩm nhãn khoa chuyên sâu khác. Một trong những kết quả nổi bật là chỉ khâu phẫu thuật Nano bạc, sản phẩm được đánh giá ở nhóm công nghệ tiên tiến hàng đầu thế giới. Bên cạnh đó, chất nhầy phẫu thuật nhãn khoa do MEDEP nghiên cứu cũng góp phần quan trọng trong việc nâng cao chất lượng các ca phẫu thuật mắt tại nhiều bệnh viện lớn. Những thành tựu này chứng minh MEDEP không đơn thuần là một nhà máy sản xuất vật tư y tế, mà là một trung tâm nghiên cứu - phát triển công nghệ nhãn khoa mang tầm vóc quốc gia.



Ủy viên Trung ương Đảng, Bộ trưởng Bộ Y tế Đào Hồng Lan tham quan phần trưng bày sản phẩm thủy tinh thể nhân tạo của MEDEP tại Triển lãm "Thành tựu Y học 80 năm", trong khuôn khổ Triển lãm 80 năm "Hành trình Độc lập - Tự do - Hạnh phúc" năm 2025.

Đến nay, sản phẩm của MEDEP đã hiện diện tại các bệnh viện mắt tuyến Trung ương và địa phương như: Bệnh viện Mắt Trung ương, Bệnh viện Mắt Thành phố Hồ Chí Minh, Bệnh viện Mắt Đà Nẵng… với công suất thiết kế mỗi năm khoảng 250.000 thủy tinh thể nhân tạo. Doanh nghiệp đặt mục tiêu nắm giữ 30% thị phần trong nước và từng bước mở rộng xuất khẩu sang nhiều khu vực như châu Á, Trung Đông và Nam Mỹ. Đặc biệt, ngày 28/8/2025, sản phẩm thủy tinh thể của MEDEP được Bộ Y tế lựa chọn trưng bày tại gian "Thành tựu Y học 80 năm" trong Triển lãm "Hành trình Độc lập - Tự do - Hạnh phúc", khẳng định vị thế tiên phong của doanh nghiệp Việt Nam trong lĩnh vực thiết bị y tế công nghệ cao.



Với những lợi thế về công nghệ, chất lượng và giá thành, các sản phẩm của MEDEP là sự lựa chọn phù hợp cho các bệnh viện tại Việt Nam.

Giá trị nhân văn và sứ mệnh vì an ninh y tế quốc gia

Hơn cả một doanh nghiệp sản xuất thiết bị y tế, MEDEP là câu chuyện của tinh thần tự chủ và khát vọng nâng cao nội lực công nghệ quốc gia. Việc Việt Nam sản xuất được thủy tinh thể nhân tạo không chỉ góp phần đảm bảo an ninh y tế mà còn tạo nền tảng quan trọng cho ngành công nghiệp thiết bị y sinh phát triển theo hướng bền vững. Mỗi sản phẩm IOL "Made in Vietnam" được đưa vào sử dụng không đơn thuần là thành quả công nghệ, mà là ánh sáng được trao lại cho hàng trăm nghìn bệnh nhân, những người mà nếu không có cơ hội tiếp cận điều trị phù hợp, họ có thể mất đi vĩnh viễn quyền được nhìn thấy.



Lễ Ký kết hợp tác thử nghiệm lâm sàng thủy tinh thể đầu tiên sản xuất tại Việt Nam, giữa Bệnh viện Mắt Trung ương, Công ty Cổ phần Nhà máy Thiết bị Y học và Vật liệu sinh học (MEDEP) và Công ty Tư vấn nghiên cứu VIETSTAR, ngày 28/02/2019.



MEDEP trao tặng thủy tinh thể nhân tạo cho Bệnh viện Quân y 175 mổ miễn phí cho bệnh nhân có hoàn cảnh khó khăn.

Cũng bởi ý nghĩa nhân văn sâu sắc đó, MEDEP duy trì nhiều chương trình phẫu thuật từ thiện cho người cao tuổi, bệnh nhân nghèo ở vùng sâu, vùng xa. Những hành trình đem ánh sáng thị giác đến với những mảnh đời còn nhiều khó khăn đã trở thành nét đẹp văn hóa của doanh nghiệp, thể hiện đầy đủ tinh thần "công nghệ phục vụ con người", gắn kết hài hòa giữa tri thức, trách nhiệm và lòng nhân ái.

Bước vào giai đoạn phát triển mới, MEDEP định hướng tiếp tục củng cố thị trường trong nước, mở rộng hệ sinh thái thiết bị nhãn khoa chuẩn quốc tế và tham gia sâu hơn vào các sáng kiến toàn cầu như "Quyền được nhìn thấy cho mọi người vào năm 2030" do WHO và IAPB phát động. Đây không chỉ là kế hoạch doanh nghiệp, mà là lời cam kết với cộng đồng quốc tế về sự đóng góp của Việt Nam trong nỗ lực bảo vệ thị lực cho nhân loại.

Hành trình của MEDEP là minh chứng rằng người Việt Nam hoàn toàn có thể tạo ra những sản phẩm công nghệ y tế đáp ứng chuẩn quốc tế, sánh ngang với các cường quốc công nghệ. Và hơn hết, đó là câu chuyện của niềm tin - niềm tin vào trí tuệ Việt, vào khả năng sáng tạo của doanh nghiệp Việt và vào tương lai mà những giá trị do chính người Việt làm ra sẽ đóng góp thiết thực cho sự phát triển của đất nước.

Từ khát vọng tự chủ đến vị thế tiên phong hôm nay, MEDEP đã minh chứng rằng khi trí tuệ, kiên trì và trách nhiệm xã hội hội tụ, ánh sáng không chỉ đến từ thiết bị nhãn khoa, mà còn đến từ tương lai đầy triển vọng của ngành công nghệ y tế Việt Nam. ★



Gian trưng bày của MEDEP tại Triển lãm Quốc tế Dược phẩm, Thiết bị Y tế và Chăm sóc sức khỏe tại Việt Nam (VIETMEDICARE EXPO 2025).

Doanh nhân
Nguyễn Thu Trang

NGƯỜI NỐI DÀI DI SẢN TRÀ SHAN TUYẾT
TỪ ĐẠI NGÀN VIỆT NAM RA THẾ GIỚI

Sinh ra và lớn lên ở châu Âu, tưởng rằng cuộc đời mình đã định sẵn với những công việc đầy triển vọng, doanh nhân Nguyễn Thu Trang lại tìm thấy bước ngoặt lớn nhất đời mình từ một ngụm trà Shan tuyết giữa núi rừng Hà Giang. Từ khoảnh khắc "được gọi tên" bởi hương vị của trà cổ thụ, chị trở về Việt Nam và khởi dựng Hacoocha Tea với mong muốn: đưa trà Việt vươn lên như một thương hiệu văn hóa - kinh tế đích thực trên bản đồ thế giới.



Hacoocha tiên phong xây dựng đội ngũ trà nương - trà nhân chuyên nghiệp theo tiêu chuẩn 5 sao, đồng hành cùng Vietnam Airlines trong hành trình lan tỏa tinh hoa trà Việt ra thế giới.

Được biết, chị sinh ra và lớn lên tại Cộng hòa Séc. Vậy đâu là động lực thôi thúc chị trở về quê hương và quyết định khởi dựng, gắn bó với Hacoocha Tea - một thương hiệu mang đậm bản sắc văn hóa Việt?

Tôi lớn lên ở châu Âu, được sống trong môi trường hiện đại, tự do nhưng cũng đầy tính kỷ luật. Môi trường đó giúp tôi rèn tư duy độc lập, khả năng làm việc chuyên nghiệp và tinh thần sáng tạo. Nhưng càng trưởng thành, tôi càng cảm nhận rõ một sự thôi thúc - một tiếng gọi rất rõ ràng rằng tôi cần làm điều gì đó có ý nghĩa cho Việt Nam, cho chính cội nguồn của mình.

Cách đây 7 năm về trước, trong chuyến đi Hà Giang, tôi đã gặp những cây trà Shan tuyết cổ thụ phủ rêu bạc giữa sương mù. Khi uống ngụm trà đầu tiên do người dân bản địa pha, tôi có cảm giác rất lạ: giống như một phần sâu thẳm trong mình được đánh thức. Lúc ấy, tôi hiểu rằng mình đã tìm thấy sứ mệnh của cuộc đời, đó là gìn giữ, phục hồi và nâng tầm loại trà cổ quý nhất của Việt Nam. Đó cũng là khởi nguồn của Hacoocha - Hà Giang cổ trà.

Tôi từng có cơ hội làm việc và gặt hái được một số thành tựu nhất định trong nhiều lĩnh vực khác nhau như F&B, sáng tạo, công nghệ, bất động sản. Nhưng chỉ khi gặp cây trà cổ thụ, tôi mới cảm thấy mình tìm được "linh hồn" của sự nghiệp. Trà không chỉ là sản phẩm nông nghiệp, mà là văn hóa, triết lý sống và bản sắc Việt Nam được cô đọng lại. Người Việt từ bao đời đã dùng trà để bắt đầu câu chuyện, để kết nối, để tỉnh thức. Một chén trà là "ngôn ngữ" rất Việt, ẩn chứa sự mềm mại, sâu sắc và khiêm nhường. Chọn trà, với tôi là chọn con đường chậm mà chắc. Là một hành trình bền bỉ, sâu sắc và có khả năng kết nối con người bằng sự chân thành.

Ở góc độ kinh tế, tôi nhìn thấy trong trà cơ hội phát triển bền vững cho nông nghiệp Việt Nam. Việt Nam đứng trong nhóm 7 quốc gia sản xuất trà lớn nhất thế giới, nhưng giá trị xuất khẩu trung bình chỉ bằng 1/5 của Nhật Bản. Chúng ta có nguyên liệu quý, nhưng chưa có thương hiệu toàn cầu. Và tôi muốn lấp khoảng trống đó. Tôi tin rằng trà là sản phẩm nông nghiệp duy nhất kết hợp được giữa thiên nhiên, văn hóa, nghệ thuật và triết học sống. Và đó là con đường tôi chọn để kể câu chuyện Việt Nam với thế giới.

Thời điểm bắt tay vào xây dựng Hacoocha, chị đối diện với những thách thức nào? Đâu là yếu tố giúp thương hiệu khẳng định vị thế trên thị trường?

Khởi nghiệp với trà cổ thụ, tôi biết là chấp nhận bước vào hành trình vừa thách thức vừa đầy trách nhiệm. Bởi tôi không chỉ làm kinh doanh, mà còn khôi phục một di sản.

Thách thức đầu tiên là tư duy ở vùng nguyên liệu. Trong thời gian dài, trà cổ thụ bị coi là nguyên liệu thô và chủ yếu xuất sang nước ngoài qua đường tiểu ngạch, khiến giá trị văn hóa lẫn kinh tế bị bỏ quên. Tôi dành nhiều tháng đi vào từng bản làng, trò chuyện cùng bà con, hướng dẫn quy trình thu hái, sao chế chuẩn mực và đồng hành trong việc phát triển vùng nguyên liệu bền vững.





Hacoocha vinh dự đồng hành, giới thiệu tinh hoa trà Shan tuyết cổ thụ trong các hoạt động trà lễ ngoại giao của Việt Nam.

Đồng thời, chúng tôi đầu tư vào vùng nguyên liệu, xây dựng nhà máy chế biến đạt chuẩn, kiểm soát toàn bộ quy trình từ thu hoạch đến đóng gói. Mỗi mẻ trà đều là sự kết hợp nhuần nhuyễn giữa khoa học và kinh nghiệm của người làm trà có nghề.

Khó khăn thứ hai là xây dựng niềm tin của thị trường. Khi mới ra mắt, Hacoocha phải đối mặt với câu hỏi: "Trà Việt có gì khác biệt? Vì sao phải chọn Hacoocha?". Chúng tôi không trả lời bằng quảng cáo, mà bằng chất lượng. Từng lô hàng xuất đi, từng bản kiểm định và từng đánh giá của đối tác… đó là cách chúng tôi chứng minh giá trị thật của trà cổ thụ Việt Nam.

Quan trọng nhất, tôi xác định Hacoocha không thể chỉ là "một thương hiệu trà", mà phải là hệ sinh thái văn hóa - kinh tế - con người. Chúng tôi xây dựng chuỗi giá trị khép kín: từ người dân tộc thu hái, nhà máy chế biến đạt chuẩn, showroom văn hóa đến Tea House Tea Corner tại châu Âu, nơi câu chuyện trà Việt được kể bằng ngôn ngữ quốc tế.

Tôi luôn tin vào triết lý: không đi nhanh, mà đi sâu. Và những năm gần đây, Hacoocha đã trở thành đối tác của nhiều chuỗi khách sạn, hãng hàng không và thị trường lớn trên thế giới. Điều khiến tôi tự hào nhất không phải doanh thu, mà là mỗi sản phẩm Hacoocha đều mang theo một câu chuyện văn hóa Việt Nam khi bước ra thế giới.

Hacoocha cân bằng việc giữ gìn giá trị truyền thống và đổi mới sáng tạo để phù hợp với thị hiếu tiêu dùng toàn cầu như thế nào, thưa chị?

Tôi luôn quan niệm, truyền thống chỉ có thể sống được khi gắn với đổi mới. Và Hacoocha chọn triết lý "Giữ hồn xưa trong dáng hình mới".

Chúng tôi bảo tồn kỹ thuật sao trà cổ truyền, nơi người thợ dựa vào kinh nhiệm và trực giác để làm ra những mẻ trà có chất lượng tốt nhất. Đồng thời, chúng tôi áp dụng công nghệ hiện đại trong bảo quản, đóng gói, kiểm soát vi sinh và tiêu chuẩn hóa chất lượng…

Đặc biệt, Hacoocha phát triển mô hình Tea Corner & Tea House tại châu Âu, nơi trà không chỉ được pha mà được "kể" thông qua hình ảnh, không gian và câu chuyện về người làm trà. Thị trường quốc tế đang hướng tới sản phẩm bền vững, thân thiện, có câu chuyện văn hóa rõ ràng. Đây là cơ hội vàng cho Việt Nam, một quốc gia giàu di sản, khí hậu đa dạng và con người sáng tạo để giới thiệu các sản phẩm đặc trưng của mình.

Nếu Nhật Bản có matcha, Trung Quốc có Long Tỉnh, Phổ Nhĩ, thì Việt Nam có Shan tuyết là báu vật của đất trời. Nhiệm vụ của chúng ta là kể lại câu chuyện đó bằng ngôn ngữ toàn cầu. Tôi luôn tin, khi người Việt biết tự hào và làm thật tốt điều thuộc về mình, thế giới sẽ lắng nghe.

"Từ một búp trà trên núi cao đến hương vị thượng hạng - là hành trình được tạo nên bởi đôi tay và trái tim.





Hacoocha không chỉ là thương hiệu trà, mà là hệ sinh thái đưa văn hóa Việt ra thế giới.

Chị kỳ vọng Hacoocha và chính mình sẽ để lại dấu ấn gì trong hành trình đưa thương hiệu Việt ra thế giới? Và chị có thông điệp gì dành cho thế hệ nữ doanh nhân trẻ?

Tôi mong Hacoocha sẽ trở thành một thương hiệu mang tầm cỡ quốc gia bền vững đại diện cho trà Việt, không chỉ ở sản phẩm, mà ở triết lý sống đằng sau nó. Khi một người nước ngoài cầm trên tay hộp trà Hacoocha, tôi muốn họ không chỉ thấy "sản phẩm đẹp", mà cảm nhận được văn hóa Việt Nam tinh tế, thanh khiết và sâu lắng. Trong thời gian tới, chúng tôi sẽ mở rộng mô hình Cultural Tea Experience - trải nghiệm văn hóa trà, nơi khách hàng không chỉ biết về trà Shan tuyết, mà còn có thể tìm hiểu về nghệ thuật, ẩm thực và du lịch Việt Nam. Mỗi không gian như vậy sẽ là một "đại sứ văn hóa nhỏ" của Việt Nam trên bản đồ thế giới.

Với cá nhân tôi, trong vai trò một nữ doanh nhân, tôi luôn tin rằng phụ nữ Việt Nam sở hữu một lợi thế rất đẹp: sự hòa quyện giữa trí tuệ và cảm xúc, giữa tính kỷ luật và lòng nhân ái. Khi bước ra thế giới bằng bản sắc ấy, chúng ta có thể tạo nên những điều thật đáng tự hào.

Tôi luôn nhắc mình rằng phụ nữ không cần chọn giữa bản lĩnh và sự dịu dàng. Chúng ta có thể kiên định như cây chè bám đá và lan tỏa như hương trà giữa đời.







Điều quan trọng không phải là bước theo khuôn mẫu nào, mà là tìm được phong cách lãnh đạo và con đường phù hợp với chính mình.

Cá nhân tôi xem Hacoocha như một hành trình đời sống. Tôi không đặt mục tiêu chỉ để phát triển doanh nghiệp, mà còn để góp phần định nghĩa lại hình ảnh Việt Nam trong tâm trí bạn bè quốc tế: một Việt Nam năng động, sáng tạo, nhân văn và bền vững. Nếu một ngày, khi nhắc đến Việt Nam, người ta nhớ đến The Land of Ancient Tea - Vùng đất của trà cổ thụ và những con người gìn giữ nó, thì đó sẽ là niềm tự hào lớn nhất của đời tôi.

Xin cảm ơn những chia sẻ của chị! ★

TS.BS. NGUYỄN PHÚ KIỀU

Dấu ấn của một nhà khoa học tiên phong trong kiến tạo nền y học Việt



Trong tiến trình đổi mới và hội nhập sâu rộng của đất nước, những nhà khoa học kiên định với lý tưởng cống hiến luôn là nguồn lực tinh hoa góp phần tạo dựng vị thế quốc gia. Trong đó, TS.BS. Nguyễn Phú Kiều - Viện trưởng Viện Nghiên cứu điều trị các bệnh hiểm nghèo (Radiner), Giám đốc Bệnh viện Hy Vọng Mới và Giám đốc Công ty TNHH MTV Dược phẩm Quế Lâm là một trong những gương mặt tiêu biểu của trí tuệ, tâm đức và khát vọng tự chủ của y học Việt Nam. Hơn nửa đời người dành cho nghiên cứu khoa học, ông bền bỉ theo đuổi hành trình kiến tạo mô hình Y - Dược khép kín đầu tiên tại Việt Nam. Mô hình này góp phần nâng cao hiệu quả trong quản lý , chủ động trong nghiên cứu và ứng dụng các kết quả nghiên cứu được Bộ Y tế nghiệm thu và cấp phép; đồng thời, tạo nên những công trình mang tầm vóc quốc tế, đem lại hy vọng sống cho hàng nghìn bệnh nhân mắc bệnh hiểm nghèo.



TS.BS. Nguyễn Phú Kiều đón ông Boubazine Abdelhamid - Đại sứ Algeria tại Việt Nam tới thăm Bệnh viện Hy Vọng Mới, ngày 21/9/2023.



TS.BS. Nguyễn Phú Kiều cùng ông Ngô Đức Mạnh - Đại sứ Việt Nam tại Liên bang Nga làm việc với Bộ Công thương Liên bang Nga, ngày 21/8/2018.



TS.BS. Nguyễn Phú Kiều làm việc với Tổ chức Y tế thế giới (WHO) tại Việt Nam, ngày 31/5/2013.



TS.BS. Nguyễn Phú Kiều gặp Bộ trưởng LĐTBXH Campuchia về thuốc điều trị nghiện ma túy bằng Cedemex, ngày 23/6/2012.

Khát vọng dựng xây mô hình Y - Dược khép kín tiên phong

Hành trình của TS.BS. Nguyễn Phú Kiều khởi nguồn từ bục giảng với vai trò là một nhà giáo dạy Hóa - Sinh. Ông sớm nhận thấy Việt Nam sở hữu kho tàng dược liệu phong phú, nhiều loài cây thuốc có tác dụng điều trị hiệu quả, giá rẻ, ít tác dụng phụ và đầy tiềm năng để phát triển nền y học bản địa. Tuy nhiên, vốn quý ấy chưa được khai thác đúng mức, chưa có nền tảng khoa học đủ mạnh để đưa vào thực tiễn điều trị.

Từ trăn trở ấy, ông quyết định rẽ hướng sang y khoa, một lựa chọn đầy thách thức trong bối cảnh kinh tế thị trường còn sơ khai, đầu tư khoa học hạn chế. Sau khi tốt nghiệp Trường Đại học Y Hà Nội và công tác tại Bệnh viện Bạch Mai, ông nhận ra: nhiệm vụ của mình không chỉ là chữa bệnh, mà là kiến tạo tri thức mới, tìm ra con đường chủ động phòng - trị bệnh từ chính nguồn dược liệu Việt Nam. Bước ngoặt lớn nhất đến vào năm 1995, khi TS.BS. Nguyễn Phú Kiều cùng các giáo sư, tiến sĩ đầu ngành Y, Dược (GS. Nhà thực vật học, NGND. Vũ Văn Chuyên, PGS.TS. Phạm Kim Mãn, GS.TS. Đào Văn Phan, PGS.TS. Nguyễn Kim Cẩn, PGS.TS Nguyễn Quang Bài…) quyết tâm thành lập mô hình "Khoa học - Công nghệ khép kín" đầu tiên tại Việt Nam. Mô hình được Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Y tế cấp phép, vận hành theo trục Nghiên cứu - Sản xuất - Điều trị, liên kết ba đơn vị gồm: Viện Radiner (chuyên nghiên cứu, khai thác thảo dược quý hiếm, thực hiện các đề tài khoa học cấp Bộ, cấp Nhà nước và hợp tác quốc tế); Công ty TNHH MTV Dược phẩm Quế Lâm (nhà máy sản xuất thuốc đạt tiêu chuẩn GMP-WHO) và Bệnh viện Hy Vọng Mới (bệnh viện chuyên khoa ung bướu với trang thiết bị hiện đại).

Cách làm này mở ra hướng đi mới cho y học Việt Nam: chủ động từ ý tưởng khoa học đến sản phẩm ứng dụng lâm sàng, bảo đảm tính bền vững, đồng bộ và kiểm soát chất lượng trên toàn bộ quy trình.

Những thành tựu khoa học đột phá

Gần ba thập kỷ miệt mài nghiên cứu, TS.BS. Nguyễn Phú Kiều và Hội đồng khoa học của Viện Radiner đã thực hiện nhiều đề tài cấp Bộ, cấp Nhà nước và hợp tác quốc tế theo Nghị định thư khóa V giữa Việt Nam và Trung Quốc. Ba đề tài đã giúp tạo ra nhiều sản phẩm đột phá được Bộ Y tế, Bộ Khoa học và Công nghệ nghiệm thu. Trong số đó, nổi bật là việc nghiên cứu thành công Cedemex - thuốc điều trị nghiện ma túy duy nhất trên thế giới hiện nay có nguồn gốc thảo dược Việt Nam. Sản phẩm được nghiên cứu chuyên sâu suốt 15 năm, đánh giá đa cấp độ tại Việt Nam và Trung Quốc, được Hội đồng khoa học Bộ Y tế nghiệm thu, đánh giá cao. "Thuốc Cedemex đã làm thay đổi nhận thức của cộng đồng,nghiện ma túy không phải vô phương cứu chữa,nghiện ma túy có thể điều trị thành công khi phối hợp đồng bộ 3 yếu tố: Thuốc Cedemex + Quyết tâm của người nghiện + Sự quan tâm giúp đỡ của gia đình và xã hội".



TS.BS. Nguyễn Phú Kiều cùng GS. Nguyễn Quang Bài đang điều khiển Hệ thống mổ u não bằng dao Gamma Knife tại Bệnh viện Hy Vọng Mới.



Ba sản phẩm chính trong điều trị căn bệnh ung thư và cai nghiện ma túy.

"Chúng ta có đầy đủ tiềm năng để vươn lên. Điều cần nhất là tâm sáng, trí bền và khát vọng phụng sự vì sức khỏe cộng đồng".

Trong khi trên thế giới hiện chỉ có thuốc Methadone để thay thế nghiện nhóm Opiates. Đây không chỉ là thành tựu khoa học, mà còn là minh chứng cho khả năng làm chủ nghiên cứu dược liệu của Việt Nam.

Bên cạnh đó, Viện Radiner còn nghiên cứu thành công phác đồ điều trị các khối u lành và ác tính bằng sự phối hợp của hai sản phẩm Kacimex và Vegakiss. Kacimex là sản phẩm hỗ trợ điều trị được các nhà khoa học Trung Quốc nghiên cứu thực nghiệm và kết luận có hiệu quả đặc biệt cao với ung thư dạng biểu mô tuyến, đạt tỷ lệ đáp ứng điều trị lên đến 70%. Vegakiss là sản phẩm của

TRANG THIẾT BỊ HIỆN ĐẠI CỦA BỆNH VIỆN HY VỌNG MỚI



Hệ thống máy ép vỉ.



Máy chụp MRI 2.



Thiết bị phòng vi sinh.



Hệ thống mổ u não bằng dao Gamma Knife.



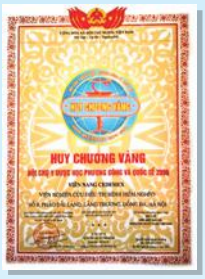
Lò nung phòng Hóa.



Hệ thống nước xử lý nước sạch RO

NHỮNG THÀNH TỰU MÀ TS.BS NGUYỄN PHÚ KIỀU ĐẠT ĐƯỢC









TS.BS. Nguyễn Phú Kiều được vinh danh Nhà quản lý tài năng năm 2023.







đề tài khoa học cấp Nhà nước chứa 7 hoạt chất sinh học quan trọng, có tác dụng chống oxy hóa, đào thải gốc tự do, kìm hãm và tiêu diệt tế bào ung thư đồng thời tăng cường miễn dịch, tăng cường miễn dịch, tăng sức đề kháng,ức chế và tiêu diệt các virus viêm gan B, C, Covid, HIV và các vi khuẩn.

Sự kết hợp của hai sản phẩm đã mang đến sự hồi sinh cho nhiều bệnh nhân ung thư từng bị từ chối điều trị hoặc điều trị tốn kém ở nước ngoài nhưng không hiệu quả. Có những trường hợp sống khỏe hơn 17 năm, không tái phát, trở lại lao động bình thường. Ông từng xúc động kể lại ca bệnh bé trai 9 tuổi bị u thân não bị bệnh viện trả về. Sau 04 tháng điều trị theo phác đồ Kacimex - Vegakiss, khối u biến mất. Đến nay, cậu bé đã 25 tuổi, khỏe mạnh và làm việc bình thường.

Những thành tựu này không chỉ là kết quả nghiên cứu, mà còn phản ánh triết lý làm nghề của TS.BS. Nguyễn Phú Kiều: "Làm khoa học phải vì con người, y đức không có chỗ cho lợi nhuận". Chính vì vậy, dù các sản phẩm đã được cấp phép lưu hành, ông không cho phép bán đại trà mà chỉ sử dụng có kiểm soát tại Bệnh viện Hy Vọng Mới nhằm đảm bảo an toàn, hiệu quả và giảm tối đa chi phí cho bệnh nhân. Đó cũng là cách ông giữ trọn trách nhiệm của nhà khoa học trước từng sinh mệnh.

Triết lý phụng sự và khát vọng tự chủ Y dược Việt

Từ thực tiễn nghiên cứu và điều trị, TS.BS Nguyễn Phú Kiều tin tưởng rằng Việt Nam hoàn toàn có thể tự chủ thuốc điều trị từ dược liệu nội địa, giảm phụ thuộc thuốc hóa dược nhập khẩu có giá thành cao và nhiều tác dụng phụ.

Với hơn 1.863 loài cây thuốc và gần 40 loài động vật làm thuốc, Việt Nam sở hữu kho tàng thiên nhiên mà ít quốc gia nào sánh được. Theo ông, điều quan trọng nhất là xây dựng chiến lược nghiên cứu bài bản, gắn kết khoa học với thực tiễn điều trị và nuôi dưỡng tinh thần phụng sự cộng đồng. Ông khẳng định "Chúng ta có đầy đủ tiềm năng để vươn lên. Điều cần nhất là tâm sáng, trí bền và khát vọng cống hiến".

Sau gần ba thập kỷ bền bỉ theo đuổi mô hình Y - Dược khép kín, TS.BS. Nguyễn Phú Kiều cùng các cộng sự đã chứng minh rằng trí tuệ Việt hoàn toàn có thể tạo dựng những thành tựu mang giá trị quốc tế khi được đặt vào đúng môi trường và định hướng. Hành trình của ông cũng truyền cảm hứng về niềm tin và bản lĩnh của người Việt: dám nghĩ lớn, dám đi con đường khó và kiên định đến cùng. Như chính ông chia sẻ: "Hạnh phúc của người bệnh là niềm vui của bác sĩ, và cũng là động lực để tôi bước tiếp con đường nghiên cứu". Lời chia sẻ mộc mạc ấy chính là chân dung chân thật nhất của một nhà khoa học tận hiến, người dành trọn đời mình để kiến tạo nền y học Việt bằng chính trí tuệ Việt. ★

CÔNG TY CỔ PHẦN IGB
HÀNH TRÌNH KIẾN TẠO TƯƠNG LAI SỐ CHO VIỆT NAM

Kỷ nguyên số đang mở ra những cơ hội to lớn cho Việt Nam trên hành trình hội nhập toàn cầu. Từ chiến lược quốc gia về chuyển đổi số đến định hướng phát triển kinh tế tri thức, công nghệ thông tin trở thành trụ cột quan trọng trong công cuộc đổi mới và phát triển đất nước. Trong dòng chảy ấy, Công ty Cổ phần IGB được biết đến là một doanh nghiệp công nghệ Việt tiên phong, đồng hành cùng Chính phủ, các bộ, ngành và cộng đồng doanh nghiệp trong hành trình kiến tạo hạ tầng số, nền tảng số và các giải pháp chuyển đổi số toàn diện.



Khát vọng "Make in Vietnam" - Từ ý tưởng đến hệ sinh thái số toàn diện

Khởi nguồn từ sứ mệnh "Kiến tạo giá trị Việt bằng trí tuệ Việt", Công ty Cổ phần IGB đã khẳng định vị thế của mình trong lĩnh vực công nghệ số, trở thành một trong những đơn vị dẫn đầu về chuyển đổi số tại Việt Nam. Công ty hoạt động toàn diện trên nhiều lĩnh vực, từ chuyển đổi số doanh nghiệp, phát triển nền tảng quản trị thông minh, hạ tầng dữ liệu lớn (Big Data), trí tuệ nhân tạo (AI), điện toán đám mây, an ninh mạng đến xây dựng các nền tảng số tích hợp cho Chính phủ điện tử và đô thị thông minh.

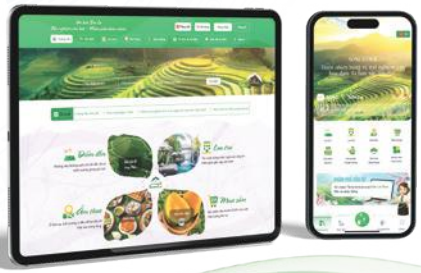
Không dừng lại ở việc cung cấp phần mềm, IGB chủ trương xây dựng một hệ sinh thái chuyển đổi số toàn diện, giúp các cơ quan nhà nước, doanh nghiệp và tổ chức vận hành hiệu quả, minh bạch và linh hoạt, đáp ứng yêu cầu phát triển của nền kinh tế số. Với tầm nhìn dài hạn, Công ty đã và đang đồng hành cùng nhiều bộ, ngành và địa phương triển khai các dự án Chính phủ điện tử, đô thị thông minh, hạ tầng dữ liệu quốc gia theo tinh thần Nghị quyết 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá, phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia.



Lễ ra mắt Phần mềm du lịch thông minh "Sơn La Tour", ngày 08/7/2025.

Triết lý hoạt động của IGB được kết tinh trong ba giá trị cốt lõi: Đổi mới sáng tạo - Phát triển bền vững - Phụng sự xã hội. Với đội ngũ chuyên gia giàu kinh nghiệm và lớp kỹ sư trẻ đầy khát vọng, Công ty không ngừng nghiên cứu, cập nhật xu hướng công nghệ toàn cầu, phát triển những sản phẩm "Make in Vietnam" mang hàm lượng trí tuệ cao, vừa phục vụ hiệu quả cho thực tiễn trong nước, vừa có khả năng cạnh tranh trên trường quốc tế.

Đằng sau thành công của IGB là dấu ấn sâu đậm của doanh nhân Vũ Xuân Nguyên - Chủ tịch Hội đồng Quản trị, người dành trọn tâm huyết cho hành trình chuyển đổi số Việt Nam. Với nhiều năm kinh nghiệm trong lĩnh vực công nghệ và quản trị, ông mang đến cho IGB một tư duy phát triển khác biệt kết hợp giữa tầm nhìn chiến lược, bản lĩnh đổi mới và tinh thần phụng sự cộng đồng. Ông tâm niệm: "Chuyển đổi số không chỉ là câu chuyện của công nghệ, mà là hành trình thay đổi tư duy - từ lãnh đạo đến từng cá nhân trong tổ chức. Công nghệ chỉ thật sự có giá trị khi nó phục vụ con người và giúp xã hội phát triển bền vững."



> **Công nghệ không chỉ là công cụ, mà là cách chúng ta nhìn nhận, tổ chức và kiến tạo lại thế giới. Mỗi giải pháp số mà IGB mang đến đều hướng tới việc giúp con người sống tốt hơn, thông minh hơn và hạnh phúc hơn.**
>
> Ông Vũ Xuân Nguyên,
> Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần IGB.



IGB Group đồng hành ra mắt "Sơn La Tour" - bước đột phá chuyển đổi số ngành Du lịch.

Không chỉ là nhà lãnh đạo công nghệ, ông còn là người thầy, người truyền cảm hứng cho thế hệ trẻ IGB - những kỹ sư, chuyên gia Việt Nam đang ngày đêm cống hiến để khẳng định vị thế của trí tuệ Việt trên bản đồ công nghệ thế giới. Từ tinh thần ấy, IGB đang từng bước hiện thực hóa khát vọng "Make in Vietnam", góp phần kiến tạo một Việt Nam số hùng cường trong kỷ nguyên mới.



Chuyển đổi số du lịch, lan tỏa giá trị văn hóa Việt

Trong cuộc cạnh tranh gay gắt của ngành công nghệ, IGB đã chọn cho mình một hướng đi nhân văn và khác biệt: ứng dụng công nghệ để quảng bá văn hóa và du lịch Việt Nam, mang lại trải nghiệm mới mẻ cho du khách và nâng tầm giá trị bản địa. Từ khát vọng đó, các nền tảng du lịch thông minh cấp địa phương như: Mộc Châu Tour, Sapa Tour, Quỳnh Nhai Tour, Đoan Hùng Tour, Mường Lay tour… đến cấp tỉnh như Sơn La Tour, Điện Biên Tour, Cao Bằng Tour đã trở thành minh chứng sống động cho tầm nhìn "công nghệ phục vụ cộng đồng". Các ứng dụng này không chỉ là sản phẩm số, mà còn là câu chuyện về con người và văn hóa Việt Nam. Thông qua việc số hóa di sản, ẩm thực, phong tục, đời sống cộng đồng, IGB đã giúp quảng bá hình ảnh vùng núi phía Bắc thân thiện, đậm đà bản sắc đến đông đảo du khách trong và ngoài nước. Công nghệ trở thành cầu nối giữa con người - văn hóa - du lịch, giúp du khách "đi để ngắm nhìn, đi để thấu hiểu và yêu hơn quê hương mình."

Với định hướng "lấy công nghệ làm cầu nối vì con người", Công ty phối hợp chặt chẽ cùng các doanh nghiệp lữ hành, hợp tác xã du lịch cộng đồng và chính quyền địa phương để xây dựng kho dữ liệu du lịch phong phú, cập nhật theo thời gian thực. Nhờ đó, du khách dễ dàng tiếp cận thông tin, hành trình, dịch vụ; trong khi các cơ sở kinh doanh nhỏ và người dân bản địa có cơ hội giới thiệu sản phẩm, dịch vụ của mình trên nền tảng số. Mô hình này góp phần thúc đẩy kinh tế địa phương và lan tỏa tinh thần chuyển đổi số toàn dân, bảo đảm "không ai bị bỏ lại phía sau". Ông Vũ Xuân Nguyên chia sẻ:



Ông Vũ Xuân Nguyên - Chủ tịch HĐQT IGB Group nhận giải thưởng tại hạng mục Sản phẩm, Giải pháp chuyển đổi số vì cộng đồng với IGB Tour, ngày 08/10/2025.

Chúng tôi luôn tin rằng, công nghệ chỉ thực sự có ý nghĩa khi nó giúp thay đổi đời sống con người - đặc biệt là những cộng đồng đang cần cơ hội để vươn lên. Các sản phẩm phần mềm ứng dụng du lịch thông minh cho các địa phương do IGB phát triển là minh chứng cho khát vọng đó".

Để xây dựng được những nền tảng được chính quyền và người dân đồng thuận, IGB đã trải qua một hành trình vượt khó đầy kiên cường. Tại các tỉnh miền núi Tây Bắc, nơi địa hình hiểm trở, hạ tầng hạn chế, trình độ công nghệ còn thấp, đội ngũ kỹ sư của IGB không ngừng sáng tạo, linh hoạt và tận tâm để đưa công nghệ đến gần người dân. Với tinh thần "làm được bằng mọi giá", ông Vũ Xuân Nguyên và cộng sự biến ý tưởng thành hiện thực, giúp người dân tiếp cận tri thức số, làm chủ công nghệ, thay đổi tư duy và cải thiện đời sống. IGB xác định, đây không chỉ là một dự án công nghệ mà còn là mô hình mẫu cho chuyển đổi số cấp địa phương, có thể nhân rộng trên toàn quốc, phù hợp với Chiến lược quốc gia về chuyển đổi số và phát triển du lịch thông minh đến năm 2030.

Mô hình này đặt nền tảng cho việc xây dựng cơ sở dữ liệu du lịch thống nhất, kết nối giữa chính quyền - doanh nghiệp - người dân - du khách trong một hệ sinh thái du lịch số mang bản sắc Việt.

Kiến tạo tương lai du lịch thông minh Việt Nam

Thực tế cho thấy, chuyển đổi số là con đường tất yếu để đưa ngành Du lịch Việt Nam phát triển bền vững, lan tỏa giá trị văn hóa dân tộc và nâng cao vị thế quốc gia trên bản đồ du lịch thế giới. Tuy nhiên, tiến trình này vẫn thiếu đồng bộ, hệ sinh thái dữ liệu thống nhất, khiến việc quản lý và quảng bá du lịch còn rời rạc.

Từ kinh nghiệm triển khai thực tế tại nhiều địa phương, IGB Group nhận thấy cần thiết phải xây dựng một mô hình chuyển đổi số tổng thể "Make in Việt Nam", do doanh nghiệp Việt làm chủ công nghệ và dữ liệu, đảm bảo tính đồng bộ, minh bạch và cập nhật liên tục.

> **Công nghệ không chỉ là công cụ, mà là cầu nối để con người hiểu và yêu hơn vẻ đẹp quê hương mình. IGB mong muốn thông qua những nền tảng phần mềm ứng dụng du lịch thông minh cho các địa phương, du khách không chỉ đi du lịch, mà còn đi tìm giá trị, đi tìm bản sắc.**
>
> Ông Vũ Xuân Nguyên - Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần IGB.

Nền tảng Du lịch thông minh do IGB Group phát triển không chỉ là công cụ quảng bá điểm đến, mà còn là hệ sinh thái an sinh xã hội số, kết nối chặt chẽ giữa người dân - doanh nghiệp - chính quyền - du khách trong một mạng lưới thống nhất, minh bạch và bền vững.

Hướng tới sứ mệnh dài hạn, IGB mong muốn trở thành đơn vị tiên phong trong chuyển đổi số toàn diện ngành Du lịch Việt Nam, trên nền tảng năm trụ cột sản phẩm cốt lõi: du lịch địa danh, du lịch văn hóa bản địa, du lịch sản phẩm truyền thống, du lịch ẩm thực và du lịch lưu trú. Đồng thời, doanh nghiệp cam kết đồng hành cùng các địa phương trong công tác tuyên truyền, đào tạo kỹ năng số và lan tỏa mô hình du lịch thông minh trên phạm vi toàn quốc, góp phần hiện thực hóa mục tiêu chuyển đổi số quốc gia.



Ông Vũ Xuân Nguyên – Chủ tịch HĐQT IGB Group đưa ra đề xuất giải pháp du lịch liên kết các tỉnh bằng ứng dụng công nghệ tại Hội nghị xúc tiến, quảng bá và phát triển du lịch Tây Bắc - Thành phố Hồ Chí Minh năm 2025.



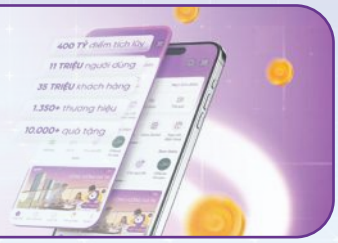
Sản phẩm Sgolf do IGB phát triển nhận Giải thưởng Ứng dụng Booking golf tốt nhất thế giới tại Lễ trao giải World Golf Awards lần thứ 10, ngày 23/10/2023.

Trên cơ sở đó, Công ty kiến nghị thiết lập cơ chế hợp tác công - tư (PPP), triển khai mô hình "Du lịch hai cấp" và xây dựng cơ sở dữ liệu du lịch quốc gia thống nhất, chính xác và cập nhật thường xuyên. Công ty sẵn sàng đồng hành cùng các địa phương trong việc tuyên truyền, đào tạo kỹ năng số, phát triển nền tảng du lịch thông minh và xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia thống nhất.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, khi công nghệ trở thành "chìa khóa vàng" mở ra năng lực cạnh tranh quốc gia, IGB tiếp tục đặt cho mình sứ mệnh lớn hơn: góp phần xây dựng Việt Nam trở thành trung tâm công nghệ của khu vực Đông Nam Á, nơi các giá trị sáng tạo được nuôi dưỡng và lan tỏa. Với tầm nhìn chiến lược, năng lực công nghệ tiên phong và tinh thần Make in Vietnam, Công ty Cổ phần IGB đang trở thành biểu tượng của thế hệ doanh nghiệp công nghệ Việt, những người làm chủ công nghệ, kiến tạo giá trị, nuôi dưỡng niềm tin và góp phần xây dựng một Việt Nam số hùng cường, phồn vinh và nhân văn. ★

CÔNG TY CỔ PHẦN LynkiD

Đồng hành cùng doanh nghiệp, cộng đồng và quốc gia trên hành trình kỷ nguyên số



Bối cảnh chuyển đổi số quốc gia đang bước vào giai đoạn phát triển mạnh mẽ đặt ra yêu cầu bức thiết cho đội ngũ doanh nghiệp công nghệ Việt Nam - lực lượng quan trọng góp phần kiến tạo hạ tầng số và hiện thực hóa khát vọng đưa Việt Nam trở thành quốc gia phát triển theo tinh thần Đại hội XIII của Đảng. Trong bức tranh ấy, Công ty Cổ phần LynkiD nổi lên như một điểm sáng với chiến lược xây dựng hệ sinh thái công nghệ "Make in Vietnam" dựa trên nền tảng blockchain, dữ liệu số và trí tuệ nhân tạo ứng dụng. Với định hướng đổi mới sáng tạo, làm chủ công nghệ và tạo dựng giá trị bền vững cho cộng đồng, LynkiD đang khẳng định vai trò là đối tác tin cậy của doanh nghiệp và cơ quan quản lý trong tiến trình kiến tạo nền kinh tế số hiện đại, minh bạch và có sức cạnh tranh cao.



Tổng Bí thư Tô Lâm trao Giải Vàng hạng mục "Sản phẩm công nghệ tiềm năng" cho Công ty Cổ phần LynkiD tại Giải thưởng Make in Vietnam 2024.

Khát vọng vươn mình trong kỷ nguyên số

Được thành lập với mục tiêu xây dựng hệ sinh thái giải pháp công nghệ "Make in Vietnam", LynkiD lựa chọn hướng đi khác biệt: phát triển các nền tảng dựa trên blockchain, dữ liệu số (data), AI ứng dụng, CRM và Web3, nhằm giải quyết những bài toán lớn về kết nối dữ liệu, quản trị vận hành và nâng cao trải nghiệm người dùng.





Lễ ký kết Biên bản ghi nhớ giữa Trung tâm Nghiên cứu, ứng dụng dữ liệu dân cư và căn cước công dân (RAR) và Công ty Cổ phần LynkiD, ngày 24/11/2025.



Hành trình của LynkiD cũng được đánh dấu bằng những bước đi chiến lược trong hợp tác công - tư. Năm 2025, LynkiD ký kết Biên bản ghi nhớ với Trung tâm Nghiên cứu, Ứng dụng Dữ liệu Dân cư và Căn cước công dân (RAR), Bộ Công an Việt Nam, triển khai các giải pháp định danh điện tử, xác thực người dùng và đồng bộ dữ liệu dựa trên VNeID và chữ ký số. Đây là bước tiến quan trọng giúp tăng cường minh bạch, giảm gian lận, mở rộng khả năng ứng dụng công nghệ định danh trong hoạt động doanh nghiệp và đời sống xã hội.

Hành trình ấy khẳng định LynkiD không chỉ là nhà cung cấp giải pháp công nghệ, mà còn là đối tác đổi mới, người đồng hành chiến lược cùng doanh nghiệp và các cơ quan quản lý trong chuyển đổi số. Với phương châm "Công nghệ Việt vì tương lai Việt", LynkiD xác lập bản sắc của mình như một doanh nghiệp tiên phong, sáng tạo, góp phần xây dựng nền kinh tế số độc lập, tự chủ, hội nhập sâu rộng.

Tiên phong trong Blockchain

Trong bối cảnh dữ liệu trở thành nguồn lực chiến lược của nền kinh tế, blockchain nổi lên như trụ cột bảo đảm tính bảo mật, toàn vẹn và truy xuất minh bạch. LynkiD là một trong số doanh nghiệp Việt Nam sớm nhận diện đúng xu thế và đầu tư bài bản vào công nghệ này, phát triển các giải pháp ứng dụng thực tiễn thay vì chạy theo thị hiếu ngắn hạn. Các nền tảng blockchain của LynkiD giúp doanh nghiệp: Bảo mật dữ liệu và phân quyền truy cập hiệu quả; Quản lý chuỗi dữ liệu xuyên suốt; Tối ưu chi phí lưu trữ và vận hành; Xác thực và bảo chứng thông tin tức thời.

Đặc biệt, công nghệ blockchain đóng vai trò "đòn bẩy chiến lược" trong việc tái cấu trúc mô hình kinh doanh, bảo đảm tính minh bạch và nâng cao niềm tin số. Do đó, LynkiD trở thành mảnh ghép quan trọng trong hệ sinh thái doanh nghiệp đổi mới sáng tạo, đồng thời góp phần vào tiến trình hình thành nền kinh tế số Việt Nam.



Công ty Cổ phần LynkiD và Công ty cổ phần Quản lý Khách sạn Flamingo ký kết hợp tác Cộng hưởng công nghệ và trải nghiệm nghỉ dưỡng cao cấp, ngày 22/04/2025.



Đại diện LynkiD giới thiệu giải pháp thiệu giải pháp Loyalty không giấy với Đại biểu Nhật Bản tham dự Hội nghị Thượng đỉnh P4G 2025, từ ngày 15 - 17/04/2025.



Công ty Cổ phần LynkiD vinh dự nhận Giải thưởng Sao Khuê 2024 cho hạng mục Hạ tầng - Công nghệ số lĩnh vực Blockchain, Web3, ngày 13/04/2024.



Lễ ký kết thỏa thuận hợp tác chiến lược giữa giữa Chương trình khách hàng thường xuyên Bông Sen Vàng (Lotusmiles) và hệ sinh thái điểm thưởng LynkiD, ngày 17/10/2025.

Hệ sinh thái giải pháp "Make in Vietnam"

Bên cạnh đầu tư phát triển công nghệ blockchain, LynkiD phát triển một hệ sinh thái giải pháp toàn diện, tích hợp sâu các công nghệ cốt lõi phục vụ doanh nghiệp trên cả ba phương diện: quản trị - vận hành, phát triển kinh doanh và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Các nền tảng nổi bật gồm:

Blockchain Data Hub: nền tảng dữ liệu thế hệ mới với khả năng chuẩn hóa, liên thông đa nền tảng, giảm độ trễ và hỗ trợ ra quyết định dựa trên dữ liệu.

CRM LynkiD: hệ thống quản trị khách hàng thông minh, tối ưu hóa quy trình bán hàng, chăm sóc và cá nhân hóa trải nghiệm đa điểm chạm.

Hệ thống Loyalty số: giải pháp điểm thưởng dựa trên blockchain, bảo đảm minh bạch, linh hoạt và có khả năng liên kết đa doanh nghiệp.

Web3 Platform: kiến tạo môi trường tương tác phi tập trung, phù hợp với xu hướng Internet thế hệ mới.

AI ứng dụng: tích hợp sâu vào từng nền tảng nhằm tự động hóa vận hành, nâng cao hiệu suất và giảm chi phí xử lý.

Hệ sinh thái này không chỉ giúp doanh nghiệp Việt bứt tốc trong chuyển đổi số mà còn đóng góp vào việc hình thành nền tảng dữ liệu quốc gia minh bạch, an toàn và bền vững. Đặc biệt, mô hình loyalty số của LynkiD góp phần giảm thiểu rác thải nhựa, thúc đẩy tiêu dùng bền vững theo định hướng tăng trưởng xanh.

Với tầm nhìn dài hạn, đội ngũ trí thức trẻ và nền tảng công nghệ vững mạnh, LynkiD đã trở thành biểu tượng của tinh thần đổi mới sáng tạo Việt Nam. Các giải thưởng uy tín như Top 10 Doanh nghiệp Công nghệ số Xuất sắc Việt Nam 2025, Giải Vàng "Promising Digital Product" - Make in Vietnam Awards 2024 hay bộ đôi giải thưởng quốc tế tại Asian Innovation Excellence Awards 2025 đã khẳng định năng lực cạnh tranh tầm khu vực của doanh nghiệp.

Trong hành trình hiện thực hóa khát vọng xây dựng quốc gia số, LynkiD tiếp tục kiên định với sứ mệnh: mở rộng hệ sinh thái công nghệ Việt, phát triển các nền tảng dữ liệu quy mô lớn, đưa blockchain vào thực tiễn kinh doanh và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam. Hơn cả một doanh nghiệp công nghệ, LynkiD trở thành biểu tượng của trí tuệ Việt Nam trong kỷ nguyên bứt phá, nơi khát vọng đổi mới, tinh thần bản lĩnh và tầm nhìn dài hạn hòa quyện để tạo nên những giá trị mang tính dẫn dắt. Với hệ sinh thái công nghệ vững mạnh, đội ngũ nhân sự trẻ giàu nhiệt huyết cùng chiến lược phát triển nhất quán, LynkiD đang không ngừng khẳng định vị thế tiên phong trong hành trình chuyển đổi số quốc gia. ★



Phiên tọa đàm "Đổi mới Fintech: Ngân hàng như chất xúc tác" thuộc khuôn khổ sự kiện Super Vietnam 2025, ngày 04/6/2025.

CÔNG TY CỔ PHẦN THỜI TRANG yody và sứ mệnh nâng tầm thời trang Việt trên bản đồ khu vực



Thành lập năm 2014, trong bối cảnh ngành Dệt may Việt Nam còn phụ thuộc lớn vào nguyên liệu nhập khẩu, Công ty Cổ phần Thời trang YODY nổi lên như một minh chứng sống động cho nỗ lực chuyển dịch từ "gia công" sang "xây dựng thương hiệu Việt mang tầm vóc toàn cầu".

Ngay từ khi thành lập, YODY đã tập trung đầu tư vào nghiên cứu và phát triển (R&D) nhằm nâng cao tỷ lệ nội địa hóa nguyên liệu. Từ các sản phẩm Jeans Gai.Denim làm từ sợi gai xanh đến các sản phẩm Polo Cafe tận dụng nguồn nguyên liệu nông sản trong nước, doanh nghiệp đã chuyển từ vai trò "người mua nguyên liệu" sang "người kiến tạo công nghệ chất liệu". Sự chuyển dịch này giúp nâng cao giá trị nội tại của sản phẩm, giúp sản phẩm có chất lượng độc đáo phù hợp với khí hậu và nhu cầu người Việt. Đồng thời điều này cũng phản ánh trách nhiệm của YODY trong việc tham gia sâu vào chuỗi cung ứng bền vững, phù hợp với định hướng kinh tế tuần hoàn mà Nhà nước đang thúc đẩy.

Song song với chiến lược về nguồn nguyên liệu, YODY còn tiên phong trong lĩnh vực quản trị nhân sự thông qua việc phát triển mô hình "Nhà máy Hạnh phúc". Mô hình này được xây dựng trên nguyên tắc: môi trường làm việc tích cực, chuyên nghiệp, kết hợp với các chương trình đào tạo nghề bài bản và nâng chuẩn kỹ năng cho người lao động. YODY kỳ vọng thông qua việc nâng cao sự tôn trọng và kỹ năng, mỗi công nhân may sẽ được công nhận như những "nghệ nhân tỉ mỉ", từ đó góp phần tạo nên niềm tự hào cho sản phẩm Việt do chính người Việt kiến tạo. Việc coi nguồn nhân lực là tài sản quý giá nhất đã giúp YODY duy trì chất lượng sản phẩm ổn định và đạt chuẩn mực cao, là nền tảng cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.



Các sản phẩm có nguyên liệu từ sợi gai xanh.



Nhờ sự đầu tư toàn diện, sau hơn một thập kỷ phát triển mạnh mẽ, YODY đã xây dựng được mạng lưới vững chắc với gần 300 cửa hàng trải rộng 34/34 tỉnh thành. Độ phủ sâu rộng này khẳng định uy tín và sự tin cậy của YODY đối với mọi gia đình Việt. Thành công của YODY không chỉ giới hạn ở thị trường nội địa, mà còn được thừa nhận ở cấp độ khu vực khi công ty liên tục có tên trong Top 10 thương hiệu thời trang Đông Nam Á trong hai năm liên tiếp (2024, 2025).

Với việc kiểm soát toàn bộ chuỗi giá trị - từ nghiên cứu chất liệu, sản xuất đến phân phối - YODY đang thiết lập những chuẩn mực mới cho thời trang tiêu dùng. Và YODY không chỉ là một thương hiệu thời trang, mà còn là một điển hình về tinh thần khởi nghiệp và sáng tạo, góp phần khẳng định vị thế của doanh nghiệp Việt trong kỷ nguyên hội nhập. ★

BỆNH VIỆN MẮT QUỐC TẾ CUNG HỒNG SƠN

KIẾN TẠO CHUẨN MỰC MỚI

CHO NGÀNH NHÃN KHOA VIỆT NAM





GSDD.PGS.TS.BSCC. Cung Hồng Sơn, Chủ tịch HĐQT Hệ thống Bệnh viện Mắt Quốc tế Cung Hồng Sơn.

Bệnh viện Mắt Quốc tế Cung Hồng Sơn được thành lập theo Quyết định số 305/BYT-GPHĐ ngày 03/5/2021 của Bộ Y tế. Xuất phát điểm với 02 cơ sở hoạt động tại 709 đường Giải Phóng, phường Tương Mai, thành phố Hà Nội và 40C Út Tịch, phường Tân Sơn Nhất, Thành phố Hồ Chí Minh, Bệnh viện được định vị là một cơ sở nhãn khoa hiện đại, đáp ứng nhu cầu khám chữa bệnh của người dân cả nước, cũng như kiều bào và người nước ngoài. Không chỉ là nơi điều trị các bệnh lý về mắt, Bệnh viện còn là không gian học thuật, trung tâm đổi mới kỹ thuật cao và điểm tựa cho những chương trình thiện nguyện bền bỉ. Gần năm năm xây dựng và phát triển đã cho thấy một hành trình nhất quán: làm y tế bằng tâm, nâng chất lượng bằng tài và kiến tạo chuẩn mực mới bằng tầm nhìn chiến lược.

THƯƠNG HIỆU Y TẾ TƯ NHÂN NHÃN KHOA CHUYÊN SÂU

Dưới sự dẫn dắt của Giáo sư danh dự Hoa Kỳ, PGS.TS.BSCC. Cung Hồng Sơn, một trong những chuyên gia nhãn khoa hàng đầu Việt Nam cùng đội ngũ thầy thuốc, y bác sĩ có chuyên môn tay nghề cao, Bệnh viện đã xây dựng chiến lược phát triển rõ ràng, chú trọng vào kỹ thuật chuyên sâu và chăm sóc điều trị toàn diện.

Chỉ trong gần năm năm qua, Bệnh viện tiếp nhận hơn 200.000 lượt bệnh nhân, thực hiện khoảng 16.000 ca phẫu thuật, trong đó nhiều ca phức tạp ở các lĩnh vực: dịch kính, võng mạc, đục thủy tinh thể hay tật khúc xạ. Những thành tựu này là minh chứng thể hiện năng lực chuyên môn vượt trội của đội ngũ chuyên gia giàu kinh nghiệm và sự tin tưởng của người bệnh đối với một thương hiệu y tế tư nhân uy tín tại Hà Nội nói riêng và Việt Nam nói chung.

Nhằm đáp ứng yêu cầu khám, chữa bệnh ngày càng cao, bên cạnh cơ sở vật chất, trang thiết bị hiện đại. Bệnh viện còn đặc biệt đầu tư mạnh mẽ cho phát triển nguồn nhân lực. Đội ngũ chuyên môn của Bệnh viện Mắt Quốc tế Cung Hồng Sơn bao gồm các bác sĩ chuyên khoa II, thạc sĩ, tiến sĩ với nhiều năm kinh nghiệm tại bệnh viện tuyến trung ương. Đội ngũ kỹ thuật viên khúc xạ và điều dưỡng nhãn khoa được đào tạo bài bản, có khả năng làm chủ thiết bị công nghệ cao. Bệnh viện chú trọng xây dựng hệ thống đào tạo liên tục (CME)

bài bản theo chuẩn Bộ Y tế và mô hình học thuật quốc tế, bao gồm đào tạo nội bộ định kỳ, sinh hoạt khoa học hàng tuần, và hội chẩn ca khó liên khoa (khúc xạ - thủy tinh thể - dịch kính võng mạc). Bệnh viện cũng là cơ sở thực hành của Trường Đại học Y Hà Nội, đảm nhiệm việc đào tạo cho nhiều cấp bậc như sinh viên hệ bác sĩ đa khoa năm thứ năm, cử nhân khúc xạ nhãn khoa, bác sĩ chuyên khoa sơ bộ, bác sĩ chuyên khoa I, bác sĩ chuyên khoa II, bác sĩ Nội trú, thạc sĩ, và nghiên cứu sinh.

Trong xu thế toàn cầu hóa của ngành Y, Bệnh viện Mắt Quốc tế Cung Hồng Sơn xác định, hội nhập quốc tế không chỉ là lựa chọn, mà là con đường tất yếu để nâng tầm chất lượng khám chữa bệnh. Nhiều chương trình hợp tác với các trung tâm nhãn khoa hàng đầu châu Âu và Hoa Kỳ đã được triển khai, tập trung vào nghiên cứu chuyên sâu, trao đổi chuyên môn và chuyển giao kỹ thuật cao. Điều này giúp bệnh viện làm chủ những công nghệ mới, từ Femtocataract, SMILEpro, CLEAR/ CLEAR Pro đến các phương pháp điều trị giác mạc và võng mạc tiên tiến. Trong đó, nổi bật là những ca phẫu thuật khó và phức tạp về dịch kính võng mạc sử dụng camera nội nhãn mà các giáo sư, bác sĩ và chuyên gia nước ngoài đánh giá cao như: cắt dịch kính, bong võng mạc, treo thủy tinh thể nhân tạo bằng phương pháp không khâu... Hiện, Bệnh viện hợp tác với các hãng công nghệ quốc tế hàng đầu như Zeiss (Đức), Schwind (Đức), và Nidek.

Nhờ những nỗ lực này, Bệnh viện đã đạt nhiều danh hiệu quan trọng như: Top 10 Thương hiệu mạnh châu Á - Thái Bình Dương và danh hiệu Doanh nghiệp tiêu biểu vì sức khỏe cộng đồng. Bên cạnh đó, nhiều cá nhân và tập thể bác sĩ đã được tặng thưởng danh hiệu chiến sĩ thi đua hay nhận bằng khen của Bộ Y tế.

TRÁCH NHIỆM CỘNG ĐỒNG VÀ HÀNH TRÌNH VỊ NHÂN SINH

Một trong những nét đẹp làm nên bản sắc của Bệnh viện Mắt Quốc tế Cung Hồng Sơn là tinh thần trách nhiệm với cộng đồng. Song hành với hoạt động chuyên môn, bệnh viện dành nguồn lực đáng kể cho các chương trình từ thiện, chăm lo sức khỏe thị giác cho người nghèo và các đối tượng chính sách. Gần 5 năm qua, đơn vị đã thực hiện gần 2000 ca phẫu thuật đục thủy tinh thể miễn phí, mang lại ánh sáng cho những người không đủ điều kiện chi trả. Cá nhân PGS.TS.BSCC. Cung Hồng Sơn



Lễ ký kết hợp tác giữa Trường Đại học Y Hà Nội và Bệnh viện Mắt Quốc tế Cung Hồng Sơn, ngày 10/4/2025.



Lễ tiếp nhận chương trình vận động ủng hộ nhân dân Cuba.

trực tiếp mổ miễn phí hàng nghìn ca cho Bà mẹ Việt Nam Anh hùng, gia đình liệt sĩ, thương bệnh binh và người cao tuổi, gia đình có hoàn cảnh đặc biệt khó khăn, đồng bào bị ảnh hưởng sau bão lũ tại nhiều tỉnh thành. Các chương trình này đều được thực hiện thông qua Quỹ Từ thiện Lê Thị Tuệ (lấy tên mẹ của bác sĩ Cung Hồng Sơn), hoạt động độc lập và không tiếp nhận đóng góp bên ngoài. Điều đó tạo nên một dấu ấn đặc biệt: thiện nguyện không phải là phong trào, mà là trách nhiệm được duy trì bằng tấm lòng và sự trân quý.

Bệnh viện còn tham gia nhiều hoạt động an sinh khác như: tháng 09/2024, Bệnh viện ủng hộ hơn 230 triệu đồng chia sẻ khó khăn với đồng bào bị thiệt hại do bão số 3 Yagi, trong đó có 200 triệu đồng được gửi tới Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam. Ngày 27/02/2024, Bệnh viện đã ủng hộ 230 triệu đồng đến Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tỉnh Lạng Sơn để xây dựng đường bê tông tới cột mốc biên giới nhằm giúp các đơn vị chức năng tuần tra, giám sát biên giới hiệu quả hơn và tạo thuận lợi cho việc đi lại của bà con nhân dân. Bệnh viện cũng đóng góp 100 bình cứu hỏa phòng cháy chữa cháy cho bà con có hoàn cảnh và chính sách tại phường Giáp Bát, Hà Nội.

Hưởng ứng Chương trình ủng hộ nhân dân Cu Ba "65 năm nghĩa tình Việt Nam - Cu Ba" do Trung ương Hội Chữ thập đỏ Việt Nam phát động, Ban lãnh đạo và cán bộ công nhân viên Bệnh viện đã ủng hộ 200 triệu đồng. Mỗi chương trình đều thể hiện rõ triết lý của đơn vị: không chỉ chữa đôi mắt cụ thể của từng bệnh nhân, mà còn chung tay kiến tạo một cộng đồng khỏe mạnh, an toàn và giàu tính nhân văn.

NHÀ LÃNH ĐẠO TÀI GIỎI VÀ TẬN TÂM

PGS.TS.BSCC. Cung Hồng Sơn được biết đến với nhiều danh hiệu cao quý: Giáo sư danh dự Đại học Quốc tế Hoa Kỳ, Phó Giáo sư, Tiến sĩ, Thạc sĩ nhãn khoa Vương quốc Anh, Bác sĩ cao cấp, và Thầy thuốc ưu tú. Trước khi điều hành Bệnh viện Mắt Quốc tế Cung Hồng Sơn, ông từng giữ nhiều cương vị quan trọng tại Bệnh viện Mắt Trung ương, bao gồm: Phó Giám đốc, Chủ tịch Hội đồng khoa học kỹ thuật, Giám đốc Trung tâm đào tạo và chỉ đạo tuyến, và nguyên Trưởng khoa Khoa Dịch kính - Võng mạc.

Quá trình học tập và làm việc của ông gắn liền với các học bổng toàn phần và nghiên cứu tại các trung tâm nhãn khoa hàng đầu thế giới. Ông nhận học bổng toàn phần của Trường Đại học Y khoa Oregon (Mỹ), nơi ông học về Laser Excimer phẫu thuật tật khúc xạ, bệnh lý viêm màng bồ đào, ghép giác mạc, và phẫu thuật đục thủy tinh thể theo phương pháp Phaco. Ông cũng hoàn thành chương trình Thạc sĩ nhãn khoa Vương quốc Anh tại Bệnh viện Mắt Bristol, với luận án tốt nghiệp về Laser Argon điều trị tân mạch hắc võng mạc trong bệnh thoái hóa hoàng điểm tuổi già. Ông còn học về phẫu thuật bong võng mạc, bệnh lý võng mạc đái tháo đường tại Bệnh viện Mắt Western và Bệnh viện Hammersmith (London); và nghiên cứu về bệnh lý bán phần trước và sau, phẫu thuật phaco, bong võng mạc tại Bệnh viện Mắt Jules Gonin (Lausanne).

Với kiến thức chuyên môn sâu sắc và nhiều năm kinh nghiệm, PGS.TS.BSCC. Cung Hồng Sơn được nhiều bệnh nhân tin tưởng tìm đến khám và điều trị. Ông là bác sĩ duy nhất tại Việt Nam có thể thực hiện can thiệp phẫu thuật tốt ở cả bán phần trước và bán phần sau của nhãn cầu.

Về thành tựu phẫu thuật, ông là phẫu thuật viên có số lượng mổ cận thị nhiều nhất Việt Nam. Tính đến nay, ông đã trực tiếp thực hiện hơn 280.000 ca phẫu thuật mắt, bao gồm hơn 130.000 ca Phaco





PGS.TS.BSCC. Cung Hồng Sơn vinh dự được nhận danh hiệu Giáo sư danh dự của Trường Đại học quốc tế Hoa Kỳ, ngày 12/7/2025.

điều trị đục thủy tinh thể, hơn 130.000 ca tật khúc xạ, 25.000 ca về dịch kính võng mạc và hàng nghìn ca về Glôcôm, chấn thương, thẩm mỹ và các phẫu thuật khác. Đặc biệt, ông là phẫu thuật viên đầu tiên trên thế giới đã mổ 6.000 ca tật khúc xạ cận loạn thị bằng phương pháp CLEAR, thành tựu này đã được Thụy Sĩ cấp Chứng nhận giải thưởng Ziemer vào tháng 01/2023.

Bên cạnh hoạt động chuyên môn, PGS.TS.BSCC Cung Hồng Sơn còn đóng vai trò quan trọng trong công tác đào tạo, hướng dẫn nhiều sinh viên từ các trường đại học y khoa danh giá. Các học viên được đào tạo ở nhiều cấp độ, từ nghiên cứu sinh tiến sĩ, cao học thạc sĩ, bác sĩ chuyên khoa I, bác sĩ chuyên khoa 2, đến các lớp phẫu thuật chuyên sâu. Hiện tại, nhiều học sinh của ông đang nắm giữ cương vị lãnh đạo ở các bệnh viện và tỉnh thành trên cả nước.

Bệnh viện Mắt Quốc tế Cung Hồng Sơn đang hướng tới tầm nhìn chiến lược trong "Kỷ nguyên mới", tập trung trở thành trung tâm nhãn khoa chuyên sâu hàng đầu Việt Nam, tiên phong trong chuyển đổi số và công nghệ cao, đồng thời là trung tâm đào tạo - nghiên cứu quốc tế. Bệnh viện cam kết phát triển bền vững, tiếp tục các chương trình hướng tới cộng đồng như mổ mắt miễn phí, sàng lọc tật khúc xạ học đường và phòng chống mù lòa cho người dân ở vùng sâu - vùng xa của Tổ quốc. ★

THẦY THUỐC ƯU TÚ, THS. BSCKII

Lê Huy Thạch

Người thầy thuốc tâm đức hết lòng vì sức khỏe Nhân dân



Thầy thuốc Ưu tú,
ThS.BSCK II Lê Huy Thạch -
Giám đốc Bệnh viện Đa khoa Ninh Thuận.

Trong ngành Y tế, nhắc đến Thạc sĩ, Bác sĩ Chuyên khoa II Lê Huy Thạch Giám đốc Bệnh viện Đa khoa Ninh Thuận, là nhắc đến một người thầy thuốc mẫu mực, nhà quản lý tận tâm và tấm gương sáng về tinh thần học tập suốt đời.



Với phương châm "Lấy người bệnh làm trung tâm", bác sĩ Lê Huy Thạch luôn chú trọng tới việc nâng cao chất lượng dịch vụ y tế.

Hơn ba thập kỷ gắn bó với nghề, Thầy thuốc ưu tú, ThS. BSCKII Lê Huy Thạch không chỉ là người điều hành Bệnh viện hiệu quả mà còn là một nhà khoa học không ngừng tìm tòi, nghiên cứu. Đến nay, đã có nhiều sáng kiến, công trình khoa học đóng góp cho ngành Y; tham gia báo cáo công trình khoa học, chủ tọa đoàn của nhiều hội nghị khoa học kỹ thuật trên toàn quốc.

Các đề tài và nghiên cứu khoa học được nghiệm thu đóng góp lớn trong công tác bảo vệ, chăm sóc sức khỏe Nhân dân. Đặc biệt, ông luôn trăn trở và dành nhiều tâm huyết để tìm hiểu về căn bệnh hiếm gặp Takayasu. Từ đó, ông đã thực hiện đề tài nghiên cứu khoa học "Đặc điểm bệnh Takayasu ở trẻ em" để đề xuất những phương pháp chẩn đoán, điều trị và hỗ trợ phù hợp, góp phần nâng cao hiệu quả chăm sóc cho bệnh nhi mắc bệnh này.

Dưới sự dẫn dắt của ThS. BSCKII Lê Huy Thạch, Bệnh viện Đa khoa Ninh Thuận đạt nhiều thành tựu quan trọng: Hệ thống kỹ thuật được hiện đại hóa, năng lực chuyên môn của đội ngũ y bác sĩ không ngừng được nâng cao, tỷ lệ điều trị thành công ngày càng cải thiện. Đặc biệt, niềm tin của người dân vào Bệnh viện ngày càng được củng cố, khẳng định uy tín và vị thế vững vàng trong công tác khám, chữa bệnh.

Bằng tư duy quản lý hiện đại, tầm nhìn chiến lược và trái tim của người thầy thuốc, ThS.BSCKII Lê Huy Thạch đã góp phần định hình hướng phát triển bền vững cho Bệnh viện Đa khoa Ninh Thuận và ngành Y tế địa phương. Sự giản dị, gần gũi cùng trí tuệ và nhiệt huyết của ông để lại dấu ấn sâu sắc trong lòng đồng nghiệp, người dân và là tấm gương sáng cho thế hệ y bác sĩ trẻ noi theo. ★





PGS.TS. NGUYỄN THỊ CHÍNH
Hành trình đột phá trong công nghệ nấm dược liệu


International Union of Food Science and Technology
IUFoST
CERTIFICATE
LINH CHI MUSHROOM CO. LTD.
BETA GLUCAN GOLD
THE GLOBAL FOOD INDUSTRY AWARD
FINALIST
Presented at the 21st World Congress of Food Science and Technology
2 November 2021
Singapore
IUFoST

Sản phẩm Beta Glucan Gold của Công ty TNHH Nấm Linh Chi đạt Giải thưởng khoa học công nghệ, công nghiệp thực phẩm toàn cầu lần thứ 21, tháng 11/2022.

Từ phòng thí nghiệm nhỏ trên đất châu Âu đến những sản phẩm nấm dược liệu có mặt trong đời sống hàng vạn gia đình Việt Nam, hành trình của PGS.TS. Nguyễn Thị Chính là câu chuyện về bản lĩnh trí thức, lòng kiên định và khát vọng cống hiến. Người phụ nữ được mệnh danh "Bà chúa nấm" đã mở lối cho ngành Nấm dược liệu trong nước, biến hiểu biết khoa học thành giá trị thiết thực cho cộng đồng.



Bén duyên với những cây nấm

Sinh năm 1947 tại làng Hành Thiện, Nam Định (nay là Ninh Bình), PGS.TS. Nguyễn Thị Chính thuộc thế hệ nữ trí thức Việt Nam được đào tạo bài bản tại Tiệp Khắc. Mang trong mình khát vọng khẳng định năng lực tiếp thu tri thức của người Việt, bà miệt mài nghiên cứu trong suốt những năm tháng du học và trở thành một trong những người đầu tiên đưa các giống nấm ăn năng suất cao từ châu Âu về Việt Nam.

Khi trở về công tác tại Bộ môn Vi sinh, Trường Đại học Tổng hợp Hà Nội, bà bắt tay vào thử nghiệm và đưa giống nấm sò, nấm mỡ trồng trên những phụ phẩm quen thuộc như rơm, rạ, mùn cưa. Thành công của công trình không chỉ giúp đa dạng hóa nguồn thực phẩm giàu dinh dưỡng mà còn mở ra hướng phát triển mới cho nông nghiệp Việt Nam, góp phần giải quyết việc làm và tạo sản phẩm sạch cho thị trường. Đặc biệt, nghiên cứu "Công nghệ sản xuất nấm sò trên rơm lúa mì không cần khử trùng nguyên liệu" đã được Nhà nước Tiệp Khắc cấp Bằng sáng chế (Patent ZN 3286) và được chứng nhận là tiến sĩ khoa học sau khi bảo vệ luận án. Khi về Việt Nam, công nghệ này nhanh chóng được chuyển giao và triển khai rộng rãi tại nhiều địa phương, trở thành bước khởi đầu quan trọng của ngành nấm ăn trong nước.

Năm 1993, bà chuyển hướng sang nghiên cứu nấm dược liệu, một lĩnh vực còn mới tại Việt Nam. Từ linh chi, vân chi, đông trùng hạ thảo đến đầu khỉ, đồng tiền vàng..., bà và cộng sự đã xác định nhiều hoạt chất quý, thực hiện thử nghiệm lâm sàng tại một số bệnh viện cho bệnh nhân ung thư, tiểu đường, HIV/AIDS. Từ các đề tài, dự án nghiên cứu, PGS.TS. Nguyễn Thị Chính đã phát triển những công nghệ mới giúp rút ngắn thời gian nhân giống và sản xuất. Bà cũng là người đầu tiên tạo sinh khối nấm dược liệu dạng sợi, đặc biệt là linh chi dạng sợi cho hiệu quả làm tan u tới 87,06%, cao gấp 10 lần quả thể linh chi thông thường (theo đề tài hợp tác Việt Nam - Hàn Quốc).

Khoa học phải phục vụ đời sống

Với triết lý "khoa học phải phục vụ đời sống", năm 2001, PGS.TS. Nguyễn Thị Chính cùng chồng thành lập Công ty TNHH Nấm Linh Chi,

doanh nghiệp tiên phong gắn kết nghiên cứu khoa học với thực tiễn, đưa nấm dược liệu vào sản xuất và thương mại hóa.

Trải qua hơn hai thập kỷ, các sản phẩm của Công ty đã cung cấp nguồn dưỡng chất và hoạt chất sinh học hỗ trợ tăng cường miễn dịch, phục hồi chức năng trí tuệ. Nổi bật là Beta Glucan Gold - sản phẩm chứa Beta glucan và các hoạt chất quý, giúp nâng cao sức đề kháng và hỗ trợ phòng ngừa nhiều bệnh mãn tính, đặc biệt là ung thư bằng liệu pháp miễn dịch.

Theo báo cáo nghiên cứu, hoạt chất Beta glucan có trong Beta Glucan Gold đã được Viện Vệ sinh dịch tễ Trung ương xác định có khả năng ức chế virus SARS-CoV-2 trong điều kiện phòng thí nghiệm ở nồng độ thấp. Bên cạnh đó, Trung tâm Nghiên cứu Sản xuất Vắc xin và Sinh phẩm y tế ghi nhận sản phẩm có khả năng ức chế sự phát triển của tế bào ung thư biểu mô cổ tử cung Hep2C. Các kết quả nghiên cứu này mang lại giá trị khoa học đáng kể, đóng góp cho Công ty, đất nước và công tác chăm sóc - bảo vệ sức khỏe cộng đồng.

Cho đến nay, sản phẩm từ nấm dược liệu của Công ty đã được sử dụng để hỗ trợ chăm sóc sức khỏe cho hàng vạn người, trong đó nhiều bệnh nhân cho biết sức khỏe được cải thiện, nhiều trường hợp đã được kéo dài tuổi thọ.



Hình ảnh PGS.TS. Nguyễn Thị Chính được trưng bày ở Văn Miếu - Quốc Tử Giám về phụ nữ Việt Nam.





PGS.TS. Nguyễn Thị Chính nhận giải thưởng Gương mặt doanh nhân xuất sắc 3 miền, năm 2017.



PGS.TS. Nguyễn Thị Chính bên những sản phẩm từ nấm dược liệu.



Tỏa sáng từ triết lý phụng sự sức khỏe cộng đồng

Ngoài vai trò nhà giáo, nhà khoa học và doanh nhân, PGS.TS. Nguyễn Thị Chính còn dành nhiều tâm huyết cho hoạt động chăm sóc sức khỏe cộng đồng. Trong đại dịch COVID-19, bà và Công ty TNHH Nấm Linh Chi đã trao tặng 1.000 suất sản phẩm từ nấm dược liệu để hỗ trợ sức khỏe cho đội ngũ y, bác sĩ tuyến đầu chống dịch; 100 suất Beta Glucan Gold và Sinh Linh cho người cao tuổi. Ngoài ra, bà thường xuyên đồng hành cùng các chương trình thiện nguyện, hỗ trợ bệnh nhân nghèo và tham gia đóng góp ý kiến vào các tọa đàm, hội thảo khoa học về chăm sóc sức khỏe, đặc biệt là cho người cao tuổi, phụ nữ và người mắc bệnh mãn tính.

Dù đã ở tuổi gần 80, PGS.TS. Nguyễn Thị Chính vẫn miệt mài nghiên cứu và tiếp tục theo đuổi những lĩnh vực công nghệ mới. Với những đóng góp bền bỉ, bà được Đảng, Nhà nước, Chính phủ và các bộ, ngành trao tặng nhiều phần thưởng cao quý: 02 Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ, 02 Bằng khen của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam, Huy chương Vì sự nghiệp Giáo dục, Huy chương Vì sự nghiệp Khoa học Công nghệ, Giải thưởng Vifotech sáng tạo Việt Nam, Giải thưởng Doanh nhân tiêu biểu ASEAN (năm 2017) và Phụ nữ Thủ đô tiêu biểu. Ngoài nghiên cứu khoa học, bà còn giữ chức Phó Hiệu trưởng Trường Đại học Thành Đô, Phó Chủ tịch Hội Giáo dục Chăm sóc Sức khỏe Cộng đồng Việt Nam và nhiều hội khác từ năm 2008 đến nay.

Hành trình của bà - từ người nữ trí thức Việt Nam trên đất châu Âu đến "Bà chúa nấm", "Nữ hoàng nấm" của ngành nấm ăn và nấm dược liệu là minh chứng cho sức mạnh của tri thức và sự cống hiến không ngừng nghỉ vì bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe cộng đồng. ★

DOANH NHÂN NGUYỄN ĐẠT THỰC

KHI NIỀM TIN DẪN LỐI DOANH NGHIỆP BẤT ĐỘNG SẢN



Trong bức tranh nhiều gam màu của thị trường bất động sản, không ít doanh nghiệp chọn chiến lược tăng trưởng nhanh, vẫn có những người kiên định với con đường chậm hơn nhưng chắc chắn hơn: xây dựng niềm tin bằng sự thẳng thắn và đạo đức nghề nghiệp. Doanh nhân Nguyễn Đạt Thực, nhà sáng lập Công ty Cổ phần Trung Thực Land là một trong số ít người chọn hướng đi như vậy. Mười năm gây dựng sự nghiệp, Ông vẫn nhất quán với triết lý "nói trung thực - làm trung thực", xem minh bạch là gốc rễ tạo nên giá trị bền vững.

Nhân dịp ra mắt ấn phẩm "Việt Nam - Kỷ nguyên Vươn mình", phóng viên Tạp chí Tổ chức nhà nước và Lao động có cuộc trò chuyện cùng ông để hiểu rõ hơn hành trình xây dựng Trung Thực Land và những suy ngẫm về đạo đức kinh doanh trong thời kỳ chuyển động mạnh mẽ của thị trường.

Thưa ông, "trung thực" là giá trị cốt lõi của Trung Thực Land. Trong thực tế, làm thế nào để giá trị ấy không chỉ dừng ở khẩu hiệu mà trở thành văn hóa, trở thành hành vi của từng nhân sự trong mọi giai đoạn phát triển của doanh nghiệp?

Ngay từ khi thành lập, tôi đặt tên Công ty là Trung Thực Land với slogan truyền tải rất rõ định hướng phát triển của doanh nghiệp: "Nói trung thực - làm trung thực". Đó không chỉ là tên gọi mà còn là "kim chỉ nam" phát triển, giúp mỗi nhân sự luôn ý thức rằng chúng tôi phải khác biệt bằng thông tin chính xác.

Trên thực tế, thị trường bất động sản có thời điểm rất sôi động nhưng cũng không ít biến động. Muốn tạo dấu ấn trong bối cảnh ấy, tôi hiểu rằng chúng tôi phải đi theo con đường minh bạch và chân thật.

Thời điểm Trung Thực Land bắt đầu định hình thương hiệu cũng là lúc video và các nền tảng



Ban lãnh đạo Công ty Cổ phần Trung Thực Land.

mạng xã hội bùng nổ mạnh mẽ. Ngay lập tức, chúng tôi nắm bắt và sử dụng các kênh này để tiếp cận khách hàng, truyền thông thương hiệu. Tôi tin rằng, nếu chúng tôi dám cho khách hàng thấy sản phẩm một cách chân thực, chi tiết - thì niềm tin sẽ được xây dựng. Chúng tôi đưa ra từng chi tiết: vị trí thực tế, đường xá, tiện ích, vật liệu, giấy tờ pháp lý… để khách hàng chỉ cần ngồi ở nhà là hình dung đầy đủ và đưa ra quyết định.

Điều quan trọng nhất là chúng tôi không thổi phồng sản phẩm. Ở nhiều nơi, việc tư vấn sai hoặc che bớt thông tin khá phổ biến. Nhưng tại Trung Thực Land, tôi đặt ra nguyên tắc: "Bán bằng sự thật, không phải bằng lời nói". Lãnh đạo nêu gương, đội ngũ thực hành, dần dần văn hóa ấy trở thành một "bản sắc" không thể thay đổi.

Theo ông, doanh nghiệp bất động sản "có tầm" cần hội đủ những yếu tố nào? Và Trung Thực Land lựa chọn đầu tư dự án theo tiêu chí ra sao để vừa mang lợi ích cho nhà đầu tư, vừa bảo đảm trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp?

Tôi nghĩ, một doanh nghiệp nói chung hay doanh nghiệp bất động sản có tầm nói riêng không thể chỉ đo bằng lợi nhuận. Điều quan trọng nhất là doanh nghiệp có tiêu chí đầu tư rõ ràng, nhất quán. Với Trung Thực Land, tiêu chí đầu tiên và bắt buộc là sự minh bạch về pháp lý. Rất nhiều người chạy theo vị trí, nhưng theo tôi, nếu pháp lý mờ thì dù nằm ở đâu cũng tiềm ẩn rủi ro.

Hầu hết tất cả dự án của chúng tôi đều phải có sổ đỏ hoặc giấy tờ pháp lý rõ ràng. Khi khách hàng sở hữu một tài sản mà biết chắc mình "đứng tên hợp lệ", họ mới thật sự yên tâm. Sau pháp lý, chúng tôi xem xét vị trí, điều kiện liên kết vùng, khả năng tăng trưởng theo quy hoạch. Tiềm năng không phải lúc nào cũng đến ngay, nó phụ thuộc vào sự phát triển kinh tế - xã hội, hạ tầng giao thông, dòng vốn… Vậy nên từng loại hình từ đất nền, biệt thự, nhà phố đến khu công nghiệp… đều cần có chiến lược riêng.

Trung Thực Land tư vấn khách hàng bằng cả cơ hội lẫn rủi ro. Khách hàng được chuẩn bị từ kiến thức đến tâm lý và tài chính. Khi họ hiểu rõ, họ đầu tư thông minh và an toàn hơn. Tôi nghĩ đó chính là trách nhiệm của người làm nghề: đem đến sản phẩm tốt, thông tin đúng và sự tử tế trong mọi khâu.



Tập thể lãnh đạo và nhân viên Công ty Trung Thực Land.



Workshop Hành trình từ con số 0 đến siêu chiến binh bất động sản tổ chức ngày 24/5/2025.

Thị trường bất động sản đang chuyển đổi rất nhanh cả về số hóa lẫn xu hướng xanh. Là người lãnh đạo, ông làm thế nào để giúp Trung Thực Land thích ứng với thời đại, nhưng vẫn giữ được bản sắc của mình?

Thay đổi là điều bắt buộc. Nếu đứng yên, doanh nghiệp sẽ bị loại khỏi cuộc chơi. May mắn là ngay từ khi thành lập, chúng tôi đã khai thác con đường số hóa một cách mạnh mẽ, đặc biệt là sử dụng TikTok.

Trước đây, tôi đã có kinh nghiệm phát triển Trung Thực Auto qua ứng dụng TikTok và thu được những kết quả tích cực: thương hiệu lan tỏa nhanh, viral mạnh và ôtô thực sự bán được qua nền tảng này. Dựa trên những thành công đó, tôi hiểu rất rõ hành vi người dùng đang thay đổi, và khách hàng trên bất kỳ nền tảng nào rồi cũng sẽ trưởng thành. Khi Trung Thực Land ra đời, chúng tôi tiếp tục đẩy mạnh TikTok như mũi nhọn, sau đó lan tỏa sang các nền tảng khác như: YouTube, Facebook, Instagram… Điều này giúp thương hiệu phủ mạnh trong hệ sinh thái số.

Giữ vững và phát triển mạnh gốc rễ nhưng không ngừng cập nhật và mở rộng mạng lưới. Đó là cách chúng tôi thích ứng, khẳng định và phát triển thương hiệu Trung Thực Land trên nền tảng số. Còn để phát triển mà vẫn giữ được bản sắc của công ty, theo tôi, đó là yếu tố đến từ đội ngũ lãnh đạo. Những người lãnh đạo phải có kiến thức, trải nghiệm, tầm nhìn và thực sự làm thật. Tôi cho rằng khi chúng tôi làm thật, khách hàng tin tưởng, doanh nghiệp sẽ phát triển bền vững.

Nhìn lại chặng đường đã đi, ông đánh giá thế nào về vai trò của chiến lược và niềm tin trong thành công của Trung Thực Land? Nếu được gửi một thông điệp tới thế hệ doanh nhân trẻ, ông muốn chia sẻ điều gì?

Tôi tin rằng doanh nghiệp muốn phát triển bền vững cần có sự cân bằng giữa chiến lược rõ ràng và niềm tin vào con người. Một chiến lược tốt mà thiếu đội ngũ giỏi thì khó thành công. Ngược lại, có con người tốt nhưng chiến lược mơ hồ cũng khó đi xa. Và điều tạo nên Trung Thực Land hôm nay là: định hướng phát triển rõ ràng, lãnh đạo có tâm - có tầm, đội ngũ đoàn kết và văn hóa minh bạch. Khi mọi người làm việc với ý thức trách nhiệm và giá trị chung, doanh nghiệp sẽ có nội lực để vượt qua biến động của thị trường.

Với các doanh nhân trẻ, tôi chỉ muốn nhấn mạnh rằng: hãy liên tục học hỏi, trau dồi kiến thức, kỹ năng và nâng tầm bản thân mỗi ngày. Nhưng quan trọng hơn, hãy xây dựng nền tảng giá trị vững vàng. Khi có tư duy đúng, đạo đức nghề nghiệp và đội ngũ đồng hành phù hợp, bạn sẽ tìm được con đường phát triển của riêng mình. Sự tử tế, tinh thần cầu tiến và khả năng kết nối sẽ tạo nên những doanh nghiệp có sức sống dài lâu, mang lại giá trị cho cộng đồng và đất nước.

Xin trân trọng cảm ơn những chia sẻ chân thành của ông! ★



Lâm Vũ Group

KHÁT VỌNG ĐƯA ẨM THỰC VIỆT NAM VƯƠN TẦM THẾ GIỚI





Ẩm thực không chỉ là món ăn, mà còn là linh hồn, văn hóa của một quốc gia. Dựa trên niềm tin đó, Lâm Vũ Group đã và đang kiến tạo hành trình nhằm đưa ẩm thực Việt Nam vươn tầm thế giới.



Ẩm thực là bản sắc kết nối toàn cầu

Từ niềm tin cốt lõi này, doanh nhân Lâm Quang Vũ, Chủ tịch HĐQT, Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Ẩm thực Lâm Vũ đã dẫn dắt Lâm Vũ Group kiến tạo một hành trình mới cho ngành Ẩm thực Việt Nam. Khởi nghiệp từ năm 2015, chỉ với xe đẩy bánh mì que Đà Nẵng trên đường Xô Viết Nghệ Tĩnh, ông Lâm Quang Vũ đối diện những giới hạn của mô hình tự vận hành. Tuy nhiên, thay vì mở rộng bằng số lượng điểm bán, ông lựa chọn một hướng đi đột phá: chuyển sang mô hình nhượng quyền, một mô hình phổ biến tại các nền kinh tế phát triển nhưng còn mới mẻ với phần lớn doanh nghiệp Việt thời điểm đó.

Sự táo bạo và tư duy chuẩn mực trong quản trị chuỗi giúp Lâm Vũ Group xây dựng nền tảng vững chắc. Sau 7 năm thăng trầm, đến năm 2024, Tập đoàn đã sở hữu hơn 3.000 đại lý, trở thành hệ thống phục vụ bữa sáng lớn nhất cả nước với hơn 7 triệu suất ăn mỗi tháng. Đây là con số không chỉ mang ý nghĩa về quy mô, mà còn phản ánh sự đáp ứng của Tập đoàn trước nhu cầu ẩm thực hiện đại: nhanh - sạch - tiện lợi - giá hợp lý.

Những nỗ lực đổi mới sáng tạo được ghi nhận bằng giải Nhà lãnh đạo Xuất sắc châu Á 2022 dành cho doanh nhân Lâm Quang Vũ và giải Sản phẩm, Dịch vụ chất lượng quốc tế 2022 dành cho thương hiệu Chuỗi Bánh Mì Việt, minh chứng cho uy tín và chất lượng đạt chuẩn quốc tế.

"Mỗi món ăn mang theo câu chuyện của người Việt, và Lâm Vũ mang theo khát vọng kể câu chuyện ấy cho cả thế giới", ông Vũ khẳng định. Đó cũng là triết lý xuyên suốt định hình chiến lược của Tập đoàn trong giai đoạn mới: đưa sản phẩm Việt - bản sắc Việt - tinh thần Việt ra thị trường quốc tế.



Doanh nhân Lâm Quang Vũ nhậm chức Phó Trưởng ban Hội đồng doanh nghiệp Viện Chống gian lận thương mại và hàng giả (ANCOFI).



Doanh nhân Lâm Quang Vũ tại buổi gặp mặt và trao đổi định hướng cùng hệ thống đại lý nhượng quyền.

Công nghệ hóa chuỗi cung ứng - nền tảng cho sản phẩm sạch, minh bạch và chuẩn quốc tế

Một doanh nghiệp ẩm thực bền vững không thể chỉ dựa vào công thức món ăn. Điều tạo nên giá trị dài hạn chính là năng lực quản trị chuỗi cung ứng và đảm bảo chất lượng sản phẩm đồng nhất trên diện rộng. Lâm Vũ Group sớm nhận ra điều đó và đầu tư mạnh mẽ vào hệ thống sản xuất - công nghệ.

Đi lên từ món bánh mì truyền thống, Lâm Vũ Group đã phát triển danh mục sản phẩm phong phú, kết hợp tinh hoa ẩm thực Việt với phong vị quốc tế: hamburger, mì Ý, cơm cuộn, cơm nắm… Tất cả được "Việt hóa" một cách tinh tế, phù hợp khẩu vị đại chúng nhưng vẫn mang tính hiện đại, tiện lợi.

Điểm tạo nên khác biệt của Tập đoàn chính là chiến lược công nghệ hóa toàn bộ chuỗi cung ứng. Nhà máy 3.000m² với dây chuyền hiện đại được xây dựng nhằm bảo đảm chất lượng sản phẩm theo chuẩn quốc tế, từ nguyên liệu đầu vào, chế biến, đóng gói đến phân phối. Cam kết "Sạch - Ngon - Chất lượng - Giá hợp lý" được kiểm chứng bằng quy trình kiểm soát nghiêm ngặt, minh bạch, đáp ứng kỳ vọng ngày càng cao của người tiêu dùng.

Lâm Vũ Group còn là một trong những doanh nghiệp tiên phong ứng dụng hệ thống quản lý thông minh trong vận hành mạng lưới hàng nghìn điểm bán. Nhờ nền tảng công nghệ này, đại lý và nhà phân phối dễ dàng theo dõi doanh số, kiểm soát tồn kho, tối ưu vận hành chỉ với vài thao tác trên điện thoại. Chính sự chủ động công nghệ hóa giúp Lâm Vũ Group giữ vững cam kết đẩy lùi thực phẩm bẩn, đưa đến thị trường những sản phẩm "chuẩn quốc tế - hợp khẩu vị Việt" với mức giá phù hợp đa số người tiêu dùng. Đây cũng là nền tảng quan trọng để mô hình nhượng quyền của Tập đoàn có thể nhân rộng ra thị trường nước ngoài.



Chuỗi Hệ thống ẩm thực Lâm Vũ thu hút đông đảo khách hàng nhờ mô hình cửa hàng hiện đại và sản phẩm Sạch – Ngon – Chất lượng – Giá hợp lý.

Lan tỏa thịnh vượng và tinh thần doanh nhân Việt tiên phong

Khác với nhiều mô hình nhượng quyền đòi hỏi vốn lớn và quy trình vận hành phức tạp, Lâm Vũ Group lựa chọn con đường bao trùm tính xã hội: mang lại cơ hội khởi nghiệp cho hàng nghìn người Việt. Từ người trẻ mong muốn tự lập, phụ nữ nội trợ tìm nguồn thu ổn định, đến công nhân, người lao động muốn cải thiện thu nhập - tất cả đều có thể bắt đầu với chi phí hợp lý.

Sự đồng hành giữa ẩm thực, con người và công nghệ đã tạo nên một làn sóng thay đổi tích cực, giúp vô số cá nhân cải thiện cuộc sống gia đình và góp phần làm giàu cho chính vùng đất họ đang sinh sống. Chia sẻ điều này, ông Lâm Quang Vũ cho biết: "Mỗi cửa hàng thành công là một gia đình hạnh phúc hơn, một câu chuyện Việt được viết tiếp bằng chính vị ngon quê hương".



Dây chuyền sản xuất patty burger tự động tại nhà máy Lâm Vũ.

Bên cạnh hoạt động kinh doanh, Lâm Vũ Group luôn giữ vững tinh thần trách nhiệm xã hội. Công ty thường xuyên tổ chức các hoạt động thiện nguyện như chương trình "Cùng bạn đến trường", phát cơm từ thiện định kỳ. Đặc biệt, trong những thời điểm gian khó như mùa Covid-19, chiến dịch "Bánh mì 0 đồng" đã mang đến vô số bữa ăn miễn phí, và gần đây nhất là việc quyên góp thần tốc hỗ trợ đồng bào vùng bão lũ năm 2024.



Khách hàng tham quan nhà máy và được giới thiệu quy trình sản xuất chuẩn hóa.



Hệ thống máy nhũ hóa công nghiệp sử dụng trong quy trình chế biến tại nhà máy Lâm Vũ.

Hiện, Lâm Vũ Group đang triển khai chiến lược chuẩn hóa hệ thống nhượng quyền theo tiêu chuẩn quốc tế, xây dựng quy trình vận hành tối ưu, đẩy mạnh đầu tư vào chuyển đổi số và mở rộng mạng lưới hỗ trợ đại lý. Mục tiêu của Tập đoàn không chỉ dừng ở việc mở rộng thị phần, mà là đưa mô hình kinh doanh ẩm thực Việt ra thế giới - nơi câu chuyện về tinh thần doanh nhân Việt dám nghĩ, dám làm, dám tiên phong sẽ được kể bằng chính những món ăn giản dị mà giàu bản sắc.

Từ chiếc xe bánh mì nhỏ bé, Lâm Vũ Group đã tạo dựng một nền tảng vững chắc, một hệ sinh thái ẩm thực mang tầm vóc mới và một triết lý kinh doanh hướng đến giá trị lâu dài. Hành trình đó là một lát cắt tiêu biểu của doanh nghiệp Việt thời hội nhập, kiên trì, sáng tạo, nhân văn và đầy khát vọng vươn ra thế giới. ★





VINACEUTICALS

Khát vọng hội nhập trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc

Với sứ mệnh đồng hành cùng cộng đồng trong hành trình chăm sóc và tôn vinh làn da Việt, VinaCeuticals được sáng lập như một hệ sinh thái chăm sóc da chuyên biệt thông qua những sản phẩm an toàn, hiệu quả, phù hợp với làn da Á Đông, đặc biệt là Việt Nam. Thời gian qua, VinaCeuticals kiên định theo đuổi mục tiêu lan tỏa vẻ đẹp khỏe mạnh - khoa học, đồng thời kiến tạo những giá trị bền vững cho ngành Dược mỹ phẩm Việt Nam.

Xuất thân là dược sĩ - giảng viên bào chế, đồng thời có niềm đam mê sâu sắc với khoa học thẩm mỹ, CEO & Founder Phạm Minh Hữu Tiến (DST) theo đuổi triết lý kinh doanh: "An toàn - khoa học - minh bạch", mong muốn mang đến những sản phẩm chất lượng, đáp ứng nhu cầu cộng đồng tiêu dùng Việt.

Với nền tảng chuyên môn vững chắc, qua hơn một thập kỷ, DST cùng đội ngũ R&D định hướng quá trình nghiên cứu - phát triển theo chuẩn mực quốc tế, đầu tư mạnh mẽ vào nghiên cứu công thức, kiểm nghiệm và chuẩn hóa quy trình sản xuất. Đồng thời, chú trọng xây dựng văn hóa doanh nghiệp gắn với trách nhiệm xã hội, hướng tới mục tiêu nâng tầm dược mỹ phẩm Việt trên thị trường quốc tế.

Hệ sinh thái VinaCeuticals: bước chuyển từ thương hiệu đơn lẻ đến mô hình dược mỹ phẩm toàn diện

Khởi nguyên của VinaCeuticals được bắt đầu với DrCeutics vào năm 2021, thương hiệu dược mỹ phẩm tập trung vào các hoạt chất với nồng độ khác nhau cho từng vấn đề da, giúp người dùng chăm sóc da an toàn tại nhà. Mặc dù ra mắt trong thời điểm sau đại dịch COVID-19 còn nhiều khó khăn, nhưng với những nỗ lực nghiên cứu và phát triển dựa trên nền tảng khoa học, DrCeutics được đón nhận và tin dùng bởi hàng triệu người tiêu dùng Việt Nam. Tiếp nối sự thành công đó, AcneCeutics ra mắt với các sản phẩm được thiết kế chuyên biệt cho da mụn dựa trên các hoạt chất chống viêm - kháng khuẩn đã được chứng minh hiệu quả lâm sàng.







Họp báo "Tự hào Việt Nam" chính thức giới thiệu hệ sinh thái VinaCeuticals.

Tháng 07/2025, trong họp báo "Tự hào Việt Nam", VinaCeuticals chính thức được giới thiệu đến công chúng, đánh dấu bước tiến chiến lược mới với mô hình hệ sinh thái bao gồm các thương hiệu con đáp ứng cho từng dòng sản phẩm chuyên biệt cho các vấn đề da, tập trung phát triển theo định hướng R&D hiện đại, kiểm nghiệm in vitro - in vivo, hướng đến một hệ sinh thái dược mỹ phẩm - chăm sóc da toàn diện.

Với sự kết hợp giữa "Việt Nam" và "Cosmeceuticals", VinaCeuticals thể hiện tinh thần sản phẩm được nghiên cứu và phát triển bởi đội ngũ chuyên gia Việt Nam. Đây là sự khẳng định cho năng lực R&D nội địa và niềm tự hào khi xây dựng một hệ sinh thái dược mỹ phẩm do người Việt tạo ra, đưa thương hiệu dược mỹ phẩm Việt vươn ra thị trường quốc tế một cách chuẩn mực và bền vững.

Tự chủ từ nghiên cứu đến sản xuất - lấy khoa học làm nền tảng

VinaCeuticals tự hào là một trong số ít doanh nghiệp mỹ phẩm trong nước có khả năng làm chủ toàn bộ quy trình từ nghiên cứu, tối ưu công thức đến sản xuất bao bì và thành phẩm. Điều này khẳng định vị thế tiên phong của một thương hiệu khoa học - hiện đại - mang bản sắc Việt: "PROUDLY MADE IN VIETNAM". Theo đuổi triết lý phát triển dựa trên khoa học: mỗi công thức đều được tối ưu hoạt chất, mỗi sản phẩm đều được sản xuất và kiểm nghiệm chặt chẽ, nhằm mang đến những giải pháp chăm sóc da hiệu quả, an toàn phù hợp với làn da Việt.

Nhà máy sản xuất bao bì khép kín của VinaCeuticals tại Thành phố Hồ Chí Minh.



Cùng với sự phát triển lớn mạnh từng ngày của thương hiệu, VinaCeuticals không ngừng mở rộng quy mô nhân sự, xây dựng đội ngũ chuyên môn dày dạn kinh nghiệm, am hiểu về khoa học làn da và cập nhật xu hướng mỹ phẩm hiện đại. Song hành cùng đó là đầu tư cho hệ thống các trang thiết bị nghiên cứu tiên tiến, nhà máy sản xuất đạt chuẩn GMP tại thành phố Cần Thơ và nhà máy bao bì khép kín tại Thành phố Hồ Chí Minh, hình thành một hệ sinh thái dược mỹ phẩm toàn diện - nơi mọi công đoạn đều được kiểm soát chặt chẽ từ ý tưởng đến sản phẩm cuối cùng.

VinaCeuticals Unitour: sứ mệnh đồng hành và ươm mầm tri thức Việt

Trong hành trình phát triển, VinaCeuticals luôn chú trọng đồng hành cùng sinh viên thông qua nhiều hoạt động ngoại khóa ý nghĩa, từ các cuộc thi học thuật đến những chương trình nghệ thuật gây quỹ. VinaCeuticals Unitour được triển khai như một chuỗi hoạt động tại các trường đại học nhằm lan tỏa giá trị tích cực, khuyến khích học sinh - sinh viên không chỉ phấn đấu đạt thành tích tốt trên giảng đường mà còn hiểu biết cách chăm sóc da một cách khoa học và đúng đắn.

VinaCeuticals trao tặng các phần quà và suất học bổng cho sự kiện "Blouse Wearing Ceremony" tại Trường Đại học Y Dược Cần Thơ - lễ khoác áo blouse dành cho tân sinh viên Dược khóa 51 và 39, một dấu mốc quan trọng trong hành trình trở thành những người chăm sóc sức khỏe cộng đồng.

Với Trường Đại học Y Hà Nội, VinaCeuticals vinh dự là Nhà tài trợ Kim Cương cho chương trình Chào tân sinh viên - Chào Y1 2025 (DOLA), khẳng định cam kết lâu dài trong việc đồng hành cùng thế hệ bác sĩ trẻ và lan tỏa tinh thần khoa học, trách nhiệm nghề nghiệp đến cộng đồng sinh viên y khoa. Bên cạnh đó, VinaCeuticals còn tổ chức buổi workshop "Chăm da thời đại số" với sự tham gia chia sẻ trực tiếp từ bác sĩ da liễu, mang đến những kiến thức chuyên sâu về chăm sóc và bảo vệ làn da. Buổi workshop không chỉ cung cấp những thông tin khoa học, cập nhật các xu hướng chăm sóc da hiện đại, mà còn tạo cơ hội cho các bạn sinh viên trao đổi trực tiếp, giải đáp thắc mắc và xây dựng thói quen chăm sóc da đúng cách, góp phần nâng cao nhận thức về sức khỏe và vẻ đẹp làn da.

Đặc biệt, Chương trình âm nhạc Trẻ Concert - sự kiện kết hợp giữa các nghệ sĩ và sinh viên tại nhiều trường đại học trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh, đã trao hơn 300 suất học bổng, đồng thời khơi dậy tinh thần



Workshop "Chăm da thời đại số" tại Hà Nội, ngày 19/10/2025.



VinaCeuticals trao học bổng tại sự kiện "Lễ khoác áo blouse" của Trường Đại học Y Dược Cần Thơ, ngày 16/11/2025.

sáng tạo và nuôi dưỡng đam mê nghệ thuật trong cộng đồng sinh viên. Những suất học bổng được trao là sự ghi nhận xứng đáng cho nỗ lực của các sinh viên trên giảng đường; đồng thời, còn là nguồn động viên tích cực giúp các bạn thêm vững tin trong học tập và tiếp tục đóng góp cho cộng đồng trong tương lai.

VinaCeuticals: Hành trình ra biển lớn - nâng tầm thương hiệu Việt

VinaCeuticals khẳng định vị thế tại thị trường trong nước thông qua sự hiện diện tại các hội nghị và sự kiện da liễu uy tín trên toàn quốc. Tại các diễn đàn chuyên môn này, VinaCeuticals mang đến góc nhìn khoa học hiện đại về chăm sóc da, giới thiệu sản phẩm cùng công nghệ bào chế tiên tiến, đồng thời trao đổi và chia sẻ kinh nghiệm thực tiễn cùng đội ngũ bác sĩ - chuyên gia da liễu đầu ngành.

Thông qua chuỗi hoạt động học thuật, VinaCeuticals không chỉ kết nối chặt chẽ với cộng đồng chuyên môn mà còn góp phần thúc đẩy sự phát triển của ngành Da liễu Việt Nam. Đây là nền tảng quan trọng giúp thương hiệu xây dựng uy tín khoa học, hoàn thiện hệ sinh thái dược mỹ phẩm và sẵn sàng cho hành trình "ra biển lớn", đưa trí tuệ - công nghệ - bản sắc Việt đến gần hơn với thị trường khu vực và quốc tế.



Trẻ Concert - chuỗi sự kiện âm nhạc và workshop kết hợp dành riêng cho sinh viên tại các trường đại học Thành phố Hồ Chí Minh.

Cột mốc đầu tiên trong hành trình VinaCeuticals đến với thị trường quốc tế là triển lãm Cosmoprof Asia, 2025 tổ chức tại Hồng Kông. VinaCeuticals tạo được ấn tượng mạnh với khách quốc tế về chất lượng và bao bì sản phẩm nhưng duy trì ở mức giá phù hợp. Sự đón nhận này ghi dấu bước tiến quan trọng, khẳng định tiềm năng cạnh tranh của dược mỹ phẩm khoa học Việt Nam trên thị trường khu vực và là tiền đề cho hành trình tiếp theo của VinaCeuticals trên thị trường mỹ phẩm quốc tế.

Mặc dù chỉ mới hiện diện trên thị trường mỹ phẩm trong khoảng 5 năm, nhưng với sự nỗ lực nghiên cứu nghiêm túc và phát triển không ngừng, VinaCeuticals được giới chuyên môn ghi nhận về chất lượng sản phẩm cũng như các giá trị tích cực đóng góp cho cộng đồng. Bước vào kỷ nguyên vươn mình, VinaCeuticals thấu hiểu tinh thần đổi mới mạnh mẽ của đất nước và xác định việc đồng hành cùng cộng đồng như định hướng lâu dài, làm nền tảng cho chiến lược phát triển bền vững của mình. Với triết lý đặt lợi ích người tiêu dùng làm trọng tâm, VinaCeuticals tin tưởng sẽ tiếp tục kiến tạo những giá trị lâu dài, qua đó góp phần thúc đẩy sự phát triển và khẳng định vị thế của dược mỹ phẩm Việt trong tương lai. ★



VinaCeuticals tham dự triển lãm tại Cosmoprof HongKong 2025.



Vịnh Lan Hạ, thành phố Hải Phòng.



Ba thập kỷ kể từ ngày chính thức có mặt tại Việt Nam, Ford đã bước đi một hành trình dài đầy dấu ấn, trở thành một trong những doanh nghiệp FDI tiên phong đồng hành cùng sự phát triển của đất nước. Không chỉ là nhà sản xuất và kinh doanh ôtô, Ford còn đóng vai trò là cầu nối công nghệ, là hạt nhân thúc đẩy ngành công nghiệp phụ trợ, là tác nhân quan trọng trong quá trình chuẩn hóa chất lượng, nâng tầm ngành ôtô Việt Nam theo định hướng hiện đại, bền vững và hội nhập quốc tế. Ba mươi năm cũng là minh chứng cho sự gắn bó bền bỉ, tầm nhìn dài hạn và những đóng góp có chiều sâu của một doanh nghiệp toàn cầu đối với tương lai của ngành công nghiệp Việt Nam.

DẤU ẤN CỦA NHÀ ĐẦU TƯ TIÊN PHONG

Năm 1995, khi Việt Nam đang trong những bước chuyển mình mạnh mẽ của công cuộc đổi mới, thị trường ôtô trong nước còn khiêm tốn, với rất ít thương hiệu và năng lực sản xuất nội địa gần như bằng không, Ford Motor quyết định đặt nền tảng đầu tiên tại Việt Nam. Đây vừa là bước đi mở rộng thị trường của một tập đoàn toàn cầu, vừa là sự đặt cược cho tương lai tại một quốc gia đang từng ngày đổi mới tư duy phát triển và mở cửa hội nhập. Sự hiện diện của mở ra một chương mới cho ngành ôtô Việt Nam, nơi mà tư duy sản xuất hiện đại, công nghệ tiên tiến và mô hình quản trị quốc tế bắt đầu len vào các dây chuyền công nghiệp của đất nước.

Sau 3 thập kỷ, Ford Việt Nam không chỉ khẳng định vị thế vững chắc trên thị trường, mà đã trở thành một phần quan trọng của hành trình xây dựng năng lực công nghiệp quốc gia. Tổng vốn đầu tư hơn 200 triệu USD trong suốt ba thập kỷ, bao gồm 82 triệu USD cho dự án mở rộng nhà máy Hải Dương vào năm 2022, góp phần đáng kể vào



Ủy viên Bộ Chính trị, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính làm việc với Công ty TNHH Ford Việt Nam tại nhà máy sản xuất, lắp ráp ôtô Ford Việt Nam ở Hải Dương (nay là thành phố Hải Phòng).



Ford Việt Nam vinh dự đón nhận Huân chương Lao động hạng Nhất, năm 2024.

quyết tâm phát triển công nghiệp chế tạo trong nước. Nhà máy với công suất 40.000 xe/năm không chỉ đáp ứng nhu cầu thị trường nội địa mà còn giải phóng tiềm lực phát triển của một ngành công nghiệp phụ trợ đi kèm, yếu tố cốt lõi của công nghiệp hóa.

Không chỉ tạo việc làm trực tiếp cho hơn 1.200 lao động và gián tiếp cho gần 7.000 lao động tại hệ thống đại lý, Ford còn tạo môi trường để lực lượng kỹ sư và công nhân Việt Nam tiếp cận quy trình sản xuất theo tiêu chuẩn toàn cầu. Đó là nền tảng quan trọng để hình thành đội ngũ nhân lực chất lượng cao cho ngành công nghiệp ôtô, ngành được xem là đầu tàu kéo theo hàng trăm ngành liên quan từ cơ khí chế tạo, điện - điện tử, vật liệu, logistics cho đến dịch vụ sửa chữa, thương mại.

Trong suốt quá trình hoạt động tại Việt Nam, Ford coi nhiệm vụ xây dựng một thị trường ôtô hiện đại không chỉ là trách nhiệm của doanh nghiệp, mà còn là cam kết với sự phát triển của đất nước. Những mẫu xe mà Ford đưa vào Việt Nam qua từng thời kỳ luôn gắn với xu thế công nghệ, nhu cầu thị trường và điều kiện giao thông đặc thù của Việt Nam. Thời điểm Ford Laser, Mondeo hay Escape xuất hiện, cũng là giai đoạn người Việt bắt đầu làm quen với khái niệm sở hữu ôtô cá nhân. Khi EcoSport ra đời, một phân khúc hoàn toàn mới - SUV đô thị cỡ nhỏ - đã được khai mở, thay đổi nhận thức tiêu dùng và mở rộng tệp khách hàng Việt. Và đặc biệt, khi Ranger xuất hiện, thị trường ôtô Việt Nam chứng kiến một bước ngoặt lớn: văn hóa sử dụng xe bán tải hình thành và lan rộng, đưa Ranger trở thành mẫu xe bán tải phổ biến nhất trong suốt nhiều năm liền.

Ở phân khúc xe thương mại, Ford Transit đã trở thành biểu tượng của ngành vận tải hành khách. Từ các tuyến xe du lịch, xe hợp đồng cho tới xe dịch vụ, Transit có mặt ở hầu hết các địa phương, góp phần chuẩn hóa chất lượng phương tiện vận tải và nâng cao sự an toàn cho hành khách. Điều đó cũng đồng nghĩa Ford đã góp phần cải thiện chất lượng dịch vụ du lịch, một ngành kinh tế quan trọng của đất nước.

Trong lĩnh vực SUV, Ford Everest đã tạo thế cạnh tranh mạnh mẽ trong phân khúc SUV 7 chỗ, mang đến những chuẩn mực mới về công nghệ an toàn, khả năng vận hành và sự bền bỉ. Territory, mẫu xe SUV đô thị hạng C mới nhất của Ford, cũng nhanh chóng khẳng định vị thế là một trong những lựa chọn hàng đầu của khách hàng trẻ, nhờ thiết kế hiện đại, công nghệ phong phú và giá trị sử dụng vượt trội.

Những mẫu xe ấy không chỉ phản ánh năng lực sản phẩm, mà còn ghi nhận sự hiểu biết sâu sắc của Ford về nhu cầu của người Việt Nam. Mọi cải tiến, từ khả năng lội nước, độ bền linh kiện, mức tiêu hao nhiên liệu cho đến không gian nội thất, độ linh hoạt khi vận hành trong đô thị, đều được Ford điều chỉnh để phù hợp điều kiện thực tế tại Việt Nam. Đây là minh chứng cho sự đầu tư nghiêm túc, lâu dài và tôn trọng thị trường sở tại - yếu tố tạo nên sự khác biệt của Ford so với nhiều thương hiệu quốc tế khác.



Ford Việt Nam kỷ niệm 30 năm đồng hành cùng người tiêu dùng Việt.

ĐỔI MỚI SÁNG TẠO, ĐỒNG HÀNH CÙNG XU THẾ XANH HÓA GIAO THÔNG

Đi cùng với đổi mới sản phẩm là đổi mới về công nghệ và dịch vụ. Ford Việt Nam là một trong những đơn vị đầu tiên ứng dụng mạnh mẽ các tiêu chuẩn kiểm soát chất lượng theo chuẩn toàn cầu. Những nền tảng như FordPass, dịch vụ sửa chữa lưu động "4 giờ hoặc miễn phí", quy trình bảo dưỡng định kỳ tối ưu hóa thời gian… mở ra cách tiếp cận mới cho dịch vụ hậu mãi tại Việt Nam. Những cải tiến này không chỉ làm tăng trải nghiệm của người dùng, mà còn góp phần tạo áp lực tích cực lên các doanh nghiệp cùng ngành, giúp chất lượng dịch vụ trên thị trường từng bước tiệm cận chuẩn quốc tế.

Không chỉ đi đầu trong công nghệ động cơ truyền thống, Ford còn là một trong những hãng tiên phong trong xu hướng điện hóa tại Việt Nam. Việc giới thiệu Mustang Mach-E mẫu xe thuần điện mang tính biểu tượng của Ford vào thị trường Việt Nam không chỉ là bước đi kinh doanh mà còn thể hiện cam kết tham gia vào chiến lược giảm phát thải, xanh hóa giao thông của Chính phủ. Với khả năng vận hành hơn 500km mỗi lần sạc và tích hợp công nghệ hỗ trợ lái tiên tiến, Mach-E mở ra chương mới cho tương lai của giao thông xanh tại Việt Nam, góp phần nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về xe điện và khuyến khích các doanh nghiệp khác đẩy mạnh đầu tư vào sản phẩm xanh.

Ford Việt Nam triển khai dịch vụ lưu động "4 giờ miễn phí".



CÙNG NHAU XÂY ĐẮP PHÁT TRIỂN CỘNG ĐỒNG BỀN VỮNG

Một điểm sáng đặc biệt trong hành trình ba mươi năm của Ford Việt Nam là việc doanh nghiệp này luôn đặt trách nhiệm xã hội vào vị trí trung tâm. Thông qua Chương trình "Cùng nhau xây đắp", Ford triển khai hàng loạt dự án cộng đồng trải dài từ miền núi đến đồng bằng. Các chương trình xây dựng cơ sở hạ tầng trường học, cải tạo khu sinh hoạt cộng đồng, lắp đặt đèn năng lượng mặt trời, trồng cỏ chống sạt lở, hỗ trợ trẻ em vùng cao, tập huấn ứng phó thiên tai… đã tác động tích cực tới đời sống hàng chục nghìn người dân. Đây không chỉ là những hoạt động thiện nguyện, mà là cách Ford lan tỏa triết lý phát triển bền vững, đặt con người và môi trường vào vị trí trung tâm của chiến lược phát triển.



Ford còn đặc biệt chú trọng đến phát triển nguồn nhân lực cho ngành công nghiệp ôtô tương lai. Việc tài trợ động cơ, hộp số, trang thiết bị thực hành cho các trường đại học; trao học bổng và tổ chức các khóa đào tạo chuyên sâu đã giúp hàng nghìn sinh viên tiếp cận công nghệ mới ngay từ giảng đường. Đây chính là nền tảng để Việt Nam xây dựng lực lượng kỹ thuật viên, kỹ sư có trình độ cao, đáp ứng yêu cầu của ngành công nghiệp ôtô hiện đại.











Trong tiến trình phát triển ấy, Ford còn xây dựng được một hệ sinh thái cộng đồng người dùng đặc biệt mạnh mẽ. Các câu lạc bộ Ranger, Everest, Territory hay các cộng đồng chủ xe trên toàn quốc không chỉ gắn kết hàng chục nghìn thành viên, mà còn trở thành lực lượng tích cực trong các hoạt động thiện nguyện, cứu trợ và lan tỏa văn hóa giao thông an toàn. Mối liên kết giữa hãng - đại lý - người dùng được Ford nuôi dưỡng bền bỉ tạo thành giá trị mềm, giúp thương hiệu ngày càng gắn bó với người tiêu dùng Việt Nam.

Không quá lời khi nói rằng, Ford đã góp phần hình thành nên diện mạo của ngành ôtô Việt Nam hiện đại. Từ việc thúc đẩy tiêu chuẩn an toàn, mở rộng phân khúc thị trường, thúc đẩy công nghiệp phụ trợ, đến chuyển giao công nghệ và nâng cao chất lượng nhân lực, Ford đã đồng hành cùng Việt Nam trong từng chuyển động quan trọng của ngành công nghiệp ôtô. Ba mươi năm qua của Ford Việt Nam cũng chính là ba mươi năm chuyển mình mạnh mẽ của thị trường ôtô trong nước. Từ một thị trường nhỏ, hạn chế về năng lực sản xuất, đến một thị trường tăng trưởng nhanh nhất khu vực.

Bước sang giai đoạn mới, khi Việt Nam đang tập trung phát triển thị trường xe điện, xây dựng chiến lược ngành công nghiệp ôtô tầm nhìn 2050, đẩy mạnh công nghiệp hóa gắn với đổi mới sáng tạo, những doanh nghiệp FDI có tầm nhìn như Ford tiếp tục đóng vai trò quan trọng. Cam kết tiếp tục đầu tư, đổi mới công nghệ, phát triển sản phẩm xanh và đồng hành với các chương trình phát triển bền vững của Chính phủ sẽ đưa Ford tiếp tục trở thành đối tác tin cậy của Việt Nam trong tương lai.

Ba thập kỷ qua là một chặng đường dài, nhưng đối với Ford Việt Nam, đó mới chỉ là điểm bắt đầu cho một hành trình phát triển mới. Một hành trình mà ở đó, công nghệ, trách nhiệm xã hội và tầm nhìn xanh sẽ tiếp tục là kim chỉ nam. Sự gắn bó giữa Ford và Việt Nam trong ba thập kỷ qua là minh chứng sống động rằng: khi doanh nghiệp và quốc gia cùng chia sẻ khát vọng phát triển, những giá trị bền vững sẽ được tạo nên - không chỉ cho hôm nay, mà cho nhiều thế hệ mai sau.

Trong bối cảnh Việt Nam đang quyết tâm xây dựng ngành công nghiệp ôtô trở thành một trong những trụ cột của nền kinh tế, sự đồng hành của những doanh nghiệp có tầm nhìn như Ford đóng vai trò đặc biệt quan trọng. Câu chuyện ba mươi năm "vững bước cùng đam mê" của Ford Việt Nam không chỉ là hành trình của một thương hiệu, mà là minh chứng sống động cho giá trị của niềm tin, của sự kiên trì, và của trách nhiệm với đất nước nơi doanh nghiệp đặt nền móng phát triển. Với nền tảng vững chắc và khát vọng đổi mới mạnh mẽ, Ford Việt Nam đang tiếp tục viết tiếp câu chuyện đồng hành cùng Việt Nam trên hành trình kiến tạo một ngành ôtô hiện đại, xanh và bền vững - một ngành công nghiệp mang tầm vóc tương lai của quốc gia. ★

UNILEVER VIỆT NAM

HÀNH TRÌNH 30 NĂM ĐỒNG HÀNH VÀ KIẾN TẠO GIÁ TRỊ BỀN VỮNG CÙNG ĐẤT NƯỚC



Ba thập kỷ trước, khi Việt Nam vừa mở cửa hội nhập, Unilever đã chọn Việt Nam không chỉ như một điểm đến kinh doanh, mà là một mái nhà chung để cùng dựng xây, cùng phát triển.

Từ những chuyến khảo sát đầu tiên, những dây chuyền sản xuất còn sơ khai đến các sáng kiến cộng đồng lan tỏa khắp vùng miền, hành trình 30 năm của Unilever Việt Nam là minh chứng cho một niềm tin: doanh nghiệp có thể trở thành động lực kiến tạo những điều tốt đẹp, bằng cách cùng phát triển với đất nước, phục vụ người tiêu dùng và tạo ra những thay đổi có ý nghĩa.



TỪ NƠI XA ĐẾN ĐỂ CÙNG
"XÂY NHÀ"

Năm 1995, khi Unilever đặt chân đến Việt Nam nền kinh tế của chúng ta còn nhiều khó khăn, thu nhập bình quân đầu người chỉ hơn 200USD. Nhưng với tập đoàn hàng tiêu dùng nhanh hàng đầu thế giới, Việt Nam hiện lên như một vùng đất hứa, nơi doanh nghiệp có thể song hành cùng một dân tộc đang khát khao vươn lên.

Đặt chân đến Việt Nam, không chỉ mang đến một mô hình vận hành tiêu chuẩn quốc tế và đội ngũ Unilever còn chọn cách bắt đầu từ sự thấu hiểu và sẻ chia, hơn là mang đến những khuôn mẫu sẵn có. Họ tìm thấy cảm hứng trong chính đời sống thường nhật của người Việt, từ mái tóc đen óng, bữa cơm đầm ấm đến nếp sống chu đáo, tinh tế, để rồi từng sản phẩm ra đời đều mang hơi thở và cảm xúc của mảnh đất này.



Công ty Liên doanh Lever Haso (nay là Công ty TNHH Quốc tế Unilever Việt Nam) những ngày mới thành lập.


Thủ tướng Chính phủ Phan Văn Khải thăm nhà máy sản xuất của Unilever tại Củ Chi.


Nền móng của Unilever tại Việt Nam chính là hai nhà máy sản xuất hiện đại: Nhà máy Củ Chi và Nhà máy Bắc Ninh.







Những sản phẩm như: Sunsilk bồ kết, Clear bạc hà, OMO, P/S, Sunlight, Comfort, Dove, Lifebuoy, Hazeline, Knorr… dần trở thành người bạn quen thuộc trong mỗi căn bếp, phòng tắm và giỏ hàng của hàng triệu gia đình Việt.

Song hành với việc phát triển kinh doanh, Unilever cũng đặt nền móng cho triết lý "Kinh doanh thành công bằng cách tạo giá trị tích cực" (Doing Well by Doing Good). Năm 2004, Quỹ Unilever Việt Nam được thành lập, đặt nền móng cho hàng loạt sáng kiến xã hội trong lĩnh vực sức khỏe, vệ sinh, giáo dục và môi trường, khẳng định sứ mệnh của một doanh nghiệp toàn cầu phụng sự nơi mình gắn bó.

BA THẬP KỶ KIẾN TẠO GIÁ TRỊ CÙNG NHÀ NƯỚC VÀ CỘNG ĐỒNG

30 năm qua, Unilever đã phối hợp cùng các cơ quan quản lý và các đối tác triển khai hàng loạt chương trình có tác động xã hội sâu rộng, hướng đến phụ nữ, trẻ em, người dân nông thôn và môi trường sống của cộng đồng. Các chương trình của Unilever được hình thành với sứ mệnh cải thiện sức khỏe, điều kiện vệ sinh và hỗ trợ sinh kế.



Để thực hiện sứ mệnh nâng cao sức khỏe và vệ sinh, Unilever đồng hành cùng Bộ Y tế và Bộ Giáo dục & Đào tạo thúc đẩy thói quen vệ sinh cá nhân và sức khỏe học đường cho trẻ em. Những chiến dịch như "Rửa tay với xà phòng - Vì một Việt Nam khỏe mạnh" của Lifebuoy, "Bảo vệ nụ cười Việt Nam" của P/S, hay "Nhà vệ sinh sạch khuẩn" của Vim trở thành biểu tượng của giáo dục hành vi tích cực. Mô hình "Trường học Xanh - Sạch - Khỏe" hợp lực năm nhãn hàng Lifebuoy, Vim, OMO, P/S và Pureit đã cải thiện điều kiện vệ sinh cho hàng trăm trường học, giúp hàng trăm nghìn học sinh có môi trường học tập sạch sẽ, an toàn và khỏe mạnh hơn.









Đối với mục tiêu cải thiện sinh kế, trong suốt gần 20 năm Unilever hợp tác cùng Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, doanh nghiệp đã không ngừng mở rộng hành trình trao quyền kinh tế cho phụ nữ Việt, giúp hàng trăm nghìn chị em tự tin làm chủ cuộc sống, vươn lên bằng tri thức và nghị lực. Từ mô hình tài chính vi mô mang tên "Quỹ Khởi đầu mới" được triển khai từ năm 2007, hơn 50 nghìn lượt phụ nữ ở 47 tỉnh thành (trước sáp nhập) đã được tiếp cận các khoản vay nhỏ từ 5 đến 50 triệu đồng để khởi nghiệp, mở cửa hàng tạp hóa, làm dịch vụ hoặc phát triển sản xuất nông nghiệp. Nếu như "tự tin" là điểm khởi đầu, thì "tự chủ kinh tế" chính là cánh cửa để phụ nữ thực sự bứt phá. Từ năm 2020, nhãn hàng Sunlight của Unilever khởi xướng Chương trình "Phụ nữ Việt tự tin làm kinh tế", một phiên bản được nâng cấp toàn diện, kết hợp đào tạo kỹ năng, cố vấn kinh doanh và hỗ trợ phát triển thị trường. Những dự án khả thi sẽ được tiếp tục hỗ trợ chuyên sâu, từ kỹ thuật sản xuất, marketing, đến kết nối đầu ra.

Unilever cũng đồng hành với Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (nay là Bộ Nông nghiệp và Môi trường) trong các chương trình xây dựng nông thôn mới và phát triển sinh kế. Các dự án như "Làng Hoàn Hảo" mang lại nước sạch, vệ sinh, y tế, dinh dưỡng và giáo dục cho hàng triệu người dân nông thôn. Dự án "chè bền vững" theo chuẩn Rainforest Alliance giúp nông hộ làm chủ quy trình canh tác và kết nối chuỗi cung ứng, tạo ra hàng chục nghìn tấn nông sản đạt chuẩn được thu mua, góp phần nâng chuẩn sản xuất xanh.

BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG,
ĐỔI MỚI VẬN HÀNH VÀ DẪN DẮT CHUỖI GIÁ TRỊ







Trong lĩnh vực môi trường, Unilever Việt Nam được ghi nhận là "đầu tàu của kinh tế tuần hoàn nhựa". Với chiến lược "Less Plastic - Better Plastic - No Plastic" (Dùng ít nhựa hơn - Dùng nhựa tốt hơn - Không dùng nhựa), Công ty đã nâng tỷ lệ nhựa tái sinh trong bao bì lên 43% và thu gom, tái chế hơn 55.000 tấn nhựa, nhiều hơn lượng bao bì đưa ra thị trường (tính đến tháng 10/2025). Nhãn hàng OMO cũng tiên phong khởi xướng chương trình "Hành động vì một Việt Nam xanh", trồng mới hơn một triệu cây xanh tại rừng phòng hộ, vườn quốc gia, trường học và đô thị, góp phần lan tỏa tinh thần "nhà nhà trồng cây, người người trồng cây", để tạo môi trường sống trong lành hơn cho thế hệ tương lai.

Trên toàn cầu, Unilever đặt mục tiêu đạt Net-Zero toàn bộ chuỗi giá trị vào năm 2039. Tại Việt Nam, là doanh nghiệp tiên phong đạt mục tiêu Net-Zero trong hoạt động nội bộ (Phạm vi 1 & 2) từ năm 2021, Unilever đã loại bỏ hoàn toàn khí thải từ vận hành trực tiếp và chuyển đổi sang sử dụng năng lượng tái tạo.

Unilever Việt Nam không chỉ đạt Net-Zero nội bộ mà còn dẫn dắt hệ sinh thái cùng chuyển đổi bằng chiến lược mở rộng lộ trình chuyển đổi xanh sang chuỗi cung ứng (Scope 3) để giảm tác động khí hậu. Chính vì vậy, Unilever Việt Nam đặt trọng tâm vào việc chuyển đổi xanh toàn bộ chuỗi cung ứng, từ khuyến khích các nhà cung cấp cam kết giảm phát thải, áp dụng năng lượng tái tạo và quy trình sản xuất bền vững, đến tối ưu hóa công tác vận chuyển để giảm khí thải trong vận chuyển và phân phối.

Tại nhà máy Bắc Ninh, Unilever đã cùng nhà cung cấp bao bì - Công ty Dynaplast Việt Nam, thực hiện dự án "Cấp hơi từ Lò hơi sinh khối". Với dự án này, nhà máy Unilever Bắc Ninh cung cấp hơi từ lò hơi sinh khối cho Dynaplast, giúp Dynaplast loại bỏ hoàn toàn dầu trong lò hơi và đạt mục tiêu Net-zero trong Phạm vi 1. Bên cạnh đó, trong dự án "Hole in the Wall", hệ thống ống chuyển trực tiếp chai bao bì từ nhà máy Dynaplast sang Unilever giúp giảm 4 tấn CO_2/năm, loại bỏ khoảng 3.000 chuyến xe tải và giảm phát thải 120.000 thùng carton mỗi năm, đạt mục tiêu không phát thải rác thải tại nhà máy.



Unilever Việt Nam tổ chức tập huấn về Net-zero giúp nhà cung ứng tăng tốc chuyển đổi xanh.

Ở mảng thương mại, nền tảng OrderUNow giúp hơn 170.000 cửa hàng tạp hóa trên toàn quốc chủ động đặt hàng, số hóa quản lý tồn kho và duy trì mạch lưu thông hàng hóa ngay cả trong thời kỳ giãn cách. Đây không chỉ là bước tiến về vận hành, mà còn là dấu mốc trong hành trình chuyển đổi số lấy người tiêu dùng và đối tác làm trung tâm.

Về nhân sự, Unilever không ngừng trao quyền cho người Việt và thúc đẩy bình đẳng giới trong môi trường làm việc. Nhà máy Home Care Liquid tại Bắc Ninh là nhà máy đầu tiên của Unilever toàn cầu đạt tỷ lệ nam - nữ cân bằng 50/50, trở thành biểu tượng cho bình đẳng và công bằng cơ hội trong lĩnh vực sản xuất công nghiệp.

TẦM NHÌN MỚI - KIẾN TẠO TƯƠNG LAI BỀN VỮNG
"VÌ VIỆT NAM LÀ NHÀ"

Bước vào kỷ nguyên mới, Unilever Việt Nam tiếp tục kiên định với chiến lược tăng trưởng xanh, đổi mới sáng tạo và hợp lực đa bên. Doanh nghiệp đặt mục tiêu giảm phát thải carbon trong toàn chuỗi giá trị, mở rộng sử dụng năng lượng tái tạo, nâng cao tỷ lệ bao bì tái chế và thu hồi toàn bộ lượng nhựa tương đương với sản phẩm tiêu thụ. Cùng lúc, Unilever đẩy mạnh đầu tư công nghệ, dữ liệu và trí tuệ nhân tạo nhằm hiểu người tiêu dùng sâu sắc hơn, phát triển các sản phẩm "xanh hơn, thông minh hơn, tiết kiệm hơn", đồng thời tiếp tục nuôi dưỡng văn hóa "dám nghĩ - dám làm - dám khác biệt" trong đội ngũ nhân viên.

Các chương trình hợp tác công - tư cũng sẽ được mở rộng quy mô. Những mô hình đã chứng minh hiệu quả như "Trường học Xanh - Sạch - Khỏe", "Phụ nữ Việt tự tin làm kinh tế", "Hành động vì một Việt Nam xanh" sẽ tiếp tục được nhân rộng ra nhiều địa phương, đóng góp thiết thực vào việc thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững của Việt Nam đến năm 2030.



Thứ trưởng Bộ Y tế Nguyễn Thị Liên Hương trao Bằng khen của Bộ trưởng Bộ Y tế cho Unilever Việt Nam.



Unilever Việt Nam được vinh danh Top 1 "Nơi làm việc tốt nhất Việt Nam 2024".

BA MƯƠI NĂM VÀ HÀNH TRÌNH VẪN TIẾP DIỄN

Từ "đến để xây nhà" đến "kiến tạo bền vững", hành trình 30 năm của Unilever Việt Nam là câu chuyện về sự gắn bó, thấu hiểu và niềm tin. Doanh nghiệp đã đi cùng Việt Nam qua từng bước chuyển mình của thời kỳ đổi mới, góp phần cải thiện đời sống hàng triệu người dân và trở thành hình mẫu cho mối quan hệ hài hòa giữa phát triển kinh tế và trách nhiệm xã hội.

Khi Việt Nam bước vào kỷ nguyên tăng trưởng xanh và hội nhập sâu rộng, Unilever tiếp tục khẳng định cam kết đồng hành cùng Chính phủ, doanh nghiệp và cộng đồng để kiến tạo một tương lai tốt đẹp hơn cho thế hệ mai sau. Ba mươi năm qua, hành trình ấy đã được viết bằng niềm tin, lòng biết ơn và nhiều hành động bền bỉ, và nó sẽ tiếp tục được viết tiếp, bởi với Unilever, Việt Nam là mái nhà chung. ★



Unilever Việt Nam và Viện Pasteur Thành phố Hồ Chí Minh ký kết Bản ghi nhớ hợp tác chiến lược giai đoạn 2024 - 2029.



Chương trình "Phụ nữ Việt tự tin làm kinh tế".

Chương trình "Hành động vì một Việt Nam xanh" của Unilever tại Cà Mau.

cook happiness
ACECOOK

ACECOOK VIỆT NAM VÀ BA THẬP KỶ *mang hạnh phúc cho xã hội*



Với sứ mệnh cống hiến cho xã hội thông qua con đường ẩm thực, suốt ba thập kỷ qua, Acecook Việt Nam không ngừng mang đến những bữa ăn ngon cho hàng triệu người tiêu dùng. Cùng với đó, doanh nghiệp luôn hướng đến việc kiến tạo những giá trị bền vững và lâu dài cho cộng đồng.

Minh chứng cho cam kết này là hàng loạt dự án bền vững được Acecook Việt Nam triển khai thực hiện trong nhiều năm qua. Những chương trình này hướng đến việc hỗ trợ các cá nhân và cộng đồng đang thiếu cơ hội tiếp cận nguồn lực, từ giáo dục, cải thiện điều kiện học tập đến chăm sóc sức khỏe thể chất và bồi đắp giá trị tinh thần. Trên nền tảng tôn trọng và đồng hành, Acecook Việt Nam nỗ lực cùng cộng đồng tạo ra những giá trị thiết thực và lâu dài cho xã hội.

Hành trình đồng hành và sẻ chia

Trong hơn 30 năm gắn bó với thị trường Việt Nam, Acecook Việt Nam đã khẳng định vị thế của một thương hiệu dẫn đầu. Tuy nhiên, dấu ấn của doanh nghiệp không chỉ nằm ở độ phủ sản phẩm, mà còn ở những hành động thiết thực, lan tỏa giá trị nhân văn qua nhiều dự án cộng đồng, từ giáo dục, y tế đến hỗ trợ người khó khăn. Chiến lược phát triển này được thể hiện rõ nét qua các chương trình dài hạn, xoay quanh những chủ đề cốt lõi như giáo dục ý thức bảo vệ môi trường, chăm sóc sức khỏe tinh thần học sinh và truyền thông vệ sinh an toàn thực phẩm.

Để mỗi dự án thực sự có ý nghĩa, Acecook Việt Nam luôn nghiên cứu, khảo sát kỹ lưỡng để đánh giá nhu cầu thực tế, từ đó thiết kế các chương trình phù hợp và đo lường hiệu quả chặt chẽ ở từng địa phương. Trong số đó, có thể kể đến chương trình học bổng dài hạn Acecook Happy Scholarship - dự án điển hình cho sự đầu tư bền bỉ của doanh nghiệp vào giáo dục.

> *Chương trình học bổng dài hạn Acecook Happy Scholarship - dự án điển hình cho sự đầu tư bền bỉ của doanh nghiệp vào giáo dục.*

Từ năm 2015 đến nay, hơn 2.200 suất học bổng với tổng giá trị hơn 21 tỷ đồng được trao đến hàng nghìn học sinh, sinh viên có hoàn cảnh khó khăn trên cả nước. Đây không chỉ là phần thưởng xứng đáng mà còn là nguồn động viên chắp cánh cho ước mơ của các em trên con đường học tập. Không dừng lại ở việc bồi đắp tri thức, chương trình còn chú trọng phát triển kỹ năng toàn diện cho những tài năng trẻ. Sinh viên nhận học bổng có cơ hội tham gia các hoạt động thực tiễn như tham quan nhà máy, các lớp học kỹ năng mềm và những buổi chia sẻ định hướng nghề nghiệp từ các quản lý nhân sự. Từ đó, xây dựng nền tảng vững chắc cho tương lai.



Năm 2025 đánh dấu hành trình 10 năm của Acecook Happy Scholarship.



Triển khai từ năm 2015, Chương trình "Acecook Happy Scholarship" đã trao hơn 2.200 suất học bổng cho hàng ngàn học sinh, sinh viên có hoàn cảnh khó khăn trên khắp cả nước.



Đoàn công tác Acecook Việt Nam trao học bổng từ dự án "Gói mì hạnh phúc" cho trẻ em có hoàn cảnh khó khăn Trường TH và THCS Đồn Đạc (tỉnh Quảng Ninh), tháng 05/2025.

> "Không chỉ đồng hành trong cuộc sống thường nhật, Acecook Việt Nam còn sẵn sàng san sẻ cùng đất nước qua những thời điểm khó khăn của thiên tai và dịch bệnh.



Chương trình Chuyến đi hạnh phúc do Acecook Việt Nam và Quỹ Bảo trợ trẻ em Việt Nam tổ chức tại Thành phố Hồ Chí Minh.



Acecook Việt Nam đồng hành cùng Cục Quản lý đê điều và Phòng, chống thiên tai triển khai chuỗi hoạt động tuyên truyền, giáo dục kiến thức cho cộng đồng.



Ông Kaneda Hiroki - Tổng Giám đốc Công ty Acecook Việt Nam trao hỗ trợ xây dựng làng Nủ - Lào Cai.



Công trình Thắp sáng đường biên của Acecook Việt Nam phối hợp với Huyện đoàn A Lưới, thành phố Huế.

Nếu Acecook Happy Scholarship tập trung bồi dưỡng tri thức thì dự án "Gói mì hạnh phúc" lại mang đến sự hỗ trợ thiết thực kịp thời cho những hoàn cảnh khó khăn. Khởi động từ năm 2019, chương trình hướng đến trẻ em từ 04 đến dưới 16 tuổi tại các gia đình khó khăn, vùng dân tộc thiểu số và miền núi, góp phần cùng Chương trình hành động quốc gia vì trẻ em Việt Nam lan tỏa những giá trị nhân văn. Đến nay, dự án đã mang đến hơn 85.000 thùng mì, giúp tăng khẩu phần ăn cho gần 61.000 trẻ em. Bên cạnh đó, dự án còn trao cho các em gần 2.550 suất học bổng và gần 2.200 dụng cụ học tập, đồng thời tài trợ xây dựng 3 công trình nước sạch cho gần 4.700 em, với tổng kinh phí hơn 15 tỷ đồng.

Acecook Việt Nam còn mở rộng vòng tay bảo trợ dài hạn cho những hoàn cảnh khó khăn khác. Nổi bật là dự án "Thả lưới ước mơ", một sáng kiến phối hợp với Quỹ Bảo trợ trẻ em Việt Nam. Với cam kết hỗ trợ 6 triệu đồng/trẻ/năm, dự án mang đến sự bảo trợ lâu dài cho 166 trẻ em là con ngư dân. Tiếp nối thành công, năm 2025, dự án tiếp tục dành kinh phí 1,1 tỷ đồng để hỗ trợ thêm cho những trẻ em có hoàn cảnh đặc biệt.



Acecook Việt Nam được vinh danh "Top 50 doanh nghiệp phát triển bền vững tiêu biểu 2025".



Acecook Việt Nam nhận giải thưởng Doanh nghiệp có chính sách phúc lợi ưu việt tại Vietnam ESG Awards 2024.



Acecook Việt Nam được vinh danh ở vị trí thứ 7 toàn thị trường trong Bảng xếp hạng 100 nơi làm việc tốt nhất Việt Nam năm 2024.



Ông Kaneda Hiroki – Tổng Giám đốc Công ty Acecook Việt Nam nhận Giải thưởng Lãnh đạo truyền cảm hứng tại Vietnam Excellence 2025.

Tầm nhìn bền vững: lan tỏa giá trị từ hành động đến tư duy

Là doanh nghiệp tiên phong trong ngành thực phẩm, Acecook Việt Nam hiểu rõ trách nhiệm xây dựng một cộng đồng sống xanh, sống khỏe bền vững. Công ty liên tục tổ chức các chương trình giáo dục nhằm truyền thông khoa học về mì ăn liền cũng như hướng dẫn người tiêu dùng xây dựng chế độ ăn dinh dưỡng đầy đủ.

Không chỉ đồng hành trong cuộc sống thường nhật, Acecook Việt Nam còn sẵn sàng san sẻ cùng đất nước trong những thời điểm khó khăn do thiên tai và dịch bệnh. Công ty luôn đồng hành cùng Cục Quản lý đê điều và Phòng chống thiên tai trong khuôn khổ Tuần lễ quốc gia phòng chống thiên tai, tổ chức lớp tập huấn trang bị kiến thức cho học sinh và hỗ trợ kịp thời bằng hiện vật, hiện kim đến những địa phương bị ảnh hưởng.

Acecook Việt Nam đã và đang kiến tạo một tập thể vững mạnh từ bên trong, sẵn sàng sẻ chia vì cộng đồng. Văn hóa này thể hiện rõ nét qua sự đồng lòng của toàn thể cán bộ, công nhân viên. Một ví dụ điển hình là khi bão số 3 (Yagi) gây thiệt hại nặng nề vào năm 2024, tập thể Acecook Việt Nam nhanh chóng quyên góp được hơn 420 triệu đồng thông qua chương trình "Hướng về miền Bắc yêu thương" do Báo Người Lao Động phát động.

Không dừng lại ở đó, các chương trình cộng đồng của Acecook còn được kết nối chặt chẽ với hệ thống vận hành doanh nghiệp, bao gồm cả việc đào tạo nhân viên làm thiện nguyện. Đồng thời, Công ty cũng chia sẻ kinh nghiệm và hướng dẫn kỹ thuật, giúp các nhà cung cấp nâng cao năng lực quản lý chất lượng để cùng xây dựng một chuỗi cung ứng bền vững.

Những nỗ lực bền bỉ của Acecook Việt Nam đã được ghi nhận xứng đáng. Tại Corporate Sustainability Awards 2025 (CSA 2025), Acecook Việt Nam được vinh danh trong "Top 50 doanh nghiệp phát triển bền vững tiêu biểu Việt Nam với hạng mục



Lễ khởi công Dự án nhà máy Acecook Thăng Long - Hưng Yên được định hướng ứng dụng công nghệ hiện đại, chuyển đổi xanh và số hóa, ngày 16/10/2025.

"Hoạt động CSR tiêu biểu". Đặc biệt, Acecook Việt Nam còn nhận giải thưởng danh giá Doanh nghiệp bền vững 2025 thuộc khối FDI do Ban giám khảo CSA 2025 bình chọn. Đây là sự công nhận cho những nỗ lực của Công ty trong việc xây dựng chiến lược phát triển bền vững theo các tiêu chí ESG (môi trường, xã hội và quản trị), gắn kết chặt chẽ với giá trị cốt lõi 3H (Happy Consumers, Happy Society, Happy Employees). Ngoài ra, Acecook Việt Nam còn vinh dự đón nhận Giải thưởng Doanh nghiệp có trách nhiệm châu Á (AREA) 2025. Đây là giải thưởng uy tín do Enterprise Asia tổ chức nhằm tôn vinh những doanh nghiệp tiên phong trong hoạt động kinh doanh bền vững và trách nhiệm xã hội.

Bước sang giai đoạn mới với chiến lược "Cook Happiness Through Innovation - Đổi mới nâng tầm hạnh phúc", Acecook Việt Nam vẫn luôn cam kết kiến tạo những giá trị tích cực. Với Acecook Việt Nam, phát triển cộng đồng không phải là một lựa chọn, mà là một phần không thể tách rời khỏi chiến lược phát triển bền vững của doanh nghiệp. Sau ba thập kỷ đồng hành cùng Việt Nam vươn mình, Acecook Việt Nam tin rằng, hành trình này sẽ tiếp tục tạo ra những giá trị lâu dài và bền vững cho xã hội. ★

> *"Với Acecook Việt Nam, phát triển cộng đồng không phải là một lựa chọn, mà là một phần không thể tách rời khỏi chiến lược phát triển bền vững của doanh nghiệp.*



Nhà máy Acecook Việt Nam tại tỉnh Vĩnh Long.



Acecook Việt Nam đang trong quá trình chuyển đổi sử dụng "năng lượng xanh" từ hệ thống điện mặt trời tại nhà máy và văn phòng

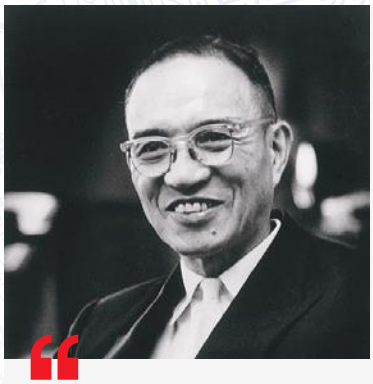
BRIDGESTONE
Việt Nam

Vì một tương lai giao thông an toàn cho Việt Nam thịnh vượng

Trong bối cảnh Việt Nam tăng tốc hiện đại hóa hạ tầng, nâng cao an toàn giao thông và đẩy mạnh thực hiện các cam kết khí hậu hướng tới Net Zero 2050, những doanh nghiệp FDI có đóng góp khá quan trọng. Suốt hơn 15 năm đồng hành tại Việt Nam, Bridgestone đã bền bỉ góp phần vào tiến trình quan trọng này, không chỉ thông qua các sản phẩm đạt chuẩn quốc tế mà còn bằng những sáng kiến thiết thực hỗ trợ cộng đồng và môi trường.

Khởi đầu hành trình mang sản phẩm và chất lượng Nhật Bản đến thị trường Việt Nam với sứ mệnh "phục vụ xã hội với chất lượng tuyệt hảo", Bridgestone lấy con người và khách hàng làm trọng tâm. Các hoạt động của doanh nghiệp dựa trên 03 giá trị cốt lõi: an toàn, chất lượng, môi trường. Trong suốt 15 năm đồng hành cùng người tiêu dùng Việt Nam, Bridgestone kiên định theo đuổi mục tiêu kép: tạo giá trị khách hàng qua sản phẩm, dịch vụ toàn diện, đồng thời kiến tạo giá trị xã hội thông qua đóng góp cho cộng đồng, môi trường, đồng hành và phát triển cộng đồng bản địa. Chính sự hòa quyện giữa giá trị khách hàng và giá trị xã hội kế thừa từ triết lý kinh doanh của Nhà sáng lập Bridgestone đã giúp Bridgestone trở thành một trong những thương hiệu lốp xe được tin cậy nhất tại Việt Nam, đồng hành cùng quốc gia trên hành trình công nghiệp hóa và phát triển bền vững.

Bridgestone Việt Nam đã và đang khẳng định vai trò tiên phong bằng việc đặt an toàn làm trọng tâm, không ngừng ứng dụng công nghệ lốp hiện đại và thực thi cam kết giảm phát thải trong mọi hoạt động. Những định hướng nhất quán này góp phần hỗ trợ Việt Nam xây dựng hệ thống giao thông hiện đại, thông minh và thân thiện môi trường, đồng thời củng cố vị thế của Bridgestone như một đối tác tin cậy trên chặng đường hướng tới tương lai xanh và bền vững.



"Một doanh nghiệp chỉ tìm kiếm lợi nhuận sẽ không thể vươn lên mạnh mẽ, nhưng một doanh nghiệp đóng góp cho xã hội và đất nước thì sẽ luôn bền vững và mãi mãi tạo ra giá trị".

Ông **Shojiro Ishibashi**
Nhà sáng lập Tập đoàn Bridgestone

HÀNH TRÌNH 15 NĂM NÂNG TẦM AN TOÀN GIAO THÔNG VIỆT NAM

Bridgestone Việt Nam tin rằng, mỗi hành trình an toàn đều bắt đầu từ chiếc lốp đạt chuẩn, không chỉ ở tiêu chuẩn chất lượng mà còn ở việc sử dụng và bảo dưỡng sản phẩm đúng cách. Vì vậy, bên cạnh việc cung ứng hơn 10 triệu lốp xe cho thị trường, doanh nghiệp còn phát triển hệ thống với hơn 130 cửa hàng dịch vụ trên toàn quốc, chuẩn hóa quy trình kiểm tra lốp, áp suất, cân bằng và đào tạo kỹ năng cho kỹ thuật viên nhằm tăng an toàn khi tham gia giao thông.



Bridgestone Việt Nam tặng bộ phản quang chất lượng cao cho xe tải và xe buýt để xe được nhận diện rõ hơn vào ban đêm.

Doanh nghiệp đã và đang triển khai hàng loạt hoạt động CSR hướng đến an toàn giao thông, như "Biệt đội Bridgestone" trong việc trang bị kiến thức an toàn cho học sinh, chương trình "Về nhà an toàn", hay những cây cầu dân sinh thuộc dự án "Chiếc cầu nối nhịp tri thức" với 12 chiếc cầu trải dài khắp đất nước, giúp trẻ em vùng sâu đến trường an toàn hơn và bà con an tâm, thuận lợi hơn trong sản xuất và di chuyển hàng ngày.

Trong những thời điểm khó khăn của thiên tai, lũ lụt, dịch bệnh, Bridgestone Việt Nam thể hiện tinh thần trách nhiệm xã hội bền bỉ thông qua các hoạt động thiết thực như hỗ trợ nhu yêu phẩm cho người dân bị ảnh hưởng, hỗ trợ trang bị y tế như khẩu trang, nước rửa tay trong giai đoạn đại dịch Covid-19, đóng góp vào Quỹ Mặt trận Tổ quốc Việt Nam nhằm góp phần giúp bà con tại địa phương khắc phục hậu quả sau thiên tai bên cạnh đồng hành hỗ trợ đối tác và khách hàng.

Công nghệ và chất lượng toàn cầu, lấy khách hàng làm trọng tâm cùng sự thấu hiệu địa phương đã không ngừng thúc đẩy sự đổi mới của Bridgestone. Để đáp ứng nhu cầu di chuyển an toàn và bền vững đang ngày càng gia tăng, Bridgestone liên tục cải tiến công nghệ lốp xe, đặc biệt với nền tảng công nghệ lốp ENLITEN giúp giảm tới 20% nguyên liệu thô, lốp nhẹ hơn nhưng bền hơn, tối ưu hiệu suất vận hành và giảm tiêu hao nhiên liệu.

Bridgestone cũng là đối tác OE (lốp theo xe) của nhiều hãng xe danh tiếng như Mercedes-Benz, Hyundai, Mitsubishi, ISUZU, Hino, Vinfast,… minh chứng cho năng lực đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe của ngành công nghiệp ôtô toàn cầu. Hệ thống dịch vụ đồng bộ, kỹ thuật viên lành nghề và quy trình đạt chuẩn toàn cầu trải dài khắp các tỉnh thành giúp người dùng Việt Nam yên tâm hơn trong mỗi chuyến đi, từ đường phố đô thị đến các tuyến vận tải đường dài.

Những "Chiếc cầu nối nhịp tri thức" đã được Bridgestone Việt Nam hoàn thành










DẤU ẤN CHIẾN LƯỢC: TỪ NHÀ MÁY FDI TẠI HẢI PHÒNG ĐẾN VỊ THẾ DẪN DẮT THỊ TRƯỜNG



Nhà máy của Bridgestone Việt Nam tại Khu công nghiệp Đình Vũ, thành phố Hải Phòng đạt chứng nhận ISCC PLUS về bền vững carbon.



Dòng lốp cao cấp Turanza 6 tương thích cả xe điện, mang lại trải nghiệm lái êm, đầm, tiết kiệm và an toàn hơn.

Tại thị trường Việt Nam, Bridgestone là doanh nghiệp FDI với 100% vốn từ Nhật Bản gồm 02 công ty thành viên:

- Công ty TNHH Kinh doanh lốp xe Bridgestone Việt Nam - Trụ sở tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh

- Công ty TNHH Sản xuất lốp xe Bridgestone Việt Nam - Trụ sở tại thành phố Hải Phòng.

Nhà máy Bridgestone tại Khu công nghiệp Đình Vũ, Hải Phòng là một trong những dự án FDI lớn nhất ngành lốp xe. Nhà máy được xây dựng theo tiêu chuẩn toàn cầu của Tập đoàn Bridgestone, ứng dụng tự động hóa, số hóa, tiêu chuẩn môi trường quốc tế, đáp ứng nhu cầu lốp cho cả thị trường nội địa và xuất khẩu, góp phần giải quyết nhu cầu việc làm và phát triển kinh tế địa phương.

Sự hiện diện của Bridgestone không chỉ góp phần nâng cao năng lực sản xuất trong nước mà còn củng cố vị thế Việt Nam trên bản đồ chuỗi cung ứng lốp xe toàn cầu. Nhiều năm liền, Bridgestone được vinh danh trong Top 100 Doanh nghiệp bền vững (CSI), minh chứng cho chiến lược minh bạch, phát triển bền vững và tuân thủ pháp luật.

Tại Hải Phòng, Bridgestone được đánh giá là mô hình mẫu trong việc tuân thủ thuế, minh bạch chuỗi cung ứng và góp phần nâng cao môi trường đầu tư. Doanh nghiệp cũng triển khai thu gom, tái chế lốp xe sau sử dụng (chính sách trách nhiệm mở rộng của nhà sản xuất) qua các đơn vị được cấp phép nhằm giảm rác thải cao su, hỗ trợ mục tiêu kinh tế tuần hoàn.

Nhà máy Bridgestone Hải Phòng đang áp dụng tiêu chuẩn ISCC PLUS, thúc đẩy sử dụng vật liệu tái chế và tái tạo, phù hợp định hướng công nghiệp xanh của Việt Nam. Đây là một bước đi quan trọng trong chiến lược hỗ trợ Chính phủ thực hiện cam kết khí hậu và nâng tầm ngành sản xuất trong nước. Thành tựu này nâng tổng số nhà máy lốp của Tập đoàn Bridgestone đạt chứng nhận ISCC PLUS trên toàn cầu lên 16, thể hiện cam kết mạnh mẽ với trách nhiệm môi trường tại nhiều khu vực.



Lốp không săm Bridgestone cho Hino Euro5 ứng dụng công nghệ hiện đại, tối ưu an toàn, tiết kiệm nhiên liệu, giảm chi phí bảo trì, đáp ứng tiêu chuẩn Euro5 và hướng đến giao thông bền vững.

VÌ MỘT VIỆT NAM DI CHUYỂN AN TOÀN VÀ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG



Ông Naoki Inutsuka, Tổng Giám đốc Bridgestone Việt Nam phát biểu tại sự kiện khai trương B-Select Dân Chủ An Khánh, cửa hàng lốp du lịch thứ 100 tại Việt Nam, ngày 12/11/2025.

Gắn với tầm nhìn đến năm 2050, Bridgestone tiếp tục cung cấp giá trị cho khách hàng và xã hội như một công ty cung cấp giải pháp bền vững. Tại Việt Nam, Bridgestone đã và đang triển khai nhiều sáng kiến nhằm giảm phát thải CO_2 trên toàn chuỗi giá trị:

- *Ở cấp sản phẩm:* công nghệ lốp ENLITEN giúp giảm vật liệu thô, kéo dài tuổi thọ lốp và tối ưu hiệu suất vận hành - giảm phát thải trong suốt vòng đời sử dụng.

- *Ở cấp sản xuất:* nhà máy tại Hải Phòng chuyển đổi sang nhiên liệu sinh khối (biomass) từ năm 2022, giúp giảm hàng nghìn tấn CO_2 mỗi năm, trở thành hình mẫu giảm phát thải trực tiếp (Scope 1) trong ngành lốp xe. Thông qua việc đầu tư vào sử dụng năng lượng sinh khối, điều chỉnh bơm điện, kiểm soát biến tần, điều chỉnh lượng không khí của máy nén khí và ứng dụng công nghệ i-stop patrol, Bridgestone đã đạt được mục tiêu giảm lượng khí CO_2 phát thải đến năm 2030 vào năm 2023, sớm hơn 07 năm so với dự kiến. Nhà máy Bridgestone Việt Nam cũng tiếp tục triển khai các dự án tấm pin năng lượng mặt trời trên mái để đóng góp vào các mục tiêu nhà máy xanh. Ứng dụng vật liệu tái tạo, tái chế trong sản xuất, đầu tư nghiên cứu phát triển nguồn nguyên liệu mới mang tính bền vững. Tất cả nỗ lực nhằm hiện thực hóa tầm nhìn 2050 đều xoay quanh Cam kết E8 từ Bridgestone với 08 giá trị đóng góp cho khách hàng và xã hội, bắt đầu bằng chữ "E" trong tiếng Anh, bao gồm: Năng lượng (Energy), Sinh thái (Ecology), Hiệu quả (Efficiency), Mở rộng (Extension), Kinh tế (Economy), Cảm xúc (Emotion), Yên tâm (Ease), Trao quyền (Empowerment).

Bridgestone đã ra mắt 8 giá trị để cam kết chặt chẽ vì một thế giới bền vững, để có được sự tin tưởng của cả những thế hệ hôm nay và mai sau.



Ông Naoki Inutsuka, Tổng Giám đốc Công ty Kinh doanh lốp xe Bridgestone Việt Nam chia sẻ: "Hành trình 15 năm không chỉ là những nỗ lực không ngừng nghỉ nhằm mang công nghệ, tiêu chuẩn, sản phẩm chất lượng Nhật Bản đến đến với người tiêu dùng Việt, mà còn là sự đồng hành, thấu hiểu sâu sắc về con người, văn hóa bản địa cũng như hành trình phát triển của đất nước Việt Nam xinh đẹp. Chính vì thế Bridgestone Việt Nam luôn đặt an toàn, chất lượng, đổi mới công nghệ và phát triển bền vững làm trọng tâm trong mọi quyết định chiến lược, kiên định hiện thực hóa Cam kết E8 từ Bridgestone - vì khách hàng, vì cộng đồng và vì một Việt Nam di chuyển an toàn, phát triển bền vững".

Bridgestone Việt Nam đang tiếp tục viết tiếp hành trình hơn một thập kỷ phục vụ người tiêu dùng và đóng góp cho xã hội. Không chỉ mang đến những sản phẩm lốp chất lượng chuẩn Nhật Bản, Bridgestone còn cam kết đồng hành cùng Chính phủ và cộng đồng trong nỗ lực xây dựng tương lai giao thông an toàn, bền vững và hiện đại cho Việt Nam. ★

PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Sứ mệnh của Amway Việt Nam trong kỷ nguyên mới



Từ khi hiện diện tại Việt Nam vào năm 2008, Amway đã từng bước xây dựng nền tảng phát triển ổn định, lấy giá trị "Giúp mọi người có cuộc sống tốt đẹp hơn" làm kim chỉ nam xuyên suốt mọi chiến lược. Trong gần 20 năm qua, doanh nghiệp không chỉ khẳng định vị thế trên thị trường, mà còn để lại dấu ấn rõ nét nhờ chiến lược phát triển dựa trên tính bền vững, trách nhiệm xã hội, phù hợp với xu hướng tiêu dùng hiện đại. Những nỗ lực này đã giúp Amway Việt Nam trở thành một trong những thương hiệu tiên phong trong việc kết hợp kinh doanh, phát triển cộng đồng và bảo vệ môi trường, tạo dựng niềm tin lâu dài với người tiêu dùng.

Ghi dấu ấn mạnh mẽ trên thị trường Việt Nam

Trong bối cảnh Việt Nam hội nhập sâu rộng, tiêu chuẩn về chất lượng sản phẩm, môi trường và minh bạch ngày càng được đặt cao, Amway lựa chọn chiến lược phát triển theo chuẩn quốc tế và liên tục hoàn thiện hệ thống quản trị. Các dòng sản phẩm Nutrilite - nhãn hiệu thực phẩm bổ sung dinh dưỡng, vitamin và thực phẩm bảo vệ sức khỏe bán chạy số 1 thế giới[1]; Artistry - thương hiệu chăm sóc da và làm đẹp thuần chay được phân phối độc quyền bởi tập đoàn Amway và các hệ sinh thái sản phẩm ưu việt như Amway Care, Amway Home, Glister đều được sản xuất từ nguồn nguyên liệu truy xuất rõ ràng, kiểm định nghiêm ngặt, đáp ứng các tiêu chuẩn toàn cầu. Đây là nền tảng quan trọng giúp thương hiệu xây dựng niềm tin vững chắc với khách hàng và thị trường.

Amway theo đuổi chiến lược kinh tế xanh, thể hiện qua chất lượng sản phẩm và các chương trình hỗ trợ cộng đồng. Trong những năm qua, Amway đã triển khai nhiều hoạt động truyền thông nhằm nâng cao ý thức của người tiêu dùng về sức khỏe, truyền cảm hứng, thúc đẩy người tiêu dùng xây dựng những thói quen tốt và sử dụng sản phẩm dinh dưỡng từ thiên nhiên. Tại Việt Nam, các cộng đồng người tiêu dùng của Amway thu hút sự tham gia của đông đảo nhà phân phối và khách hàng như cộng đồng Home Party, cộng đồng Home Beauty, cộng đồng làm đẹp Passionista, Cộng đồng BodyKey. Amway đã kết nối thành công các cộng đồng từ mạng xã hội ra thế giới thực, tạo dựng mối quan hệ gắn kết để cùng chia sẻ những trải nghiệm mang đến cuộc sống chất lượng hơn.

Nhờ chiến lược này, Amway đã xây dựng được mạng lưới hơn 300.000 nhà phân phối trên toàn quốc, tạo nên một hệ sinh thái kinh doanh chuyên nghiệp, vận hành theo chuẩn toàn cầu, đồng thời gắn trách nhiệm của nhà phân phối với trải nghiệm tiêu dùng. Kết quả này giúp Amway Việt Nam giữ vững vị thế trong ngành bán hàng



Kho Trung tâm Amway rộng hơn 5.000m², khả năng lưu trữ đạt khoảng 3.500 pallet tiêu chuẩn, tăng 50% công suất so với kho hiện tại.

trực tiếp, đồng thời góp phần nâng cao giá trị thương hiệu trên thị trường. Chính vì vậy, Amway Việt Nam đã vinh dự đón nhận hơn 65 bằng khen, giải thưởng từ các cơ quan ban ngành Trung ương, địa phương và các tổ chức xã hội uy tín. Thành tựu nổi bật của công ty là Top 10 thị trường có doanh thu cao nhất toàn cầu năm 2023, minh chứng cho sức bền và sự tin tưởng của người tiêu dùng Việt.

Đổi mới, chuyển đổi số và nâng tầm trải nghiệm khách hàng

Cùng với cam kết bền vững, đổi mới và ứng dụng công nghệ là trụ cột chiến lược của Amway. Nhận diện chuyển đổi số là xu thế tất yếu, từ năm 2018, Amway Việt Nam đã tập trung xây dựng hệ sinh thái kỹ thuật số để nhà phân phối và khách hàng đều nhận được sự hỗ trợ nhanh chóng, được tiếp cận mọi lúc - mọi nơi. Nhà phân phối dễ dàng hơn trong các hoạt động kinh doanh và tiếp cận khách hàng mới. Người tiêu dùng cũng dễ dàng tiếp cận được hệ sinh thái các sản phẩm của Amway chỉ trong một cú "click" chuột.

Đào tạo và cung cấp công cụ để giúp nhà phân phối nâng cao kiến thức và kỹ năng cũng là một trong những ưu tiên của Amway Việt Nam. Chỉ tính riêng từ năm 2020 đến nay, Amway Việt Nam đã thực hiện 65 lớp chuyên đề, 80 khóa học E-learning về dinh dưỡng, làm đẹp và năng lực mạng xã hội với hơn 125.000 lượt nhà phân phối tham gia đào tạo.

Công nghệ số cũng giúp Amway tiếp cận thế hệ người tiêu dùng trẻ - nhóm ưu tiên tính tiện lợi, minh bạch và tương tác trực tuyến. Việc số hóa hệ thống tư vấn, quản lý đơn hàng, đào tạo và chăm sóc khách hàng không chỉ tăng hiệu quả vận hành mà còn tạo sự thống nhất trong quản trị theo chuẩn quốc tế.

Không chỉ tập trung vào số hoá, Amway Việt Nam còn nâng cấp và hoàn thiện trải nghiệm mua sắm trực tiếp bằng việc ra mắt khu phức hợp kinh doanh và trải nghiệm Amway Center và trung tâm hỗ trợ kinh doanh mini center trên khắp cả nước. Mô hình trung tâm phức hợp kinh doanh và trải nghiệm (Amway Center) thành công và đóng góp lớn cho sự phát triển của công ty trong nhiều năm vừa qua. Chính vì vậy trong năm 2025, mô hình trung tâm trải nghiệm mới (Mini-Center) được Amway tiếp tục ra mắt dựa trên sự thấu hiểu thị trường và nhu cầu thực tế của người tiêu dùng Việt Nam. Mô hình này không chỉ là nơi hội họp hay trưng bày sản phẩm, mà còn là không gian kết nối cộng đồng, lan tỏa phong cách sống khỏe mạnh - hạnh phúc, đồng thời là điểm giao nhận hàng hóa tiện lợi khi được triển khai hợp tác cùng Bưu điện Việt Nam (VNPost) để rút ngắn thời gian hàng hóa đến tay người tiêu dùng.

Việc mở rộng hệ thống này không chỉ giúp Amway nâng cao năng lực phục vụ mà còn mang thương hiệu đến gần hơn với khách hàng ở từng địa phương, giúp họ có thể trải nghiệm, kết nối và phát triển kinh doanh ngay tại nơi mình sinh sống.

Tháng 11/2025, Amway khánh thành Kho trung tâm tiếp tục khẳng định mạnh mẽ cam kết đầu tư dài hạn của Tập đoàn Amway tại Việt Nam, một trong mười thị trường có doanh thu lớn nhất toàn cầu. Sự đầu tư này được đặt trong tổng thể chiến lược A70[(2)], giữ vai trò trụ cột giúp Amway xây dựng nền tảng tăng trưởng bền vững, hiệu quả và cạnh tranh hơn trong khu vực.



Chuỗi Amway mini center được triển khai tại nhiều tỉnh, thành, tạo không gian trải nghiệm trực tiếp, trẻ trung và hiện đại.

Trách nhiệm xã hội - nền tảng phát triển bền vững

Phát triển bền vững không chỉ thể hiện qua sản phẩm mà còn qua chiến lược trách nhiệm xã hội của Amway. Tại Việt Nam, nhiều chương trình cộng đồng được triển khai sâu rộng, gắn với mục tiêu phát triển kinh tế xanh và chăm sóc sức khỏe cộng đồng.

Hơn 40 chương trình phụng sự cộng đồng được Amway triển khai trên mọi miền Tổ quốc, trong đó tiêu biểu như: chiến dịch Amway One By one, chiến dịch toàn cầu Nutrilite Power of 5. Từ năm 2008 - 2018, thông qua chiến dịch Amway One By One, Amway Việt Nam đã dành hơn 01 triệu USD cho các hoạt động trách nhiệm xã hội, giúp đỡ hơn 12.000 người trên mọi miền đất nước. Tiếp đó, Amway đã triển khai hiệu quả chương trình Nutrilite Power of 5, hỗ trợ dinh dưỡng cho trẻ em dưới 05 tuổi (giai đoạn 2015 - 2018), hợp tác cùng Viện Dinh dưỡng Quốc gia (Bộ Y tế) và Ban Quản lý Dự án "Cải thiện tình trạng dinh dưỡng cho trẻ em dưới 05 tuổi" (thuộc Vụ Sức khỏe Bà mẹ & Trẻ em, Bộ Y tế).

Trong nhiều năm qua, Amway Việt Nam tích cực triển khai các chương trình xã hội ý nghĩa, tiêu biểu như Chủ nhật Đỏ - hiến máu nhân đạo, các hoạt động hợp tác cùng Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh về trồng cây, bảo vệ môi trường và các chương trình an sinh xã hội tại nhiều địa phương nhằm góp phần cải thiện đời sống người dân.

Bên cạnh đó, Amway Việt Nam cũng phối hợp với Báo Điện tử Chính phủ triển khai nhiều hoạt động hỗ trợ cộng đồng tại các địa phương chịu ảnh hưởng bởi thiên tai, dịch bệnh. Hai bên đã đồng hành giúp lực lượng tuyến đầu trong dịch COVID-19 tại Lạng Sơn, hỗ trợ người dân vùng lũ ở Đà Nẵng, chung tay khắc phục hậu quả bão tại tỉnh Thái Nguyên và tiếp tục hỗ trợ các hộ dân khó khăn tại tỉnh Thanh Hóa, Nghệ An và Khánh Hòa.



Amway Việt Nam phối hợp với Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh triển khai Tổ chức Lễ khánh thành và tặng 02 công trình vui chơi trẻ em tại phường Bình Dương, Thành phố Hồ Chí Minh.



Amway Việt Nam hỗ trợ tỉnh Khánh Hòa 600 triệu đồng khắc phục thiệt hại do mưa lũ.

Ngoài ra, Amway Việt Nam còn thiết lập bước tiến chiến lược bằng việc hợp tác với Viện Dinh dưỡng Quốc gia (NIN) dưới mô hình hợp tác quốc tế với Viện Sức khỏe Nutrilite (NHI), nhằm nâng cao nhận thức và giải pháp dinh dưỡng cho người dân Việt Nam. Hợp tác này tập trung vào việc nghiên cứu thói quen dinh dưỡng, thành phần dinh dưỡng phù hợp với người Việt, đồng thời triển khai chương trình truyền thông giáo dục để khuyến khích lối sống chủ động, khỏe mạnh và hạnh phúc hơn.

Nhờ đó, Amway không chỉ xây dựng cộng đồng nhà phân phối và khách hàng khỏe mạnh thông qua thói quen sống lành mạnh, mà còn đồng hành cùng cả xã hội góp phần nâng cao tầm vóc, thể lực và sức khỏe trí tuệ của người dân Việt Nam, từ những bước nhỏ tại cộng đồng đến những ảnh hưởng lớn hơn toàn quốc.

Vai trò lãnh đạo và những ghi nhận uy tín

Đóng góp vào hành trình phát triển gần 20 năm của Amway Việt Nam là sự ổn định trong chiến lược và quản trị. Trong đó, Tổng Giám đốc Huỳnh Thiên Triều - người gắn bó với Amway từ những ngày đầu đã góp phần quan trọng trong việc duy trì định hướng phát triển bền vững và nâng cao hiệu quả quản trị doanh nghiệp, bảo đảm hoạt động tuân thủ pháp luật và phù hợp với tiêu chuẩn Tập đoàn.



Ông Huỳnh Thiên Triều, Tổng Giám đốc Amway Việt Nam nhận giải thưởng Doanh nhân xuất sắc châu Á năm 2025.

Những nỗ lực của Tổng Giám đốc Huỳnh Thiên Triều và tập thể Amway Việt Nam đã được ghi nhận bằng giải thưởng Doanh nhân xuất sắc châu Á 2025 (Master Entrepreneur Award) do Enterprise Asia trao tặng. Đây là giải thưởng uy tín khu vực, vinh danh các nhà lãnh đạo sở hữu tầm nhìn chiến lược và khả năng thích ứng trong bối cảnh kinh doanh mới. Giải thưởng Doanh nhân xuất sắc Châu Á mà ông Huỳnh Thiên Triều vinh dự được trao tặng năm nay là sự khẳng định cho tầm nhìn chiến lược và những nỗ lực không ngừng trên hành trình kiến tạo giá trị bền vững. Danh hiệu này không chỉ ghi nhận năng lực lãnh đạo của cá nhân ông, mà còn phản ánh uy tín và sức ảnh hưởng ngày càng lớn của Amway Việt Nam trong khu vực. Sự tôn vinh này đồng thời khắc họa rõ nét vai trò tiên phong của Amway trong việc định hình chuẩn mực phát triển mới cho ngành bán hàng trực tiếp, và nâng tầm hình ảnh doanh nhân Việt Nam trong cộng đồng kinh doanh châu Á - Thái Bình Dương.

Trước đó, ông từng được Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh tặng Bằng khen năm 2023 vì đóng góp cho chương trình Chủ nhật Đỏ, cùng nhiều giải thưởng quốc tế như Top 05 Nhà lãnh đạo tiêu biểu châu Á - Thái Bình Dương 2023 và Doanh nhân tiêu biểu Việt Nam - ASEAN 2020.

Dưới sự chèo lái quyết đoán của Tổng Giám đốc Huỳnh Thiên Triều, Amway Việt Nam đã gặt hái được những thành tựu to lớn với hơn 80 giải thưởng, khẳng định vững chắc vị thế tiên phong trên mọi lĩnh vực: 02 Bằng khen danh giá từ Bộ Y tế; 02 giải thưởng Top 5 Doanh nghiệp tiêu biểu ASEAN; 09 giải Rồng Vàng cho thành tựu đột phá về chuyển đổi số; 06 giải Nơi làm việc Tốt nhất châu Á; liên tục nằm trong Top 100 Doanh nghiệp Phát triển bền vững... cùng nhiều giải thưởng cao quý khác. Những thành tựu tập thể vượt trội này là minh chứng mạnh mẽ cho mô hình lãnh đạo thành công, kết hợp hài hòa giữa tầm nhìn kinh doanh chiến lược sắc bén và cam kết trách nhiệm xã hội bền vững mà ông Huỳnh Thiên Triều kiên trì theo đuổi.



Amway Việt Nam được vinh danh trong Top 5 Doanh nghiệp tiêu biểu ASEAN.



Amway Việt Nam vinh dự lần thứ 6 được vinh danh là "Nơi làm việc tốt nhất châu Á 2025" bởi Tạp chí HR Asia.

Bước vào giai đoạn phát triển mới, khi Việt Nam tập trung vào tăng trưởng xanh, tiêu dùng bền vững và kinh tế tuần hoàn, Amway tiếp tục đặt phát triển bền vững và sức khỏe cộng đồng làm trọng tâm. Doanh nghiệp hướng tới mở rộng trải nghiệm khách hàng, cải tiến sản phẩm, tối ưu hóa hệ sinh thái số và phát triển các chương trình cộng đồng theo hướng dài hạn.

Với nền tảng gần 20 năm và những thành tựu đã đạt được, Amway Việt Nam tiếp tục giữ vai trò tiên phong trong ngành bán hàng trực tiếp, đồng hành cùng sự phát triển năng động của thị trường Việt Nam, lan tỏa các giá trị sống lành mạnh và nâng tầm chuẩn sống khỏe cho người tiêu dùng trong kỷ nguyên vươn mình mạnh mẽ của dân tộc.★

Nguồn:

(1) Euromonitor International Ltd; Vitamins and Dietary Supplements, World GBN, Retail Value RSP, % breakdown, 2022 data based on custom research conducted April - August 2022.

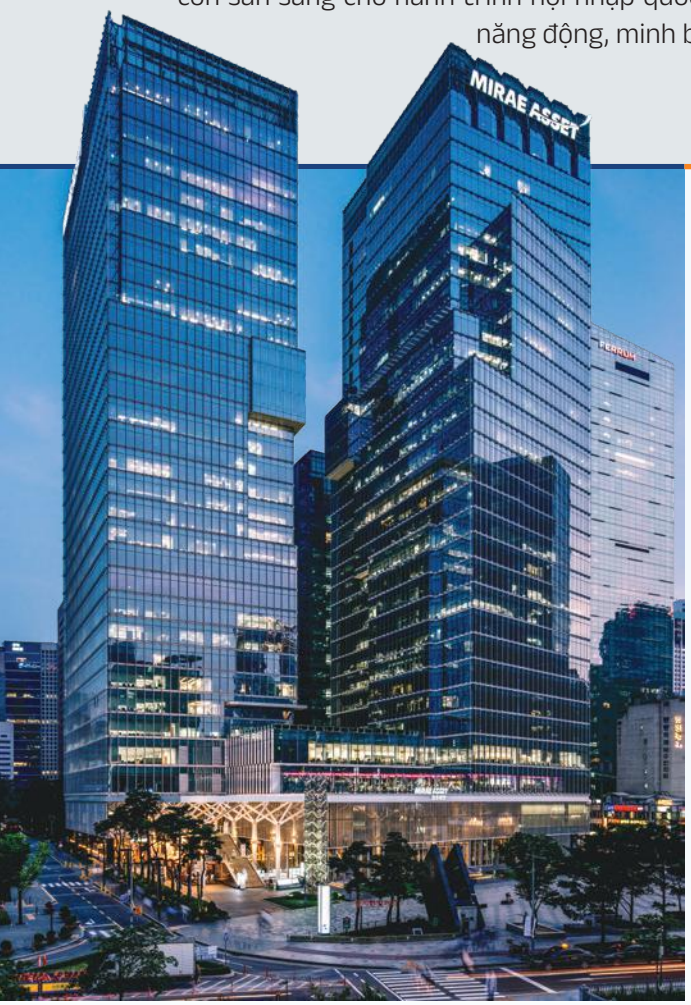
(2) A70: Kỷ niệm 70 năm thành lập Tập đoàn Amway.

MIRAE ASSET
Securities

DOANH NHÂN NGUYỄN HOÀNG YẾN và hành trình nâng tầm thị trường chứng khoán Việt Nam



Gần 25 năm kể từ phiên giao dịch đầu tiên ngày 28/7/2000, thị trường chứng khoán Việt Nam đã khẳng định vai trò là kênh huy động vốn then chốt, phản ánh sức mạnh và khát vọng vươn mình của nền kinh tế. Qua góc nhìn của bà Nguyễn Hoàng Yến, Chủ tịch Hội đồng quản trị Công ty CP Chứng khoán Mirae Asset, thị trường không chỉ ghi dấu với những thành tựu vượt bậc, mà còn sẵn sàng cho hành trình hội nhập quốc tế, với tầm vóc năng động, minh bạch và hiện đại.



HÀNH TRÌNH 25 NĂM PHÁT TRIỂN CỦA NGÀNH CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

Trong dòng chảy liên tục của 80 năm hình thành và phát triển ngành Tài chính Việt Nam, thị trường chứng khoán, dù mới bước sang tuổi 25 nhưng đã kịp khẳng định vị thế như một trong những trụ cột quan trọng của nền kinh tế hiện đại.

Nhìn lại chặng đường ấy, bà Nguyễn Hoàng Yến, Chủ tịch Hội đồng Quản trị Công ty Chứng khoán Mirae Asset Việt Nam cho rằng, sự trưởng thành của thị trường chứng khoán Việt Nam là bức tranh thu nhỏ phản ánh rõ nét nỗ lực cải cách thể chế, hội nhập quốc tế và bản lĩnh vươn lên của nền kinh tế Việt Nam trong kỷ nguyên mới. Từ những phiên giao dịch đầu tiên với số lượng doanh nghiệp niêm yết còn khiêm tốn, hạ tầng kỹ thuật hạn chế, đến nay, thị trường chứng khoán đã trở thành kênh huy động vốn có vai trò ngày càng lớn, song hành cùng hệ thống tín dụng ngân hàng trong việc phân bổ nguồn lực cho tăng trưởng.

Quy mô vốn hóa thị trường vượt mốc 6 triệu tỷ đồng, tương đương hơn 60% GDP. Đó là minh chứng sinh động cho niềm tin của nhà đầu tư, cho năng lực hấp thụ vốn của doanh nghiệp và cho sự lớn mạnh của một thị trường vốn đang từng bước tiệm cận chuẩn mực quốc tế. Theo doanh nhân Nguyễn Hoàng Yến, những thành quả ấy có được là kết tinh của quá trình điều hành nhất quán, thận trọng nhưng không kém phần quyết liệt của các cơ quan quản lý nhà nước, cùng sự đồng hành của cộng đồng doanh nghiệp và các định chế tài chính trong và ngoài nước.

Bước vào giai đoạn phát triển mới, khi Việt Nam đứng trước nhu cầu rất lớn về vốn cho đầu tư hạ tầng, chuyển đổi mô hình tăng trưởng và phát triển khu vực kinh tế tư nhân, vai trò của thị trường chứng khoán càng trở nên quan trọng. Theo doanh nhân Nguyễn Hoàng Yến, bức tranh tương lai của thị trường đang được nâng đỡ bởi nhiều nền tảng vững chắc: chính sách tiền tệ ổn định, dư địa tài khóa còn lớn, quyết tâm đẩy mạnh đầu tư công và đặc biệt là nỗ lực cải cách thể chế nhằm nâng cao tính minh bạch, hiệu quả và kỷ cương thị trường. Trong đó, dấu mốc nâng hạng thị trường và việc triển khai hệ thống công nghệ giao dịch KRX được xem là những "cú hích" quan trọng, giúp thị trường chứng khoán Việt Nam tiệm cận sâu hơn với các chuẩn mực quốc tế. Khi các nút thắt về kỹ thuật và cơ chế được tháo gỡ, dòng vốn lớn, dài hạn từ các quỹ đầu tư toàn cầu sẽ có thêm cơ sở để gia tăng hiện diện tại Việt Nam. "Chúng ta đang đứng trước một giai đoạn phát triển vàng, không chỉ về quy mô hay điểm số, mà là về chất lượng, chiều sâu và tính bền vững của thị trường," bà nhấn mạnh.

Thực tế, theo giới đầu tư nước ngoài, Việt Nam đang nổi lên như một trong những điểm đến hấp dẫn nhất châu Á. Tốc độ tăng trưởng GDP được dự báo duy trì ở nhóm cao nhất khu vực, cùng quy mô vốn hóa VN-Index hơn 280 tỷ USD (tính đến tháng 11/2025), khiến Việt Nam ngày càng tiệm cận với nhiều thị trường mới nổi đã được phân bổ trong



Lễ ký kết hợp tác chiến lược giữa Mirae Asset Việt Nam và Công ty Cổ phần Quản lý Quỹ Dragon Capital Việt Nam, ngày 18/11/2025.

các bộ chỉ số toàn cầu. Sự tương đồng này mở ra dư địa rất lớn cho việc thu hút dòng vốn ngoại mang tính dài hạn và ổn định hơn.

Tuy nhiên, sự chuyển mình của thị trường cũng đồng thời đặt ra yêu cầu tự nâng tầm đối với chính các công ty chứng khoán. Theo doanh nhân Nguyễn Hoàng Yến, trong giai đoạn phát triển mới, công ty chứng khoán không thể chỉ dừng lại ở vai trò trung gian giao dịch, mà cần trở thành đối tác đồng hành chiến lược của nhà đầu tư. Điều đó đòi hỏi sự nâng cấp toàn diện, từ nền tảng công nghệ, năng lực phân tích, chất lượng nguồn nhân lực, cho tới chuẩn hóa quản trị rủi ro và đạo đức nghề nghiệp.

Đặc biệt, xu hướng chuyển dịch từ mô hình môi giới truyền thống sang mô hình quản lý gia sản toàn diện (Wealth Management) là tất yếu, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng, chuyên biệt của nhà đầu tư trong bối cảnh tài sản tích lũy ngày càng lớn. Với kinh nghiệm 28 năm quản lý tài sản toàn cầu của Tập đoàn Mirae Asset, bà cho rằng đây chính là lợi thế cạnh tranh cốt lõi để các doanh nghiệp chứng khoán đồng hành cùng nhà đầu tư trong dài hạn. Song song với đó, trách nhiệm phổ cập kiến thức đầu tư, nâng cao tính minh bạch và góp phần nâng chuẩn toàn thị trường cũng được bà xác định là sứ mệnh không thể thiếu của các định chế tài chính có tầm vóc.





MIRAE ASSET VIỆT NAM - ĐỒNG HÀNH CÙNG SỰ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CỦA THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN

Trên cương vị "nữ thuyền trưởng" người Việt đầu tiên của Chứng khoán Mirae Asset tại Việt Nam, bà Nguyễn Hoàng Yến nhìn nhận vai trò của mình không chỉ là cơ hội cá nhân, mà còn là trách nhiệm lớn đối với thị trường và đất nước. Theo Bà, Mirae Asset không đơn thuần là một công ty chứng khoán có vốn ngoại, mà là cầu nối giữa thị trường Việt Nam với dòng vốn, kinh nghiệm và chuẩn mực quản trị toàn cầu. Sự hiện diện và phát triển bền vững của Mirae Asset tại Việt Nam chính là minh chứng cho niềm tin dài hạn của các nhà đầu tư quốc tế vào triển vọng kinh tế Việt Nam.

Chiến lược phát triển sắp tới, Chứng khoán Mirae Asset Việt Nam sẽ tiếp tục phát huy lợi thế từ Tập đoàn mẹ về công nghệ, nguồn vốn và mạng lưới quốc tế, đồng thời đẩy mạnh nội địa hóa sản phẩm, dịch vụ và mô hình vận hành để phù hợp với đặc thù của nhà đầu tư Việt Nam. Ba trụ cột chiến lược được xác định rõ ràng gồm: chuyển đổi số, đa dạng hóa sản phẩm và phát triển con người,



hướng tới mục tiêu trở thành một công ty quản lý tài sản toàn diện, phục vụ hiệu quả cả nhà đầu tư cá nhân lẫn tổ chức.

Với doanh nhân Nguyễn Hoàng Yến, thành công ấy không chỉ là thành quả của một tập thể doanh nghiệp, mà còn là minh chứng cho trí tuệ, bản lĩnh và năng lực hội nhập của người Việt trong môi trường tập đoàn tài chính toàn cầu. Quan trọng hơn, đó là sự khẳng định cam kết gắn bó lâu dài của doanh nghiệp FDI đối với sự phát triển bền vững của thị trường vốn và nền kinh tế Việt Nam.

Mục tiêu cuối cùng của chúng tôi "là kết nối vốn toàn cầu với giá trị Việt Nam, biến việc nâng hạng thị trường từ một cú hích mang tính kỹ thuật trở thành động lực phát triển bền vững cho doanh nghiệp và cho cả nền kinh tế." Tinh thần ấy cũng chính là biểu hiện sinh động của trách nhiệm xã hội và khát vọng đồng hành của các định chế tài chính quốc tế trong kỷ nguyên vươn mình của đất nước. ★



Mirae Asset Việt Nam trao học bổng "Quỹ tài trợ khát vọng tương lai 2024" cho sinh viên có hoàn cảnh khó khăn và thành tích học tập tốt tại nhiều trường đại học trên cả nước, tháng 01 - 02/2025.

Sun Asterisk

Hành trình phát triển nhân lực công nghệ Việt để kiến tạo giá trị bền vững

Được thành lập vào năm 2012, Công ty TNHH Sun Asterisk Việt Nam (Sun*) đã từng bước khẳng định vị thế là một trong những doanh nghiệp công nghệ có quy mô và tầm ảnh hưởng lớn tại Việt Nam. Công ty là đối tác đồng hành cùng khách hàng Nhật Bản cũng như toàn cầu trong hành trình kiến tạo sản phẩm và giải pháp công nghệ, vượt ra ngoài khuôn khổ của một công ty outsourcing thuần túy. Sau hơn một thập kỷ phát triển, Sun* hiện quy tụ hơn 1.500 nhân sự chuyên nghiệp, làm việc tại 6 thành phố thuộc 03 quốc gia châu Á.

Mang trong mình tầm nhìn xây dựng "một thế giới tự do nơi mỗi người được say mê kiến tạo những giá trị Awesome", Sun* xác định sứ mệnh của một doanh nghiệp IT không chỉ dừng lại ở hoạt động kinh doanh, mà còn là trách nhiệm đồng hành cùng Việt Nam trong tiến trình đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số.



Trên hành trình đó, Sun* phát triển mảng Creative & Engineering như một trụ cột trọng điểm. Với đội ngũ gồm các kỹ sư, nhà thiết kế và tư vấn chiến lược, Sun* tham gia tư vấn và triển khai giải pháp trong nhiều lĩnh vực, từ phát triển sản phẩm số, tư vấn chiến lược kinh doanh đến hỗ trợ chuyển đổi số cho các doanh nghiệp quy mô lớn. Thông qua mô hình Digital Creative Studio, Sun* tham gia toàn bộ vòng đời phát triển sản phẩm - từ ý tưởng, thiết kế đến triển khai, nhằm tạo ra những trải nghiệm số khác biệt cho người dùng cuối. Từ Việt Nam, các sản phẩm công nghệ do đội ngũ Sun* phát triển đã và đang được ứng dụng tại nhiều thị trường quốc tế, góp phần khẳng định năng lực của trí tuệ Việt trong chuỗi giá trị công nghệ toàn cầu.

Song song với hoạt động phát triển sản phẩm, Sun* nhất quán quan điểm đầu tư cho nguồn nhân lực công nghệ là nền tảng của phát triển bền vững. Sun* xây dựng hệ sinh thái giải pháp nguồn nhân lực Talent Platform, hướng tới nâng cao chất lượng nhân sự CNTT Việt Nam cả bên trong và bên ngoài doanh nghiệp, trang bị không chỉ kỹ năng chuyên môn, mà cả tư duy công nghệ và khả năng thích ứng với những thay đổi mang tính cách mạng của kỷ nguyên AI.

Nhiều hoạt động như workshop công nghệ, hackathon và các diễn đàn chuyên môn được duy trì nhằm lan tỏa tinh thần học hỏi và sáng tạo trong cộng đồng kỹ sư. Nổi bật là Viblo - nền tảng tri thức công nghệ do Sun* phát triển với 157.000 thành viên và hơn 3,5 triệu lượt xem mỗi tháng. Bên cạnh đó, Sun* tổ chức các hoạt động chia sẻ tri thức như TechUp, đồng thời tham gia các diễn đàn chiến lược như lễ công bố báo cáo "Nền kinh tế AI Việt Nam" với kỳ vọng góp tiếng nói trong sự phát triển chung của ngành CNTT Việt Nam. Không chỉ dừng lại ở cộng đồng kỹ sư đang làm nghề, Sun* còn chú trọng bồi dưỡng nguồn nhân lực CNTT ngay từ giảng đường đại học, với hơn 2.000 sinh viên tại các trường Đại học Bách khoa Hà Nội, Đại học Quốc gia Hà Nội… được đồng hành dài hạn từ khi nhập học đến khi tốt nghiệp để sẵn sàng hội nhập trong bối cảnh chuyển đổi số. ★



Kiên định với châm ngôn "Make awesome things that matter", Sun* theo đuổi mục tiêu tạo ra những giá trị công nghệ gắn liền với sự phát triển dài hạn của nguồn nhân lực Việt Nam trong kỷ nguyên số.