

Bản tin tháng 10/2024

1. Xu hướng xanh hóa trong ngành nông nghiệp tại Bắc Âu và bài học nhằm đáp ứng xu hướng toàn cầu và nâng cao năng lực cạnh tranh của nông sản Việt

Xu hướng xanh hóa trong ngành nông nghiệp tại Bắc Âu đang phát triển mạnh mẽ với mục tiêu giảm thiểu tác động môi trường, thúc đẩy sự bền vững và bảo vệ hệ sinh thái. Các nước Bắc Âu đã thiết lập nhiều chiến lược tiên tiến nhằm phát triển nền nông nghiệp thân thiện với môi trường. Để đạt được điều này, họ đã ứng dụng công nghệ cao trong quản lý và giám sát quy trình sản xuất. Các công nghệ hiện đại như hệ thống cảm biến, trí tuệ nhân tạo và blockchain được áp dụng để tối ưu hóa việc sử dụng tài nguyên và đảm bảo tính minh bạch trong chuỗi cung ứng. Điều này không chỉ giúp giảm thiểu lãng phí mà còn góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất, đáp ứng các tiêu chuẩn xanh của khu vực.

Một trong những xu hướng nổi bật ở Bắc Âu là việc thúc đẩy sản xuất hữu cơ và giảm thiểu hóa chất độc hại. Chính phủ các nước trong khu vực này đã khuyến khích sản xuất hữu cơ bằng các chính sách hỗ trợ và các quy định chặt chẽ trong việc hạn chế sử dụng hóa chất và thuốc trừ sâu. Điều này giúp đảm bảo sản phẩm an toàn cho người tiêu dùng, đồng thời bảo vệ đất và nguồn nước, tạo điều kiện cho hệ sinh thái phát triển bền vững.

Chứng nhận và truy xuất nguồn gốc là một phần không thể thiếu trong chiến lược phát triển nông nghiệp xanh của Bắc Âu. Các sản phẩm nông nghiệp xuất khẩu vào thị trường này thường phải đáp ứng các tiêu chuẩn nghiêm ngặt và có khả năng truy xuất nguồn gốc rõ ràng từ khâu sản xuất đến khi đến tay người tiêu dùng.

Ngoài ra, các quốc gia Bắc Âu còn chú trọng phát triển chuỗi cung ứng bền vững, bao gồm các phương thức vận chuyển với lượng khí thải thấp và sử dụng bao bì tái chế. Các công ty vận tải, nhà sản xuất và nhà bán lẻ trong khu vực hợp tác chặt chẽ để tối ưu hóa quy trình phân phối, giảm thiểu lượng khí thải CO₂ phát sinh trong quá trình vận chuyển sản phẩm đến người tiêu dùng.

Để minh họa rõ hơn, có thể nhắc đến một số sáng kiến cụ thể mà các nước Bắc Âu đã triển khai nhằm thúc đẩy nông nghiệp bền vững. Thụy Điển, quốc gia đi đầu trong bảo vệ môi trường, đã phát triển sáng kiến "Dấu chân Sinh thái Thụy Điển" (Swedish Eco Footprint), tập trung vào giảm thiểu khí thải carbon thông qua công nghệ nông nghiệp thông minh.

Đan Mạch đã tiên phong trong phát triển mô hình nông nghiệp hữu cơ, với hơn 10% diện tích canh tác chuyển sang sản xuất hữu cơ. Chính phủ còn hỗ trợ tài chính cho nông dân áp dụng canh tác thân thiện với môi trường và đặt ra các tiêu chuẩn nghiêm ngặt về hóa chất. Chiến dịch "Kế hoạch hành động hữu cơ quốc gia" của Đan Mạch có mục tiêu đưa sản xuất hữu cơ lên 25% tổng sản xuất nông nghiệp vào năm 2030, bao gồm hỗ trợ tài chính, đào tạo, và quảng bá sản phẩm hữu cơ đến người tiêu dùng trong và ngoài nước.

Những sáng kiến từ Bắc Âu là ví dụ điển hình cho Việt Nam học hỏi. Sự kết hợp giữa công nghệ cao, hỗ trợ chính phủ và cam kết doanh nghiệp có vai trò rất quan trọng trong xây dựng nền nông nghiệp xanh, bền vững. Việt Nam có thể tham khảo các sáng kiến này để áp dụng vào việc chuyển đổi mô hình sản xuất, tăng cường tính bền vững và thân thiện với môi trường, từ đó nâng cao giá trị của nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Việt Nam, khi muốn hướng đến sản xuất xanh và đẩy mạnh xuất khẩu nông sản vào các thị trường khó tính như Bắc Âu, hoàn toàn có thể học hỏi từ các mô hình phát triển bền vững này. Ứng dụng công nghệ cao trong nông nghiệp là yếu tố quan trọng mà Việt Nam cần đẩy mạnh, như cảm biến để theo dõi độ ẩm, dinh dưỡng đất, giúp tối ưu hóa lượng nước và phân bón. Điều này không chỉ giúp tiết kiệm tài nguyên mà còn giảm thiểu tác động tiêu cực lên môi trường. Các công nghệ mới như blockchain cũng có thể được áp dụng để minh bạch hóa quá trình sản xuất, tạo niềm tin cho người tiêu dùng khi họ có thể dễ dàng truy xuất nguồn gốc sản phẩm – yếu tố quan trọng đối với các thị trường Bắc Âu.

Việt Nam cũng cần thúc đẩy sản xuất hữu cơ và giảm dần việc sử dụng các hóa chất trong nông nghiệp. Chuyển đổi sang sản xuất hữu cơ đòi hỏi nhiều nỗ lực và chi phí, nhưng là xu hướng không thể đảo ngược trong dài hạn khi nhu cầu tiêu dùng các sản phẩm sạch, an toàn ngày càng gia tăng.

Cuối cùng, Việt Nam cần cải thiện toàn bộ chuỗi cung ứng theo hướng bền vững. Điều này bao gồm việc sử dụng các phương thức vận chuyển thân thiện với môi trường, tối ưu hóa đóng gói và phân phối sản phẩm nhằm giảm thiểu khí thải phát sinh. Việc xanh hóa chuỗi cung ứng không chỉ đáp ứng yêu cầu của thị trường Bắc Âu mà còn tạo nên lợi thế cạnh tranh cho nông sản Việt Nam, khi người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến yếu tố môi trường và lựa chọn sản phẩm có cam kết bảo vệ hệ sinh thái.

(Nguyễn Thị Hoàng Thúy, Tham tán thương mại Việt Nam tại Thụy Điển)

2. Biến đổi khí hậu đang ảnh hưởng đến ngành đánh bắt cá của Na Uy

Đánh bắt cá là một trong những ngành quan trọng nhất ở Na Uy, với kim ngạch xuất khẩu hải sản đạt mức cao kỷ lục là 172 tỷ NOK (14,49 tỷ euro) trong năm 2023, tăng 14% so với mức năm 2022. Năm 2022, ngành hải sản chiếm khoảng 2,3% tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của cả nước. Na Uy cũng là nước xuất khẩu cá hồi hàng đầu thế giới. Theo World's Top Exports, xuất khẩu cá hồi tươi hoặc ướp lạnh của nước này đạt 8,6 tỷ USD (7,73 tỷ euro) trong năm 2023, chiếm khoảng 48,9% lượng cá hồi xuất khẩu của thế giới.

Một trong những tác động mà biến đổi khí hậu đang ảnh hưởng đến ngành đánh bắt cá của Na Uy là làm giảm số lượng các loài cá phương bắc như cá tuyết, cá bơn và cá mú đỏ. Sản lượng cá hồi cũng được dự đoán sẽ bị ảnh hưởng, vì nước ấm hơn có nghĩa là có nhiều loài ký sinh trùng và bệnh tật ảnh hưởng đến cá. Gần đây, cá tuyết phương Bắc là một trong những loài ít có khả năng sống sót cho đến khi trưởng thành.

Biến đổi khí hậu khiến một số vùng ở miền Nam Na Uy đang ngày càng trở nên không phù hợp với các loài như cá hồi, cá tuyết bạc và cá trích và có xu hướng di cư nhiều hơn về phía các vùng biển phía bắc. Ngành thủy sản ở khu vực phía Nam có khả năng phải đối mặt với tổn thất tài chính và hoạt động kinh doanh giảm sút, thậm chí có khả năng phải đóng cửa.

Các loài hải sản khác như cua tuyết Na Uy cũng nhạy cảm với sự thay đổi nhiệt độ và thường cần nước đóng băng để có thể sống sót cho đến khi trưởng thành. Chúng được tìm thấy ở Biển Barents, cũng như Svalbard, Alaska và một số vùng Bắc Cực thuộc Canada, Nga. Tuy nhiên, do biến đổi khí hậu, các loài như cua tuyết bị sụt giảm sản lượng khiến doanh nghiệp khó có thể cung cấp sản phẩm theo nhu cầu của thị trường.

Để giảm tác động của biến đổi khí hậu, Na Uy đang thực hiện các hoạt động đánh bắt cá bền vững, sử dụng lưới thay vì nạo vét cho phép quần thể sinh vật biển duy trì sự cân bằng nhất có thể. Các biện pháp khác bao gồm hạn chế đánh bắt quá mức và ô nhiễm biển, sử dụng thuyền đánh cá chất lượng tốt hơn với công nghệ hoàn toàn bằng điện hoặc hybrid để giảm lượng khí thải. Bên cạnh đó, Na Uy mở rộng các khu bảo tồn biển (MPA) để đảm bảo hệ sinh thái biển có đủ thời gian phục hồi sau một giai đoạn đánh bắt thủy sản quá mức. Chính phủ cũng cấp hỗ trợ cho ngành đánh bắt cá bao gồm xây dựng bến cảng và cung cấp các khoản vay cho tàu cá.

3. Webinar ngày 7/11: Thụy Điển – Cường quốc trong ngành game

Bạn có muốn tìm hiểu về thị trường game Thụy Điển? Tham gia buổi hội thảo trực tuyến một giờ để khám phá thị trường game Thụy Điển, các xu hướng đang định hình ngành này và các cơ hội kinh doanh dành cho các công ty từ các nước đang phát triển.

Ngành game Thụy Điển có ảnh hưởng lớn ở cả châu Âu và toàn cầu, đứng thứ 9 tại châu Âu về doanh thu game kỹ thuật số hàng năm và là nước có số lượng công ty game lớn thứ ba tại khu vực này. Theo Chỉ số Nhà phát triển Game Thụy Điển, các công ty trong ngành này đã tạo ra hơn 8 tỷ EUR vào năm 2022. Dự kiến, năm 2024 sẽ có khoảng 4,7 triệu người chơi game tại Thụy Điển, chiếm khoảng 44% dân số.

Tại hội thảo, các đại diện từ ngành game sẽ chia sẻ về thị trường Thụy Điển, xu hướng hiện tại, và cung cấp các mẹo hữu ích để tìm kiếm đối tác kinh doanh.

- **Chuyên gia thị trường:** Nicklas Mellqvist, đồng sáng lập kiêm CTO của Ultiro
- **Khách mời đặc biệt:** Anna Högborg Jenelius, nhà sáng lập Valiant Game Studio

Sự kiện do Open Trade Gate Sweden (OTGS), thuộc Cơ quan Thương mại Quốc gia Thụy Điển, tổ chức. Webinar hoàn toàn miễn phí.

Đối tượng tham gia: Các công ty game và tổ chức hỗ trợ kinh doanh từ các nước đang phát triển có quan tâm đến việc xuất khẩu sản phẩm và dịch vụ CNTT sang Thụy Điển. Đại diện các đại sứ quán tại Stockholm hoặc ở nước ngoài cũng được chào đón tham dự.

- **Thời gian:** Thứ Năm, ngày 7/11, từ 13:00 - 13:55 (giờ Thụy Điển, UTC+1)
- **Hình thức tham gia:** Trực tuyến qua Zoom
- **Đăng ký:** Vui lòng đăng ký muộn nhất vào ngày 5/11 tại <https://www.kommerskollegium.se/en/open-trade-gate/about-open-trade-gate-sweden/webinar-sweden-a-gaming-powerhouse/>.

Đừng bỏ lỡ cơ hội hiểu thêm về thị trường game Thụy Điển và mở rộng kết nối quốc tế!

4. Tại sao doanh nghiệp Việt Nam nên đầu tư vào công nghệ xanh để xuất khẩu

Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu đang chuyển đổi mạnh mẽ sang phát triển bền vững, công nghệ xanh không chỉ còn là một lựa chọn mà đã trở thành nhu cầu tất yếu để các doanh nghiệp tồn tại và cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Đối với các doanh nghiệp Việt Nam, đầu tư vào công nghệ xanh là một chiến lược quan trọng giúp họ tiếp cận các thị trường xuất khẩu tiềm năng, đáp ứng những tiêu chuẩn khắt khe từ quốc tế và thích nghi với những thay đổi trong xu hướng tiêu dùng. Việc áp dụng các công nghệ xanh không chỉ giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường mà còn mang lại nhiều lợi ích kinh tế, giúp doanh nghiệp tối ưu hóa hiệu quả sản xuất và nâng cao giá trị thương hiệu.

Nhu cầu toàn cầu đối với sản phẩm bền vững ngày càng tăng

Hiện nay, các quy trình sản xuất thân thiện với môi trường, thiết kế sản phẩm bền vững, và các thực hành tiết kiệm năng lượng ngày càng trở thành yêu cầu thiết yếu đối với các doanh nghiệp xuất khẩu. Người tiêu dùng tại các thị trường phát triển, đặc biệt là ở các quốc gia Bắc Âu như Đan Mạch, Thụy Điển và Na Uy, ngày càng ưu tiên các sản phẩm có nguồn gốc bền vững. Theo một khảo sát của Statista, khoảng 75% người tiêu dùng ở các quốc gia này thích mua sản phẩm từ các công ty có trách nhiệm với môi trường.

Các doanh nghiệp lớn như H&M và IKEA đã đi đầu trong việc phát triển các chuỗi cung ứng xanh, đặt ra các yêu cầu rất nghiêm ngặt về bảo vệ môi trường đối với các nhà cung cấp của họ. H&M, một thương hiệu thời trang quốc tế, không chỉ cam kết sử dụng các nguyên liệu tái chế mà còn yêu cầu các đối tác sản xuất phải tuân thủ các tiêu chuẩn môi trường cao cấp. Điều này đặt ra thách thức nhưng cũng mang lại cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu sản phẩm sang các thị trường này. Bằng cách áp dụng công nghệ xanh và các quy trình sản xuất thân thiện với môi trường, doanh nghiệp Việt Nam có thể đảm bảo rằng họ không chỉ đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế mà còn thu hút sự chú ý của người tiêu dùng và đối tác kinh doanh tiềm năng.

Tính bền vững đang dần trở thành yếu tố bắt buộc trong các chuỗi cung ứng quốc tế, thay vì chỉ là một giá trị gia tăng cho thương hiệu. Ví dụ, IKEA đã cam kết chỉ sử dụng gỗ từ các khu rừng được quản lý bền vững, và điều này giúp họ xây dựng được niềm tin vững chắc với người tiêu dùng trên toàn cầu. Các doanh nghiệp Việt Nam nếu có thể theo đuổi con đường này sẽ gia tăng được sức cạnh tranh trong các thị trường yêu cầu cao như Bắc Âu và châu Âu nói chung.

Tuân thủ các quy định và tiêu chuẩn quốc tế

Cùng với sự phát triển của các xu hướng bền vững, các quy định thương mại quốc tế cũng thay đổi để phản ánh những quan ngại về môi trường. Các quốc gia thuộc Liên minh châu Âu (EU) đã và đang thực hiện những chính sách thương mại xanh nhằm kiểm soát lượng khí thải và thúc đẩy các sản phẩm không gây hại đến môi trường. **Thỏa thuận Xanh châu Âu** là một ví dụ điển hình, với mục tiêu biến châu Âu thành lục địa không phát thải carbon vào năm 2050.

Để có thể duy trì và mở rộng hoạt động xuất khẩu sang các thị trường này, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải đầu tư vào công nghệ xanh nhằm đáp ứng các quy định ngày càng nghiêm ngặt. Một ví dụ cụ thể là **Cơ chế Điều chỉnh Biên giới Carbon (CBAM)**, dự kiến sẽ được áp dụng hoàn toàn vào năm 2026. Theo cơ chế này, các doanh nghiệp ngoài EU khi xuất khẩu hàng hóa sang châu Âu phải thanh toán một khoản phí dựa trên lượng carbon phát sinh trong quá trình sản xuất. Do đó, việc đầu tư vào các giải pháp công nghệ xanh nhằm giảm thiểu phát thải carbon không chỉ là một yêu cầu cấp thiết mà còn là một cách để doanh nghiệp có thể giảm thiểu chi phí xuất khẩu và gia tăng cơ hội tiếp cận thị trường.

Các doanh nghiệp Bắc Âu như LEGO đã chứng minh rằng việc đầu tư vào năng lượng tái tạo và quy trình sản xuất không phát thải không chỉ giúp họ đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế mà còn nâng cao giá trị thương hiệu. LEGO đã cam kết sử dụng 100% năng lượng tái tạo trong các hoạt động của mình, điều này không chỉ giúp họ tránh được những quy định khắt khe mà còn tạo ra lợi thế cạnh tranh về mặt hình ảnh. Đây là bài học quan trọng cho các doanh nghiệp Việt Nam trong việc tối ưu hóa quy trình sản xuất để vừa đáp ứng yêu cầu quốc tế, vừa tăng cường vị thế trên thị trường toàn cầu.

Nâng cao giá trị thương hiệu và xây dựng niềm tin khách hàng

Cam kết bảo vệ môi trường không chỉ giúp các doanh nghiệp nâng cao hiệu quả sản xuất mà còn là yếu tố quan trọng trong việc xây dựng và nâng cao giá trị thương hiệu. Người tiêu dùng ngày càng có ý thức về trách nhiệm xã hội và môi trường của các doanh nghiệp, do đó, các doanh nghiệp chứng minh được cam kết phát triển bền vững sẽ tạo dựng được lòng tin với khách hàng và đối tác quốc tế.

H&M và IKEA là những ví dụ điển hình về việc sử dụng các sáng kiến xanh để củng cố bản sắc thương hiệu và tạo dựng vị thế dẫn đầu trong phong trào kinh doanh bền vững. H&M đã giới thiệu dòng sản phẩm **“Conscious”**, được làm từ các nguyên liệu tái chế và bền vững, thu hút người tiêu dùng quan tâm đến môi trường. IKEA cũng sử dụng các nguyên liệu tái tạo và quản lý nghiêm ngặt chuỗi cung ứng để giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường.

Đối với các doanh nghiệp Việt Nam, việc áp dụng công nghệ xanh có thể trở thành công cụ tiếp thị hiệu quả giúp tạo dựng sự khác biệt so với đối thủ và thu hút khách hàng quốc tế. Trong các lĩnh vực xuất khẩu chủ chốt như dệt may, da giày và nông sản, thực phẩm, việc sử dụng các nguyên liệu thân thiện với môi trường hoặc tối ưu hóa quy trình sản xuất theo hướng bền vững sẽ giúp doanh nghiệp gây ấn tượng mạnh với người tiêu dùng toàn cầu.

Tiết kiệm chi phí lâu dài và tăng hiệu quả vận hành

Một lợi ích kinh tế quan trọng khác của việc đầu tư vào công nghệ xanh là tiềm năng tiết kiệm chi phí trong dài hạn. Mặc dù việc đầu tư ban đầu có thể đòi hỏi chi phí cao, nhưng các giải pháp tiết kiệm năng lượng, giảm thiểu chất thải và sử dụng năng lượng tái tạo sẽ mang lại hiệu quả tài chính lâu dài. Chẳng hạn, hệ thống năng lượng mặt trời hoặc năng lượng gió có thể tốn kém khi lắp đặt ban đầu nhưng sẽ giúp doanh nghiệp tiết kiệm đáng kể chi phí năng lượng trong tương lai.

LEGO là một ví dụ nổi bật về doanh nghiệp đã hưởng lợi từ việc đầu tư vào các sáng kiến bền vững. Bằng cách đầu tư vào năng lượng gió, LEGO không chỉ đạt được mục tiêu sử dụng 100% năng lượng tái tạo mà còn giảm được sự phụ thuộc vào các nguồn năng lượng truyền thống. Điều này giúp họ kiểm soát chi phí vận hành tốt hơn và tạo ra lợi thế cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Các doanh nghiệp Việt Nam có thể học hỏi từ mô hình này để tối ưu hóa chi phí và nâng cao hiệu quả sản xuất.

Đổi mới và bền vững lâu dài

Việc đầu tư vào công nghệ xanh không chỉ giúp doanh nghiệp giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường mà còn thúc đẩy đổi mới, tạo ra các sản phẩm và dịch vụ đáp ứng nhu cầu ngày càng thay đổi của thị trường toàn cầu. Các quốc gia Bắc Âu, với vị thế là những nhà lãnh đạo toàn cầu trong lĩnh vực công nghệ sạch, đã tạo ra một hệ sinh thái khởi nghiệp xanh vững mạnh, với các sáng kiến trong quản lý chất thải, năng lượng tái tạo và giao thông bền vững.

LEGO cũng đã tích cực đầu tư vào nghiên cứu và phát triển để tạo ra các sản phẩm làm từ nguyên liệu tái tạo và giảm thiểu chất thải. Không chỉ vậy, họ còn hướng đến việc sử dụng 100% năng lượng tái tạo trong toàn bộ chuỗi cung ứng. Sự đổi mới này không chỉ giúp LEGO duy trì vị thế hàng đầu trong ngành mà còn tạo ra giá trị lâu dài cho cả khách hàng và cộng đồng.

Các doanh nghiệp Việt Nam cũng có thể tích hợp công nghệ mới và các thực hành bền vững để tạo ra các sản phẩm sáng tạo và đáp ứng nhu cầu của thị trường toàn cầu. Việc áp dụng công nghệ xanh có thể mở ra những nguồn thu nhập mới, chẳng hạn như bán tín chỉ carbon hoặc cung cấp dịch vụ tư vấn cho các doanh nghiệp khác trong quá trình chuyển đổi sang kinh doanh xanh.

Chuẩn bị cho các rủi ro môi trường trong tương lai

Biến đổi khí hậu đang đặt ra nhiều thách thức lớn đối với chuỗi cung ứng toàn cầu, và Việt Nam không phải là ngoại lệ. Các hiện tượng thời tiết khắc nghiệt như lũ lụt, hạn hán, và bão đang ngày càng trở nên phổ biến, gây ra sự gián đoạn trong sản xuất và logistics. Đầu tư vào công nghệ xanh có thể giúp doanh nghiệp xây dựng hệ thống vận hành linh hoạt và bền vững, từ đó giảm thiểu tác động của các rủi ro môi trường.

Các doanh nghiệp Bắc Âu như IKEA và H&M đã sớm nhận thức được tầm quan trọng của việc chuẩn bị cho các biến động môi trường và đã tích cực đầu tư vào các giải

pháp xanh để bảo vệ chuỗi cung ứng của họ khỏi những rủi ro này. Doanh nghiệp Việt Nam có thể học hỏi từ các mô hình này để đảm bảo rằng họ không chỉ duy trì được chuỗi cung ứng mà còn gia tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Kết luận

Việc đầu tư vào công nghệ xanh là một chiến lược không thể thiếu để doanh nghiệp Việt Nam cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Các khoản đầu tư này không chỉ giúp doanh nghiệp tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế, tiết kiệm chi phí dài hạn mà còn tăng cường giá trị thương hiệu và xây dựng mối quan hệ hợp tác bền vững. Những doanh nghiệp tiên phong trong công nghệ xanh sẽ là những doanh nghiệp dẫn đầu trong tương lai, đáp ứng hiệu quả các yêu cầu và thách thức của thị trường toàn cầu.

(Nguyễn Thị Hoàng Thúy, Tham tán Thương mại Việt Nam tại Thụy Điển)