

Tập san Kỳ I - 2026



Chuẩn hóa *Để* **BÚT PHÁ**

HỆ THỐNG

MỤC TIÊU

HƯỚNG ĐI





“

Lời mở đầu

Có những hành trình được đo bằng thời gian. Nhưng cũng có những hành trình được ghi dấu bằng những con người đã cùng nhau bước đi, bằng những niềm tin được bền bỉ vun đắp và bằng những giá trị tốt đẹp được trao truyền qua năm tháng.

Nhìn lại những tháng đầu năm 2026, chúng ta có quyền tự hào về những dấu ấn mà đại gia đình VFC đã cùng nhau viết nên. Đó là những cuộc hội ngộ ấm áp tại Year-end party lần thứ 11, Hội nghị khách hàng H1.2026 - nơi những cái bắt tay thân tình thay cho lời tri ân sâu sắc gửi đến khách hàng và đối tác đã luôn tin tưởng đồng hành. Đó cũng là hình ảnh những con người VFC miệt mài trên khắp mọi miền đất nước: sát cánh cùng bà con nông dân vì những mùa vụ bội thu; tận tâm mang đến các giải pháp khử trùng, kiểm soát dịch hại góp phần bảo vệ sức khỏe cộng đồng; chuyên nghiệp trong vận hành và phát triển các dịch vụ cho thuê văn phòng, kiến tạo những không gian làm việc hiện đại và thuận tiện cho khách hàng.

Phía sau mỗi thành quả là biết bao tâm huyết và trách nhiệm. Phía sau mỗi bước phát triển là sự đồng lòng của tập thể VFC cùng sự tin yêu của khách hàng, đối tác. Chính những điều tưởng chừng bình dị ấy đã trở thành nền tảng vững chắc để VFC không ngừng lớn mạnh, khẳng định uy tín và vị thế của mình trên hành trình đồng hành cùng nền nông nghiệp Việt Nam.

Tập san VFC - Kỳ 1 năm 2026 được thực hiện như một cuốn nhật ký của sáu tháng đầu năm - nơi lưu giữ những sự kiện nổi bật, những thành quả đáng trân trọng và cả những câu chuyện đẹp về con người VFC. Đây cũng là số đầu tiên trong chuỗi 03 kỳ tập san của năm 2026, đánh dấu một cách thức mới để chúng ta cùng nhìn lại hành trình phát triển qua từng giai đoạn, ghi nhận những nỗ lực đã được vun đắp và lan tỏa niềm tự hào về những giá trị mà VFC đang từng ngày kiến tạo.

Chặng đường phía trước chắc chắn vẫn còn nhiều cơ hội và thử thách. Nhưng với bản lĩnh được hun đúc qua thời gian, với tinh thần đoàn kết và khát vọng không ngừng vươn lên, chúng ta tin tưởng rằng VFC sẽ tiếp tục chinh phục những cột mốc mới, tạo dựng thêm nhiều giá trị bền vững và lan tỏa những điều tốt đẹp đến khách hàng, đối tác và cộng đồng.

Xin trân trọng cảm ơn Quý khách hàng, Quý đối tác và toàn thể cán bộ nhân viên đã luôn đồng hành, sẻ chia và dành trọn niềm tin cho VFC.

”

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1: ĐỊNH HƯỚNG CHIẾN LƯỢC

- VFC chuyển mình: Kiến tạo nền tảng cho giai đoạn bứt phá 2026 - 2030 07
- Từ bán sản phẩm đến bán giải pháp: Hành trình của VFC trong nông nghiệp bền vững 11

CHƯƠNG 2: TIÊU ĐIỂM CHÍNH

- Year-end party VFC & Syngenta: Đồng tâm gắn kết - Nâng tầm thịnh vượng 21
- Đại hội Đại biểu Người lao động 25
- Ngày hội truyền thống VFC lần 3 29
- Lễ ra mắt Farm Club: Hệ sinh thái đồng hành cùng nhà nông Việt 35
- Lễ ra quân vụ Hè Thu 2026 41
- Sự kiện ra mắt sản phẩm Banjo Forte 400SC 45
- Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2026 49
- Đổi mới để gần hơn - Thống nhất để vững mạnh 53
- Supply Chain - Hành trình đổi mới, nền tảng cho tăng trưởng 57
- Hợp mặt khách hàng Nhà phân phối H1.2026 & Du lịch gắn kết 61
- Ra mắt sản phẩm Bifenstar 10SC 65
- VFC & BioSpring: Bắt tay vì một nền nông nghiệp xanh 69
- Photobook: Cùng nhìn lại những khoảnh khắc đáng nhớ 6 tháng đầu năm 2026 73

CHƯƠNG 3: VĂN HÓA VÀ CON NGƯỜI

- Bà Nguyễn Bạch Tuyết: Vị nữ lãnh đạo bản lĩnh & nhân hậu của VFC 77
- Ngô Trọng Đức: Tấm gương sáng "Người tốt việc tốt" 81
- Suy nghĩ về canh tác lúa sinh thái VFC 2026 83
- Người bán thuốc đi khuyên nông dân giảm dùng thuốc 87
- Hành trình chuyển đổi số trong ngành Khử trùng VFC 91
- Ứng dụng thiết bị pin trong dịch vụ PCO hiện đại, hướng tới kiểm soát bền vững 95
- Ký sự PestMan Nha Trang: Hành trình "săn muỗi" & Bài học về sự thấu hiểu 97
- Chia sẻ kiến thức, ứng dụng công nghệ: Một ngày làm việc có AI đi cùng 101

CHƯƠNG 4: VFC VÀ BẠN

- Ứng dụng hữu cơ sinh học trong canh tác thời đại mới 107
- VFC & VNF: Đồng hành vun đắp một nền nông nghiệp bền vững 111
- Câu chuyện về sếu đầu đỏ gắn với nền văn minh lúa nước 115
- Gieo niềm tin trên cánh đồng Tràm Chim 123
- Thơ văn, câu chuyện cảm xúc: Màu áo tôi yêu 125
- Thơ văn, câu chuyện cảm xúc: Sắc xanh trên vai 126
- Thơ văn, câu chuyện cảm xúc: Chú Ba Cà và lần đầu làm... "diễn viên truyền hình"! 127

CHƯƠNG 5: TỔNG KẾT

- Thông điệp của Tổng Giám Đốc giai đoạn 2026 - 2030:
Chuẩn hóa để bứt phá: Một hệ thống - Một mục tiêu - Một hướng đi 131



CHƯƠNG 01

ĐỊNH HƯỚNG CHIẾN LƯỢC

TRANG 07 - 18

VFC CHUYỂN MÌNH

Kiến tạo nền tảng cho giai đoạn bứt phá 2026 - 2030

Đổi mới không phải để thay thế những giá trị đã làm nên VFC. Đổi mới là để những giá trị ấy tiếp tục được phát huy, được nâng lên một tầm cao mới và đủ sức dẫn dắt VFC trong một thời đại mới.



TRƯƠNG CÔNG CỬ
CHỦ TỊCH HĐQT VFC

Lịch sử phát triển của các doanh nghiệp cho thấy, rất ít tổ chức đánh mất vị thế vì chưa từng thành công. Thách thức lớn hơn thường xuất hiện khi một doanh nghiệp đã thành công trong thời gian dài và tiếp tục vận hành bằng chính những tư duy, mô hình và phương thức từng tạo nên thành công ấy.

Bởi thế giới không ngừng thay đổi.

Thị trường liên tục dịch chuyển. Khách hàng ngày càng có nhiều lựa chọn và kỳ vọng cao hơn. Công nghệ, dữ liệu và trí tuệ nhân tạo đang làm thay đổi sâu sắc cách doanh nghiệp quản trị, tổ chức vận hành, tiếp cận thị trường và tạo ra giá trị. Những lợi thế từng tạo nên khác biệt của ngày hôm qua có thể nhanh chóng trở thành tiêu chuẩn phổ biến của ngày hôm nay.

Trong bối cảnh đó, năng lực cạnh tranh của một doanh nghiệp không còn chỉ được quyết định bởi quy mô, bề dày lịch sử hay những thành tựu đã đạt được. Quan trọng hơn, đó là khả năng nhận diện sự thay đổi, chủ động thích ứng và chuẩn bị năng lực cho tương lai trước khi sức ép của thị trường buộc doanh nghiệp phải thay đổi.

Đó là quy luật phát triển mà không một doanh nghiệp nào có thể đứng ngoài.

Nửa thế kỷ là niềm tự hào - nhưng tương lai mới là trách nhiệm.

Năm 2025, VFC đánh dấu cột mốc 50 năm hình thành và phát triển.

Nửa thế kỷ ấy đã tạo nên một thương hiệu được xây dựng bằng chất lượng, uy tín, năng lực chuyên môn và sự đồng hành bền bỉ cùng khách hàng, đối tác và nền nông nghiệp Việt Nam.

VFC - từ vị thế hàng đầu trong lĩnh vực Khử Trùng và Kiểm Soát Dịch Hại, một trong những doanh nghiệp Nông dược có vị thế quan trọng trên thị trường; đến vai trò đối tác chiến lược của Syngenta và nhiều đối tác uy tín trong nước, quốc tế - đã từng bước xây dựng nên một nền tảng kinh doanh, năng lực chuyên môn và uy tín thương hiệu đáng trân trọng.

Nhưng những giá trị cốt lõi đã tạo nên VFC - Trí, Tín, Nhân, Dũng, Nghiêm - phải tiếp tục là nền tảng dẫn dắt mọi quyết định và hành động.

Bởi đổi mới không có nghĩa là từ bỏ quá khứ.

Đổi mới là kế thừa những giá trị tốt đẹp nhất của quá khứ, kết hợp với những năng lực mới của thời đại để kiến tạo tương lai.

Từ nền tảng 50 năm đến khát vọng của một giai đoạn mới
 Tôi tin rằng VFC đang đứng trước một cơ hội lớn.
 Chúng ta có lịch sử.
 Chúng ta có thương hiệu.
 Chúng ta có thị trường.
 Chúng ta có những đối tác chiến lược uy tín.
 Chúng ta có một đội ngũ giàu kinh nghiệm và gắn bó.

Và quan trọng hơn, chúng ta đang có cơ hội để kết hợp những nền tảng đã được tích lũy trong 50 năm với một tư duy phát triển mới.
 Nhưng cơ hội chỉ trở thành tương lai khi được chuyển hóa bằng hành động.

Giai đoạn 2026-2030 vì vậy phải là giai đoạn VFC nâng tầm quản trị, tái tạo năng lực cạnh tranh, phát triển những động lực tăng trưởng mới và xây dựng một tổ chức có khả năng thích ứng nhanh hơn trước những thay đổi của thị trường.

Đây không chỉ là trách nhiệm của Ban Lãnh đạo.
 Đây là hành trình chung của toàn thể cán bộ, nhân viên VFC.
 Mỗi người, ở mỗi vị trí, đều có vai trò trong tiến trình ấy.
 Bởi tương lai của VFC không được quyết định bởi một chiến lược được viết ra hay một kế hoạch được phê duyệt.
 Tương lai của VFC được quyết định bởi những gì chúng ta cùng nhau thực hiện mỗi ngày.

Với nền tảng 50 năm đã được các thế hệ dày công xây dựng, với niềm tin của khách hàng, đối tác và cổ đông, cùng khát vọng của một thế hệ đang tiếp tục

gánh vác trách nhiệm phát triển doanh nghiệp, tôi tin rằng VFC có đủ nền tảng để bước vào một chặng đường mới.
 Một VFC minh bạch hơn trong quản trị.
 Một VFC nhanh hơn trong thích ứng.
 Một VFC mạnh hơn về năng lực tổ chức.
 Một VFC hiện đại hơn trong công nghệ và dữ liệu.
 Một VFC trách nhiệm hơn với môi trường và xã hội.
 Một VFC không chỉ giữ vững những giá trị đã làm nên thành công trong 50 năm qua, mà còn đủ năng lực kiến tạo những giá trị mới cho nhiều thập niên tiếp theo.

Chuyển mình không phải để trở thành một VFC khác.
 Chuyển mình là để VFC trở thành phiên bản tốt hơn, mạnh hơn và xứng đáng hơn với chính lịch sử 50 năm của mình.

Đó là lựa chọn của chúng ta cho hôm nay.
 Đó là trách nhiệm của chúng ta với tương lai.
 Và đó cũng là cách VFC tiếp tục thực hiện một cách đầy đủ nhất tuyên ngôn đã đồng hành cùng doanh nghiệp suốt hành trình phát triển.

TRƯƠNG CÔNG CỨ
 Chủ tịch HĐQT VFC



Từ BÁN SẢN PHẨM đến BÁN GIẢI PHÁP

HÀNH TRÌNH CỦA VFC TRONG NÔNG NGHIỆP BỀN VỮNG

Thị trường đang đặt ra câu hỏi mà sản phẩm đơn lẻ không thể trả lời

Trong hơn 50 năm hoạt động, VFC đã cùng hàng triệu nông dân Việt Nam đi qua những giai đoạn biến đổi lớn của nông nghiệp - từ thời kỳ thâm canh tăng năng suất đến kỷ nguyên canh tác thương phẩm quy mô lớn. Và giờ đây là thời điểm bước ngoặt: người mua không chỉ hỏi "Sản phẩm này trị được bệnh gì?" mà hỏi "Làm thế nào để vụ mùa của tôi đạt chuẩn xuất khẩu, truy xuất được nguồn gốc và không làm hại đến đất đai tôi để lại cho con cháu?"

Năm 2020, một khách hàng nhập khẩu nông sản ở châu Âu gửi cho chúng tôi một bảng câu hỏi dài hơn 20 trang về tiêu chuẩn môi trường, xã hội và quản trị (ESG) của nhà cung cấp. Không phải bảng giá. Không phải chứng nhận chất lượng. Là ESG - môi trường, xã hội, quản trị. Câu trả lời trung thực lúc bấy giờ là: Chúng tôi chưa ở đâu cả.

Nông nghiệp Việt Nam đang đứng trước ba áp lực hội tụ cùng một lúc:

- Thị trường xuất khẩu ngày càng siết chặt tiêu chuẩn dư lượng và truy xuất nguồn gốc - EU với quy định MRL mới, Nhật Bản với hệ thống kiểm tra từng lô hàng và xu hướng ESG trong chuỗi cung ứng toàn cầu đang biến "nông sản sạch" từ lợi thế cạnh tranh thành điều kiện tối thiểu.

- Biến đổi khí hậu đang làm thay đổi mô hình dịch bệnh và sâu hại theo cách mà kinh nghiệm canh tác truyền thống chưa từng gặp. Nông dân cần tri thức chứ không chỉ cần hóa chất.

- Thế hệ nông dân trẻ tiếp cận điện thoại thông minh trước khi tiếp cận đại lý vật tư nông nghiệp. Họ tìm kiếm người đồng hành, không phải người bán hàng.

Những áp lực đó không xảy ra trong chân không. Năm 2025, xuất khẩu nông lâm thủy sản đạt kỷ lục 70,63 tỷ USD nhưng 80 - 85% vẫn ở dạng thô, thất thoát sau thu hoạch lên đến 10 - 40% và chỉ 13% Hợp tác xã (HTX) tham gia thực sự vào chuỗi giá trị. Khoảng cách đó không thể tiếp tục bị bỏ qua.

Trong bối cảnh đó, mô hình kinh doanh "sản xuất - phân phối - thu tiền" đang dần chạm đến giới hạn của chính mình. Và đó là điểm bắt đầu thực sự của hành trình chuyển đổi của VFC.



Nhận thức mới: Từ nhà phân phối đến đồng hành kiến tạo hệ sinh thái

Từ khoảng năm 2023 - 2024, chúng tôi bắt đầu đặt lại một câu hỏi căn bản: VFC đang tạo ra giá trị gì, cho ai và bằng cách nào?

Câu trả lời không còn đơn giản là “cung cấp thuốc bảo vệ thực vật (BVTV) chất lượng cao với giá cạnh tranh”. Nông dân cần một người hiểu canh tác của họ, hiểu rủi ro của họ và có thể giúp họ ra quyết định đúng vào đúng thời điểm.

Câu hỏi đó buộc chúng tôi nhìn thẳng vào những điểm đứt gãy mà mô hình phân phối thuần túy không thể giải quyết: hợp đồng bao tiêu bị phá vỡ cả hai chiều khi giá thị trường biến động; nông dân không có thông tin về yêu cầu thực của thị trường đích, trong khi doanh nghiệp xuất khẩu nắm rõ nhưng không chuyển tải xuống; và khi lô hàng bị trả về vì dư lượng vượt ngưỡng, không ai xác định được đứt gãy xảy ra ở khâu nào. Không phải lỗi của cá nhân nào mà là vấn đề hệ thống: thiếu người đồng hành xuyên suốt chuỗi, từ đồng ruộng đến thị trường.

“Nông dân không thiếu sản phẩm.

Họ thiếu người đồng hành thực sự hiểu đồng ruộng của mình.

Và đồng hành đúng nghĩa phải bắt đầu từ trách nhiệm.

Và ESG không phải một chương trình bên cạnh hoạt động kinh doanh. Nó là tiêu chuẩn để chúng tôi nghiêm cứu quyết định xem mình làm việc như thế nào. Hai nhận thức này - chuyển từ bán sản phẩm sang bán giải pháp và gắn ESG vào vận hành - không tách rời nhau. Chúng là hai mặt của cùng một hướng đi.

Các hướng chuyển đổi đang được triển khai

1. Danh mục sản phẩm thế hệ mới và quản lý hóa chất có trách nhiệm

Hơn 30 năm kinh doanh thuốc BVTV, VFC luôn định hướng danh mục theo tiêu chí chất lượng và an toàn. Nay chúng tôi cùng các đối tác chiến lược thúc đẩy nhanh hơn: giảm dần hóa chất phổ rộng, chuyển sang hoạt chất thế hệ mới có độc tính thấp, thời gian cách ly ngắn; đồng thời triển khai quản lý hóa chất theo chuẩn IFC và WHO, xây dựng quy trình EPR thu hồi và xử lý bao bì sau sử dụng. Những sản phẩm gốc sinh học phòng trừ nấm bệnh và dinh dưỡng, trừ sâu thế hệ mới đặc trị rầy nâu và sâu cuốn lá, thời gian cách ly ngắn hay phân bón lá cao cấp với công thức NPK kết hợp vi lượng chelate hấp thụ nhanh giúp lúa chắc hạt,

cùng dòng phân bón hữu cơ - sinh học.... (Sản phẩm Vbaci, Delfan Plus và Amifol K, 9 Rõng...) là minh chứng cho định hướng đó: Không chỉ trị bệnh mà còn nuôi dưỡng cây trồng và bảo vệ đất dài hạn.

MỤC TIÊU DANH MỤC ĐẾN 2030



2. Xây dựng năng lực sinh học và nông nghiệp tái sinh

Trong hệ sinh thái Tập đoàn PAN, hợp tác chiến lược với BioSpring giúp VFC tích hợp năng lực chế phẩm sinh học và ứng dụng vào quy trình quản lý cây trồng mà không phải bắt đầu từ đầu. Thông qua chương trình quản lý dịch hại tổng hợp (IPM) cùng Cục BVTV, mục tiêu là hướng dẫn nông dân giảm 20 - 30% lượng hóa chất mà không ảnh hưởng năng suất. Liên kết với Vinaseed, WinEco, các Câu lạc bộ Nông dân và các vùng nguyên liệu xuất khẩu tiêu chuẩn nghiêm ngặt đang hình thành hệ sinh thái giải pháp nơi VFC đóng vai trò kết nối và tích hợp. Nông nghiệp tái sinh với VFC là hướng đi có cơ sở thương mại rõ ràng: Đất khỏe cho năng suất ổn định hơn, chi phí đầu vào thấp hơn khi vi sinh vật đất được phục hồi, và sản phẩm dễ đạt chuẩn dư lượng thị trường xuất khẩu cao cấp.

3. Tri thức canh tác và phát triển cộng đồng nông dân

Tháng 3/2026, VFC ra mắt VFC Farm Club - mạng lưới nông dân nòng cốt được đồng hành bởi Hội đồng Cố vấn kỹ thuật gồm các giáo sư, tiến sĩ đầu ngành. Không phải một chương trình CSR được triển khai một lần rồi báo cáo - mà là một mạng lưới được xây dựng để tồn tại lâu dài. Mục tiêu: 1.000 nông dân nòng cốt trên 25 tỉnh thành vào năm 2028. Mỗi người là một người lan tỏa thực hành nông nghiệp có trách nhiệm ra cộng đồng xung quanh. Farm Club không thay thế HTX - mà lấp vào khoảng cách giữa một HTX hoạt động ổn định nội bộ và một HTX có thể đàm phán hợp đồng xuất khẩu, hiểu yêu cầu chứng nhận quốc tế, và xây dựng thương hiệu tập thể - khoảng cách mà hiện chỉ khoảng 13% HTX vượt qua được.

Farm Club: Không gian nông dân đến để học, chia sẻ và thử nghiệm - không phải để mua thêm sản phẩm



VFC Farm Club - Khởi động tại Cao Lãnh, Đồng Tháp (28/3/2026)

4. Chuyển đổi số và dữ liệu

VFC đang xây dựng nền tảng số kết nối từng mắt xích trong chuỗi giá trị - từ nông dân, nhà phân phối, đến VFC - để theo dõi tồn kho, lịch sử dụng và cấp khuyến cáo kỹ thuật theo mùa vụ và theo địa phương. Hệ thống quản lý phân phối (DMS) giúp nhà phân phối quản lý đơn hàng, công nợ và lộ trình viếng thăm theo thời gian thực; dữ liệu tích lũy theo vùng và cây trồng cho phép VFC dự báo nhu cầu chính xác hơn, phân bổ nguồn lực kỹ thuật đúng nơi đúng lúc. Đây là hạ tầng để VFC dẫn chuyển từ "bán theo đơn hàng" sang "tư vấn theo mùa vụ" - và để số liệu ESG được đo lường thực sự.

Những bước đầu đáng ghi nhận.

Kết quả chưa phải là điểm đến nhưng là xác nhận chúng tôi đang đi đúng hướng:

- VFC Farm Club khởi động tại Cao Lãnh, Đồng Tháp (28/3/2026) - nơi không ai đến để "mua thuốc" mà đến để học, chia sẻ và cùng thử nghiệm mô hình IPM giảm hóa chất.
- Tham gia vào Dự án canh tác trên Cảnh đồng sinh thái Sếu đầu đỏ - Tràm Chim (Đồng Tháp): minh chứng rằng canh tác có trách nhiệm với hệ sinh thái không chỉ là khẩu hiệu mà có thể trở thành mô hình kinh doanh kết hợp bảo tồn đa dạng sinh học và tạo sinh kế bền vững cho cộng đồng địa phương.



Dự án canh tác trên Cảnh đồng sinh thái Sếu đầu đỏ - Tràm Chim

Mục tiêu đến 2030:

Đến năm 2030, chúng tôi muốn VFC được nhận diện không phải là “Công ty thuốc BVTV lớn nhất Việt Nam” mà là đơn vị tích hợp giải pháp nông nghiệp đáng tin cậy nhất cho nông dân Việt Nam. Sự khác biệt không nằm ở quy mô danh mục sản phẩm mà ở chiều sâu của mối quan hệ với người nông dân và năng lực tạo ra kết quả thực sự cho họ trên đồng ruộng. VFC hướng đến: Sinh học chiếm 20% doanh thu Nông dược; 80% quyết định phân bổ nguồn lực được dẫn dắt bởi dữ liệu và ít nhất 5 vùng nguyên liệu đối tác đạt chứng nhận xuất khẩu EU hoặc Nhật Bản vào năm 2030.

Có một câu hỏi chúng tôi thường nghe: “ESG có làm giảm lợi nhuận không?”. Câu trả lời của chúng tôi sau nhiều năm thực hành là KHÔNG - nếu ESG được làm đúng. Doanh nghiệp quản lý hóa chất tốt sẽ ít rủi ro pháp lý hơn. Doanh nghiệp được tin tưởng về ESG sẽ có thêm cửa vào thị trường xuất khẩu. Và doanh nghiệp gắn ESG vào chiến lược dài hạn sẽ dễ dàng hơn trong việc tiếp cận vốn tài chính xanh - một nguồn vốn đang tăng rất nhanh trên toàn cầu.

“Hành trình xanh không bắt đầu từ khẩu hiệu mà từ những thay đổi mỗi ngày trên đồng ruộng.”

Một lô nông sản xuất khẩu được nhờ quy trình canh tác sạch. Một gia đình nông dân có thu nhập ổn định hơn nhờ được đào tạo đúng. Đó là những kết quả nhỏ nhưng là nền móng thực sự cho tăng trưởng bền vững.

Chúng tôi không chỉ bán sản phẩm. Chúng tôi đang nỗ lực để xây dựng giải pháp canh tác xanh và bền vững, góp phần tạo nền móng cho một nền nông nghiệp Việt Nam xứng đáng với tiềm năng của nó...

TRẦN VĂN DŨNG
Tổng Giám Đốc VFC

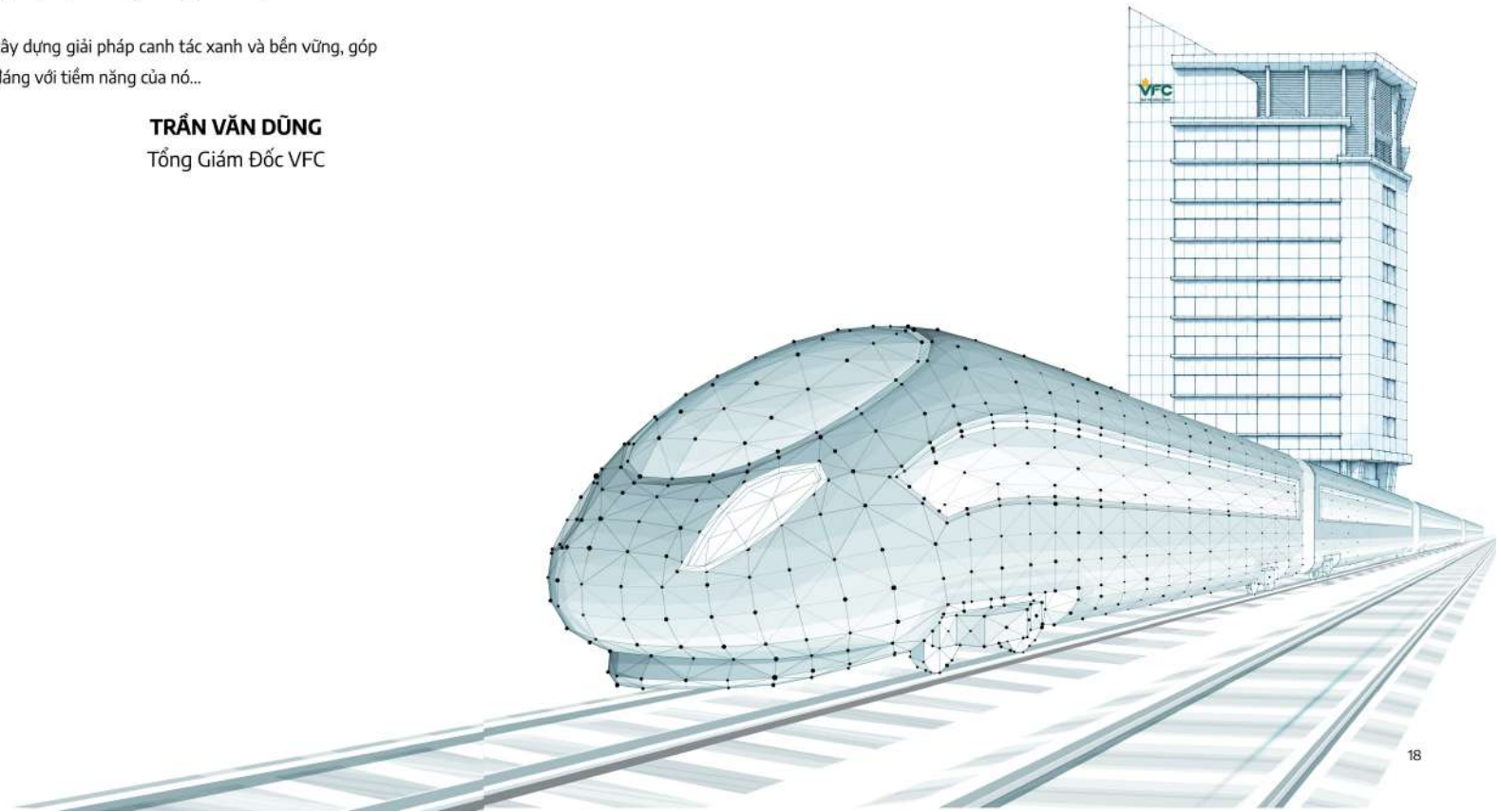


*ESG là viết tắt của các từ Environmental (Môi trường), Social (Xã hội) và Governance (Quản trị). Đây là một bộ tiêu chuẩn được các nhà đầu tư, tổ chức và doanh nghiệp sử dụng để đo lường các yếu tố liên quan đến phát triển bền vững cùng như mức độ ảnh hưởng của doanh nghiệp đối với cộng đồng.

*Quy định MRL (Maximum Residue Limit) là mức giới hạn dư lượng tối đa của một loại hóa chất (thuốc Bảo vệ thực vật, Thuốc thú y) được pháp luật cho phép tồn tại trên nông sản hoặc thực phẩm, thường tính bằng đơn vị mg/kg.

*Chuẩn IFC là Bộ Hướng dẫn về Môi trường, Sức khỏe và An toàn (Environmental, Health, and Safety Guidelines - gọi tắt là Hướng dẫn EHS của IFC) do Tập đoàn Tài chính Quốc tế (International Finance Corporation - thuộc Nhóm Ngân hàng Thế giới) ban hành.

*EPR là quy trình thực hiện trách nhiệm mở rộng của nhà sản xuất tại Việt Nam bắt buộc các doanh nghiệp sản xuất và nhập khẩu phải thực hiện hai nghĩa vụ chính: Trách nhiệm tái chế và Trách nhiệm thu gom, xử lý chất thải. Doanh nghiệp có thể chọn tự tái chế hoặc đóng góp tài chính vào Quỹ Bảo vệ môi trường.



CHƯƠNG 02

TIÊU ĐIỂM CHÍNH

TRANG 21 - TRANG 74



YEAR-END PARTY

LẦN THỨ 11

NHỮNG DƯ ÂM CỦA SỰ GẮN KẾT

Tháng 1/2026, giữa những ngày đầu xuân ngập tràn hy vọng, VFC đã cùng Syngenta tổ chức thành công **Year-end party** lần thứ 11 với chủ đề **“Đồng tâm gắn kết - Nâng tầm thịnh vượng”**. Hơn 1.000 khách hàng và đối tác từ khắp mọi miền đất nước đã hội tụ về đây, cùng nhau khép lại một năm nhiều dấu ấn và mở ra một hành trình mới với niềm tin, sự kỳ vọng và tinh thần đồng hành bền chặt.

Mỗi mùa Year-end party đi qua là thêm một dấu mốc đáng nhớ trong hành trình phát triển của VFC. Đó không chỉ là một sự kiện thường niên, mà đã trở thành cuộc hội ngộ được mong đợi - nơi những người bạn đồng hành lâu năm gặp lại nhau sau những mùa vụ tất bật; nơi những cái bắt tay thân tình, những nụ cười rạng rỡ và những lời chúc đầu năm chứa đựng biết bao sự trân quý và gắn bó.

Năm nay, niềm tự hào ấy càng được nhân lên khi chương trình đánh dấu những cột mốc đầy ý nghĩa: 90 mùa vụ vun bồi, 30 năm hợp tác phát triển và 5 năm nâng tầm đối tác chiến lược giữa VFC và Syngenta. Đằng sau những con số ấy là biết bao nỗ lực không ngừng nghỉ,

là sự tin tưởng được bồi đắp qua thời gian, là những bước chân cùng đi qua thử thách để kiến tạo nên những giá trị bền vững cho nền nông nghiệp nước nhà.

Xuyên suốt sự kiện là chuỗi hoạt động được đầu tư chín chu, mang đậm bản sắc văn hóa Nam bộ truyền thống kết hợp cùng tinh thần đổi mới. Không gian Hội Xuân tái hiện không khí Tết thân thuộc với các hoạt động như thi gói bánh tét, trang trí mâm cỗ, thưởng thức các món ăn dân gian và tham gia nhiều trò chơi giao lưu sôi nổi.





Đường hoa “Âm vang đồng tâm” cùng biểu tượng Song Mã dung mãnh đã trở thành điểm giao thoa hoàn hảo giữa nét đẹp văn hóa Việt và tầm nhìn hiện đại. Từ những gian hàng bánh dân gian đậm đà hương vị quê nhà, những cây kem tuổi thơ mát lạnh gợi bao ký ức thân thương, đến góc thư pháp nơi Ông Đồ cần mẫn gửi gắm những nét chữ tài hoa, tất cả đã tạo nên một không gian xuân vừa gần gũi vừa giàu cảm xúc. Mỗi điểm dừng chân không chỉ mang đến niềm vui trải nghiệm, mà còn khơi gợi trong lòng khách hàng và đối tác sự trân quý đối với những giá trị văn hóa truyền thống - những giá trị luôn được gìn giữ và lan tỏa trong hành trình kết nối của VFC.



Nét đẹp văn hóa xin chữ đầu năm được tái hiện sinh động trong khuôn khổ chương trình.

Nếu ban ngày là niềm vui sum họp thì đêm Gala Dinner lại là khoảnh khắc thăng hoa của niềm tự hào và lòng biết ơn. Trong không gian trang trọng và ấm cúng, những cái bắt tay chân thành, những lời chúc tốt đẹp được trao gửi như tiếp thêm động lực cho chặng đường phía trước.

Phát biểu tại chương trình, lãnh đạo VFC và Syngenta cùng khẳng định niềm tin vào sức mạnh của sự đồng lòng: khi cùng chung mục tiêu và giá trị, mọi thách thức đều có thể chuyển hóa thành cơ hội, mọi hành trình đều có thể dẫn đến những thành quả xứng đáng. Đó cũng chính là tinh thần đã giúp mối quan hệ hợp tác giữa hai bên ngày càng bền chặt và phát triển mạnh mẽ.



Những khoảnh khắc tuyệt vời của Ban lãnh đạo VFC và Syngenta được bắt trọn và lưu giữ

K hép lại Year-end party lần thứ 11 không chỉ là dư âm của một mùa hội đáng nhớ, mà còn là sự khởi đầu cho một hành trình mới với nhiều kỳ vọng. Tinh thần **“Đồng tâm gắn kết - Nâng tầm thịnh vượng”** sẽ tiếp tục là ngọn lửa kết nối VFC, Syngenta cùng khách hàng, đối tác trên con đường kiến tạo những giá trị bền vững, góp phần nâng tầm nông nghiệp Việt Nam trong tương lai.

Bởi sau tất cả, những thành tựu đáng tự hào không được tạo nên bởi một cá nhân hay một doanh nghiệp đơn lẻ, mà được vun đắp từ sự đồng hành của những con người cùng chung niềm tin, cùng hướng về một mục tiêu tốt đẹp hơn mỗi ngày.

BAN BIÊN TẬP

Bộ phận Marketing Thương hiệu

ĐẠI HỘI ĐẠI BIỂU

NGƯỜI LAO ĐỘNG VFC 2026



HỘI NGHỊ ĐẠI BIỂU NGƯỜI LAO ĐỘNG 2026

MỘT HỆ THỐNG - MỘT MỤC TIÊU - MỘT HƯỚNG ĐI

Vũng Tàu, ngày 28 tháng 02



"Một hệ thống - Một mục tiêu - Một hướng đi" không chỉ là khẩu hiệu của Ngày hội Truyền thống VFC 2026, mà còn là thông điệp xuyên suốt cho chặng đường phía trước. Khi tất cả cùng chung một nhịp, cùng hướng về giá trị đích thực và cùng bền bỉ hành động, VFC sẽ tiếp tục vững vàng tiến xa trên nền tảng 50 năm đầy tự hào.

Trong khuôn khổ Ngày hội Truyền thống VFC 2026, Đại hội Đại biểu Người lao động đã trở thành điểm nhấn quan trọng, thể hiện rõ nét triết lý "lấy con người làm trung tâm" trong chiến lược phát triển bền vững của Công ty Cổ phần Khử trùng Việt Nam (VFC). Đây không chỉ là diễn đàn để lắng nghe tiếng nói của đội ngũ cán bộ, nhân viên trên toàn hệ thống, mà còn là nơi khẳng định tinh thần "Giá trị đích thực" thấm sâu vào từng hoạt động, từng quyết sách của doanh nghiệp.

Đối thoại giữa Ban lãnh đạo và Người lao động

Một điểm sáng của Đại hội Đại biểu Người lao động năm 2026 là không khí đối thoại cởi mở, thẳng thắn nhưng đầy tôn trọng giữa Ban lãnh đạo và đại diện người lao động. Các câu hỏi, phản hồi về chế độ chính sách, cơ hội thăng tiến, đào tạo phát triển năng lực, cũng như các kiến nghị liên quan đến điều kiện làm việc, khen thưởng,... đều được đưa ra trao đổi trực diện.



CBNV chia sẻ nguyện vọng, xây dựng môi trường làm việc minh bạch và vững mạnh hơn.

Ban lãnh đạo VFC đã dành thời gian lắng nghe đến cùng từng ý kiến, giải đáp thấu đáo những vấn đề trước mắt, đồng thời chia sẻ rõ định hướng dài hạn của Công ty trong giai đoạn 2026 - 2030. Từ chiến lược mô hình vận hành mới, kế hoạch nâng cao năng lực đội ngũ đến cam kết cải thiện phúc lợi. Mọi nội dung đều được trình bày một cách minh bạch giúp người lao động hiểu rõ "bức tranh tổng thể" và thấy được vai trò của mình trong chặng đường dài phía trước.



Ban điều hành trực tiếp đối thoại, giải đáp tâm tư nguyện vọng của CBNV

Ban lãnh đạo nhấn mạnh tinh thần hành động quyết liệt: nói đi đôi với làm, mục tiêu đi cùng trách nhiệm. Sự nhất quán giữa định hướng chiến lược và thông điệp dành cho người lao động đã tạo nên niềm tin mạnh mẽ, trở thành chất keo gắn kết đội ngũ trên toàn hệ thống.

Từ những phiên thảo luận và trao đổi tại Đại hội, một thông điệp được nhắc lại nhiều lần: mỗi thành viên VFC là đại diện cho uy tín và tương lai của Công ty. Ở bất kỳ vị trí nào, từ văn phòng đến nhà máy, từ chi nhánh đến các điểm kinh doanh trên toàn quốc, người lao động đều mang theo hình ảnh VFC trong từng cuộc gặp gỡ với khách hàng, trong từng dịch vụ cung cấp cho đối tác và trong từng sản phẩm đến tay bà con nông dân.

Đồng hành cùng đổi tác Vietnam Food

Trong khuôn khổ Đại hội Đại biểu Người lao động, sự hiện diện và chia sẻ của đối tác Vietnam Food (VNF) đã mang đến một góc nhìn mới mẻ, giàu tính thực tiễn về hành trình chuyển đổi số trong doanh nghiệp. Ông Phan Thanh Lộc - Chủ tịch Hội đồng Quản trị, Tổng Giám đốc VNF - nhấn mạnh tinh thần học tập không ngừng, đổi mới sáng tạo và tiên phong ứng dụng AI như một lợi thế cạnh tranh cốt lõi. Từ câu chuyện của VNF, người lao động VFC có thêm minh chứng rõ ràng rằng: công nghệ chỉ thực sự phát huy giá trị khi đi cùng tư duy mở, dám thử nghiệm và dám thay đổi.



Ông Phan Thanh Lộc - Chủ tịch Hội đồng Quản trị, Tổng Giám đốc VNF chia sẻ về tinh thần học tập, đổi mới sáng tạo và hành trình tiên phong ứng dụng AI tại doanh nghiệp

Bà Nguyễn Văn An - Giám đốc Chiến lược VNF - chia sẻ sâu hơn về hành trình phát triển và ứng dụng AI tại Vietnam Food, từ những bước đi đầu tiên, các thách thức phải đối mặt cho đến những hệ quả tích cực trong vận hành và ra quyết định. Những kinh nghiệm thực tế, cả thành công lẫn bài học rút ra đã mang đến cho Đại hội một góc nhìn rõ ràng về việc chuyển đổi số không phải là khẩu hiệu mà là quá trình dài hạn đòi hỏi sự kiên trì, kỷ luật và sự đồng hành giữa lãnh đạo

và người lao động. Đối với VFC, đây là nguồn tham khảo quý giá cho kỷ nguyên số, đồng thời mở rộng thêm không gian suy nghĩ về việc kết hợp sức mạnh hệ thống với nền tảng công nghệ để tạo ra giá trị đích thực cho khách hàng và cộng đồng.



Bà Nguyễn Văn An - Giám đốc chiến lược VNF chia sẻ về hành trình phát triển và ứng dụng AI tại Vietnam Food (VNF)



Sự hiện diện của Ban Lãnh đạo VFC và những người bạn đồng hành chiến lược từ Vietnam Food (VNF). Những cái bắt tay thật chặt tình đoàn kết và hợp tác bền vững

Giai đoạn 2026 - 2030 được xác định là hành trình bứt phá mới, với yêu cầu cao hơn về chất lượng, hiệu quả và tính chuyên nghiệp. Trong bối cảnh đó, Đại hội Đại biểu Người lao động không chỉ là hoạt động thường niên, mà còn là "bàn giao ước tình thần" giữa Ban lãnh đạo và đội ngũ cán bộ, nhân viên: **Cùng chung một hệ thống, cùng hướng về một mục tiêu, cùng đi trên một hướng đi.**

"Một hệ thống - Một mục tiêu - Một hướng đi"

Khép lại Đại hội, thông điệp **"Một hệ thống - Một mục tiêu - Một hướng đi"** được nhấn mạnh như kim chỉ nam cho toàn bộ chặng đường 2026 - 2030. Một hệ thống thống nhất về giá trị và cách thức vận hành. Một mục tiêu chung là tạo ra giá trị đích thực cho khách hàng, đối tác và cộng đồng. Một hướng đi rõ ràng, kiên định, dựa trên nền tảng 50 năm và sức mạnh của đội ngũ tận tâm.

Khi Ban lãnh đạo và người lao động cùng chung tiếng nói, cùng chia sẻ trách nhiệm và cùng kiên trì thực hiện cam kết, VFC có đủ cơ sở để tin rằng: Trên hành trình mới, không gì là không thể.

BAN BIÊN TẬP

Bộ phận Marketing Thương hiệu

NGÀY HỘI TRUYỀN THỐNG VFC 2026

NGÀY KHỞI ĐẦU CHO MỘT CHẶNG ĐƯỜNG MỚI

Dấu ấn từ hành trình 50 năm

Diễn ra trong ba ngày từ 27/02 đến 01/03 tại Vũng Tàu, Ngày hội Truyền thống VFC 2026 không chỉ là dịp gặp gỡ thường niên của cán bộ công nhân viên VFC mà còn mang ý nghĩa đặc biệt khi diễn ra vào dấu mốc 50 năm hình thành và phát triển của VFC. Trong không khí trang trọng nhưng gần gũi, sự kiện trở thành dịp để mỗi cán bộ nhân viên cùng nhìn lại chặng đường đã qua, đồng thời cảm nhận rõ hơn tinh thần gắn kết đang được bồi đắp cho hành trình phía trước.

Nửa thế kỷ đi qua là hành trình của nhiều thế hệ cùng nhau gây dựng, đồng hành và kiên trì vun đắp nền tảng của VFC hôm nay. Điều còn lại sau mỗi chặng đường không chỉ là kết quả đạt được mà còn là tinh thần trách nhiệm, sự tin tưởng lẫn nhau và bản lĩnh vượt khó đã dần trở thành nét riêng trong văn hóa doanh nghiệp. Chính từ nền tảng ấy, khẩu hiệu “Một hệ thống - Một mục tiêu - Một hướng đi” được nhấn mạnh như một sự tiếp nối tự nhiên của truyền thống, đồng thời mở ra cách nghĩ và cách làm thống nhất hơn cho giai đoạn mới.

“Một hệ thống”: Đồng lòng để vận hành hiệu quả

Nếu 50 năm là hành trình tạo dựng nền móng thì tinh thần “Một hệ thống” chính là lời nhắc về cách để VFC đi tiếp một cách vững vàng hơn. Tinh thần đó được thể hiện rõ qua Hội nghị Đại biểu Người Lao động, nơi các ý kiến từ người lao động được lắng nghe, các đề xuất được trao đổi thẳng thắn và các định hướng được cùng nhau thống nhất.

Điều tạo nên giá trị của sự kiện không chỉ nằm ở nội dung hội nghị mà còn ở cảm nhận về sự đồng thuận giữa Ban Lãnh đạo và người lao động. Khi mỗi cá nhân hiểu rõ vai trò của mình và sẵn sàng phối hợp vì mục tiêu chung, sức mạnh của tập thể không còn là khẩu hiệu mà trở thành nền tảng thực tế cho hiệu quả vận hành của toàn hệ thống.

“Một mục tiêu”: Hướng đến giá trị đích thực

Từ sự đồng lòng ấy, “Một mục tiêu” được đặt ra như bước đi tiếp theo trong hành trình phát triển. Sau gần một năm chuyển đổi nhận diện thương hiệu, tinh thần “VFC - Giá trị đích thực” không chỉ dừng ở thông điệp truyền thông mà đã dần được thể hiện trong cách làm việc, trong sự chú trọng đến chất lượng và tính chuyên nghiệp ở từng chi tiết.



Song song đó, Ngũ đức kinh doanh: Nhân - Tín - Dũng - Trí - Nghiêm tiếp tục được xem là nguyên tắc cốt lõi để giữ gìn bản sắc và định hướng hành động. Khi mục tiêu năm 2026 và định hướng đến năm 2030 được xác định rõ ràng, mỗi nỗ lực cá nhân cũng có thêm ý nghĩa, bởi tất cả đều đang cùng hướng về một đích đến chung của toàn hệ thống.

Không khí của Ngày hội không chỉ hiện diện trong hội trường mà còn lan tỏa qua các hoạt động hội thao như bóng đá, cầu lông và đi bộ. Sự sôi nổi trên sân thi đấu mang đến một nhịp kết nối rất tự nhiên, nơi các đơn vị có cơ hội đến gần nhau hơn qua tinh thần đồng đội, sự phối hợp và quyết tâm chinh phục.

Ở một góc nhìn khác, hội thao cũng góp phần làm rõ hơn ý nghĩa của sự gắn kết trong công việc hằng ngày. Bởi cũng giống như trong thi đấu, để đi xa hơn trong chặng đường mới, mỗi cá nhân không thể tách rời tập thể, và mỗi kết quả bền vững đều cần được xây nên từ sự đồng hành.

“Một hướng đi”: Từ cảm xúc đến hành động

Từ dấu mốc 50 năm đến khí thế của năm bản lề 2026, Ngày hội Truyền thống VFC 2026 đã để lại nhiều hơn một sự kiện nội bộ thường niên. Với nền tảng đã được gây dựng qua nhiều thế hệ cùng sự đồng lòng ngày càng rõ nét trong toàn hệ thống, VFC bước vào giai đoạn 2026 - 2030 với tinh thần chủ động, quyết tâm và định hướng rõ ràng hơn. “Một hệ thống - Một mục tiêu - Một hướng đi” vì thế không chỉ là thông điệp của Ngày hội mà đang dần trở thành nguyên tắc vận hành xuyên suốt cho hành trình mới.

BAN BIÊN TẬP

Bộ phận Marketing Thương hiệu



NGÀY HỘI TRUYỀN THỐNG

BÀI DỰ THI: “TÔI LÀ VFC”

Ngày hội Truyền thống không chỉ là dịp nhìn lại 50 năm VFC, mà còn là nơi những tình cảm dành cho mái nhà chung được cất thành lời. Từ cuộc thi viết “Cảm nghĩ về VFC”, nhiều câu chuyện chân thành đã được sẻ chia. Mời bạn cùng đọc những bài viết tiêu biểu dưới đây.

Dành trọn thanh xuân **CHO MÀU ÁO XANH VFC**

Chặng đường 15 năm tôi gắn bó với VFC là rất ngắn so với quá trình hình thành và phát triển của công ty nhưng nó là một hành trình mang đầy niềm tin và hy vọng của bản thân đối với VFC. Từ khi tốt nghiệp đại học đến nay bản thân tôi đã trải qua nhiều vị trí công việc tại VFC từ Nhân viên văn phòng, Nhân viên Sales ngành Nông dược đến phụ trách công việc Khử trùng và PCO tại khu vực Nghệ Tĩnh. Có lẽ nhờ việc gắn bó với 1 công ty và trải qua nhiều vị trí công việc như vậy nên tôi rất hiểu về VFC và muốn gắn bó lâu dài với màu xanh của VFC.

Mỗi khi khoác lên mình chiếc áo xanh VFC, trong tôi luôn trào dâng một cảm xúc đặc biệt. Đó không chỉ đơn thuần là bộ đồng phục công sở, mà là biểu tượng của một hành trình hơn nửa thế kỷ gắn liền với dải đất hình chữ S thân yêu.

Trước hết, đó là niềm tự hào về một bề dày lịch sử. Nhìn vào logo trên ngực áo, tôi nhớ về hành trình hơn 50 năm qua - từ những Đội khử trùng nhỏ lẻ ngày đầu cho đến vị thế dẫn đầu trong lĩnh vực Nông dược và Kiểm soát dịch hại hôm nay.

Chiếc áo xanh chính là cầu nối giữa quá khứ hào hùng và hiện tại rực rỡ. Khoác áo VFC, tôi cảm thấy mình đang tiếp bước các thế hệ đi trước, mang theo tinh thần tiên phong và bản lĩnh vượt khó để kiến tạo những giá trị bền vững cho nền Nông nghiệp, ngành Khử trùng và Kiểm soát dịch hại nước nhà.

Thứ hai, màu áo xanh nhắc nhở tôi về "Trách nhiệm" và "Uy tín". Với tầm nhìn trở thành "Biểu tượng chất lượng dịch vụ uy tín", mỗi khi mặc chiếc áo này, tôi tự răn mình phải sống và làm việc đúng với 5 giá trị cốt lõi của công ty. Dù là ở văn phòng hay trực tiếp ở hiện trường, mỗi nụ cười và sự hài lòng của khách hàng chính là thước đo chất lượng mà chiếc áo xanh đang đại diện. Đó là cam kết về sự trung thực, là sự sẻ chia và đồng hành mật thiết với đối tác cũng như cộng đồng.

Cuối cùng, chiếc áo xanh là sợi dây kết nối sự đoàn kết. Khi tất cả chúng ta cùng khoác chung màu áo, mọi khoảng cách đều được xóa nhòa. Chúng ta trở thành một gia đình - một tập thể "Đoàn kết hỗ trợ", cùng chung nhịp đập và cùng hướng tới mục tiêu nâng cao giá trị cuộc sống. Màu xanh ấy mang lại cảm giác bình yên nhưng cũng đầy nhiệt huyết, thôi thúc tôi không ngừng cố gắng mỗi ngày.

Đối với tôi, khoác lên mình chiếc áo xanh VFC là một niềm vinh dự lớn lao. Tôi tự hào vì được là một thành viên của đại gia đình VFC, tự hào vì được góp màu xanh nhỏ bé của mình vào sự phát triển của VFC.

NGUYỄN QUANG TOÀN

Nhân viên Sale - Chi nhánh Đà Nẵng

NGÀY HỘI TRUYỀN THỐNG BÀI DỰ THI: “TÔI LÀ VFC”

KHOÁC LÊN MÌNH CHIẾC ÁO XANH VFC *là lên cả một hành trình trưởng thành*

Tôi là Phan Thành Thắng, Chi nhánh VFC Quy Nhơn - Ngành PCO. Tôi đến với công ty từ năm 2018 và đến hôm nay, hành trình ấy đã trở thành một phần thanh xuân của mình.

Ngày đầu bước vào VFC, tôi là một Cử nhân tiếng Anh mới ra trường. Mang theo những kỳ vọng, những ước mơ và cả một chút tự tin của tuổi trẻ. Nhưng công việc đầu tiên tôi đảm nhận lại là... Kỹ thuật viên PCO hiện trường. Những ngày bắt chuột trong tầng hầm khách sạn. Những buổi phun thuốc kiểm soát côn trùng giữa trưa nắng. Những công trình lắp đặt hệ thống Exterra chống mối kéo dài từ ngày này sang ngày khác. Có những lần tắc nghẽn tại những khách sạn lớn, vô tình gặp lại bạn cũ. Người đã là quản lý. Người đã là khách hàng. Còn tôi, trong chiếc áo xanh hiện trường VFC, tay cầm bình phun thuốc. Tôi đã từng chạnh lòng. Tôi đã từng mặc cảm. Nhưng rồi tôi nhận ra, giá trị của con người không nằm ở vị trí đứng, mà nằm ở cách mình đứng vững. Tinh thần của một “chiến binh VFC” không cho phép tôi dừng lại ở cảm xúc tự ti đó. Tôi hiểu rằng, mỗi giọt mồ hôi mình đổ xuống đều là nền móng cho tương lai phía trước.

Và rồi tôi chuyển về văn phòng, đảm nhận vị trí Sales Admin PCO. Công việc không còn là hiện trường bụi bặm, mà là những con số, những biên bản, những DO xuất hóa đơn mỗi tháng, những hợp đồng lớn cần sự chính xác tuyệt đối. Vị trí này dạy tôi sự chần chừ. Dạy tôi hiểu rằng chỉ một sai sót nhỏ cũng có thể ảnh hưởng đến cả hệ thống. Dạy tôi cách làm việc có quy trình, có trách nhiệm và có tư duy tổng thể. Tôi dần tự tin hơn. Tôi cảm nhận rõ mình đang trưởng thành từng ngày.

Và hôm nay, ở vai trò Nhân viên Sales PCO, tôi lại được học một bài học khác. Học cách tính toán chi tiết từng mét vuông dịch vụ. Học cách đọc vị nhu cầu khách hàng. Học cách đàm phán, thương thảo, thuyết phục. Học cách chịu áp lực doanh số và công nợ. Học cách bước ra thị trường với bản lĩnh của người đại diện cho thương hiệu VFC Việt Nam. Mỗi hợp đồng mang về không chỉ là doanh thu. Đó là niềm tự hào. Là sự công nhận cho cả một quá trình đi từ hiện trường đến bàn đàm phán.

Nhìn lại chặng đường từ 2018 đến nay, tôi hiểu rằng chiếc áo xanh VFC không chỉ là đồng phục. Đó là biểu tượng của kỷ luật. Của giá trị lao động. Của tinh thần không ngại bắt đầu từ những điều nhỏ nhất. Chiếc áo ấy đã dạy tôi biết khiêm tốn. Dạy tôi biết cố gắng. Dạy tôi biết vượt qua mặc cảm. Và quan trọng nhất, dạy tôi tin vào chính mình. Nếu có ai hỏi tôi cảm nhận thế nào khi khoác lên mình chiếc áo xanh VFC?

Tôi sẽ trả lời rằng: Đó là cảm giác của một người đã đi qua thử thách. Đã từng cúi xuống làm việc bằng đôi tay. Đã từng lặng lẽ hoàn thiện mình trong văn phòng,...

Và hôm nay đủ tự tin để bước ra thị trường với tư thế ngẩng cao đầu. Tôi tự hào vì mình là một phần của VFC. Và tôi biết, hành trình phía trước vẫn còn rất dài.

Nhưng dù ở vị trí nào, tôi vẫn sẽ là **Phan Thành Thắng** - một chiến binh áo xanh của VFC Quy Nhơn.

PHAN THÀNH THẮNG

Nhân viên Phòng Kinh doanh - Chi nhánh Quy Nhơn





VFC FARM CLUB

HỆ SINH THÁI ĐỒNG HÀNH CÙNG NHÀ NÔNG VIỆT

Vào ngày 28/03/2026 tại Cao Lãnh thuộc tỉnh Đồng Tháp, Công ty Cổ phần Khử trùng Việt Nam (VFC) đã chính thức ra mắt VFC Farm Club. Đây không chỉ là câu lạc bộ dành cho nông dân mà còn là nền tảng hệ sinh thái - nơi mà bà con được tư vấn trực tiếp trên ruộng vườn bởi đội ngũ kỹ sư và chuyên gia VFC và các Nhà khoa học.



Các đại biểu gồm Ông Trương Công Cứ (CT HĐQT VFC), GS.TS. NGUT Nguyễn Bảo Vệ, TS. Nguyễn Thành Hiếu, TS. Nguyễn Đức Cường, đại diện NPP Gia Nông và nhà nông Nguyễn Phước Hưng thực hiện nghi thức chính thức ra mắt VFC Farm Club trên sân khấu.

Buổi ra mắt Farm Club vinh hạnh có sự tham dự của các Giáo sư, Tiến sĩ đầu ngành như:

Giáo sư Tiến sĩ, NGUT Nguyễn Bảo Vệ
Nguyên Trưởng khoa Nông nghiệp Đại học Cần Thơ

Phó Giáo sư Tiến sĩ Lê Văn Bé
Nguyên giảng viên cao cấp khoa Nông nghiệp - Đại học Cần Thơ

Ông Hà Văn Uyên
Nguyên Chỉ cục trưởng Chi cục TT&BTV tỉnh Gia Lai

Tiến sĩ Nguyễn Thành Hiếu
Phó Viện trưởng viện CAQ Miền Nam

Tiến sĩ Nguyễn Đức Cường
Trưởng bộ môn BVTV Viện lúa ĐBSCL

Tiến sĩ Lê Ngọc Báu
Nguyên Viện trưởng Viện EakMat

Thạc sĩ, NGUT Nguyễn Đức Thiết
Nguyên Hiệu trưởng trường Cao đẳng Công nghệ và Kinh tế Bào Lộc

Nhà nông tiêu biểu Nguyễn Phước Hưng
Chủ nhiệm Farm Club Tháp Mười

Nhà báo Nguyễn Thị Ngọc Diệp
Phó Giám đốc Báo và phát thanh, truyền hình Đồng Tháp

Về phía VFC có sự hiện diện của Ban Lãnh Đạo công ty VFC bao gồm:

Ông Trương Công Cứ
Chủ tịch HĐQT

Ông Trần Văn Dũng
Tổng Giám Đốc công ty

Bà Nguyễn Bạch Tuyết
Cố vấn cấp cao Tổng Giám Đốc

Ông Đào Xuân Trọng
Phó Tổng Giám Đốc thường trực công ty

Ông Nguyễn Phước Tâm
Phó Tổng Giám Đốc công ty

Ông Trần Thanh Hải
Giám đốc Tiếp thị thương mại Nông dược toàn quốc

Ông Nguyễn Văn Kha
Giám đốc kinh doanh toàn quốc Nhánh bán hàng Nông dược

Các mảnh ghép cho một nền nông nghiệp bền vững

VFC Farm Club không đơn thuần là một câu lạc bộ nông dân, mà được định vị như một nền tảng kết nối chiến lược, giải bài toán với sự góp sức của bốn mảnh ghép liên kết quan trọng để nông nghiệp bền vững. Mỗi mảnh ghép đều nắm giữ một vai trò riêng nhưng cùng hướng đến một mục tiêu chung: gia tăng hiệu quả sản xuất, nâng cao giá trị nông sản và đảm bảo sinh kế lâu dài cho nhà nông.



Nhà khoa học & chuyên gia kỹ thuật

chuyên giao kiến thức canh tác tiên tiến, các quy trình sản xuất xanh, an toàn, giảm phát thải cho bà con



VFC & hệ thống phân phối

Đảm bảo đầu vào đạt chuẩn, đầu ra ổn định, kết nối nông dân với thị trường tiêu thụ và các chương trình, dự án lớn.



Nông dân & hợp tác xã

Là hạt nhân trung tâm, trực tiếp áp dụng tiến bộ kỹ thuật, thay đổi tập quán canh tác và lan tỏa mô hình sản xuất hiệu quả trong cộng đồng.



Cơ quan quản lý & truyền thông

Đồng hành về chính sách, đánh giá mô hình và lan tỏa thông điệp canh tác bền vững tới cộng đồng xã hội.

Nhờ các mảnh ghép đặc biệt này, VFC Farm Club trở thành điểm hẹn nơi người nông dân được kết nối với tri thức, công nghệ, thị trường và chính sách.

Ở giai đoạn khởi động, VFC Farm Club tập trung nguồn lực vào ba cây trồng chiến lược: lúa, sầu riêng và cà phê. Đây đều là những ngành hàng có vai trò trụ cột đối với an ninh lương thực, xuất khẩu nông sản và thu nhập của hàng triệu hộ nông dân từ Đồng bằng sông Cửu Long đến Tây Nguyên và các vùng chuyên canh trái cây.

Thông qua Farm Club, nông dân trồng lúa, sầu riêng, cà phê được tiếp cận:

- Quy trình canh tác bền vững, chú trọng sử dụng chế phẩm sinh học, quản lý dịch hại tổng hợp (IPM), giảm chi phí và rủi ro.
- Giải pháp dinh dưỡng và bảo vệ thực vật được nghiên cứu phù hợp từng vùng sinh thái, giúp tối ưu năng suất và chất lượng nông sản.
- Các chương trình kết nối thị trường, chuyển đổi chuỗi giá trị hướng đến nông nghiệp xanh và phát thải thấp.

Gắn kết và đồng hành cùng nhà nông đi xa

Triết lý "Chia sẻ - Kết nối - Đồng hành" vốn đã được VFC kiên trì theo đuổi hơn ba thập kỷ, nay được cụ thể hóa rõ nét qua VFC Farm Club. Thay vì chỉ cung cấp giải pháp, VFC lựa chọn đầu tư vào tri thức và cộng đồng nông dân nòng cốt, những người sẵn sàng thay đổi tư duy canh tác, làm chủ công nghệ và trở thành nhân tố dẫn dắt tại địa phương. Thông qua Farm Club, nhà nông được:

- Tham gia các buổi tọa đàm, tập huấn, hội thảo với sự góp mặt của các giáo sư, tiến sĩ đầu ngành về lúa, cây ăn trái và cà phê.

- Được tư vấn trực tiếp trên ruộng, vườn bởi đội ngũ kỹ sư và chuyên gia VFC, giúp "giải bài toán" cụ thể của từng hộ, từng mô hình.
- Kết nối với những nông dân tiên phong khác, chia sẻ kinh nghiệm thành công cũng như bài học từ thực tiễn sản xuất.



Tọa đàm gồm các Tiến sĩ, Thạc sĩ, nhà khoa học giúp kết nối tri thức và kinh nghiệm thực tiễn.

Không đi nhanh một mình, mà đi xa cùng nhau

Farm Club không chỉ tạo thêm một "điểm chạm" với khách hàng mà trở thành cầu phần quan trọng trong chiến lược ESG của VFC: Đồng hành với người nông dân trong chuyển đổi xanh, nâng cao giá trị nông sản, giảm phát thải và tối ưu tài nguyên.

Khi hàng trăm nông dân tiên phong cùng tham gia ngay từ những ngày đầu, VFC Farm Club đang từng bước hình thành một cộng đồng sản xuất mới: Chủ động, có tri thức và có tiếng nói hơn trong chuỗi giá trị nông nghiệp.





Ông Trương Công Cứ - Chủ tịch HĐQT Công ty VFC, phát biểu chia sẻ về tầm nhìn và định hướng chiến lược phát triển bền vững của VFC Farm Club



Ông Trần Văn Dũng - Tổng Giám đốc Công ty VFC, phát biểu về mục tiêu, khẳng định cam kết đồng hành lâu dài và nâng tầm giá trị nông sản Việt.



GS.TS. NGUYỄN Bảo Vệ - Nguyên Trưởng khoa Nông nghiệp Đại học Cần Thơ, phát biểu tại Lễ ra mắt VFC Farm Club.



Nhà báo Nguyễn Thị Ngọc Diệp - Phó Giám đốc Báo và phát thanh, truyền hình Đồng Tháp, chia sẻ về vai trò của truyền thông trong việc lan tỏa giá trị nông nghiệp xanh.



TS. Nguyễn Thành Hiếu (Phó Viện trưởng Viện Cây Ăn Quả Miền Nam) phát biểu tại Lễ ra mắt VFC Farm Club.



Nhà nông Nguyễn Phước Hùng (Chủ nhiệm Farm Club Tháp Mười) chia sẻ kinh nghiệm thực tiễn khi tham gia mô hình sản xuất lúa bền vững.



Ông Trần Thanh Hải - Trợ lý Tổng giám đốc nhánh tiếp thị thương mại ngành nông dược, trình bày các nội dung vận hành và ý nghĩa của chương trình VFC Farm Club.



TS. Lê Ngọc Báu (Nguyên Viện trưởng Viện EakMat) phát biểu tại Lễ ra mắt VFC Farm Club



Một số hình ảnh trong các buổi Hội thảo Kỹ thuật VFC Farm Club

LỄ RA QUÂN

HÈ THU 2026

MỘT HỆ THỐNG - MỘT MỤC TIÊU - MỘT HƯỚNG ĐI

Ngày 30/03/2026, tại thành phố Cần Thơ, ngành Nông được VFC đã khởi động Vụ Hè Thu 2026 với Lễ ra quân quy tụ gần 300 cán bộ công nhân viên đại diện Nhánh Bán hàng và Tiếp thị Thương mại từ khắp các khu vực trên toàn hệ thống. Sự hiện diện đầy đủ của Ban Lãnh đạo và đội ngũ quản lý đã tạo nên bầu không khí trang trọng và quyết tâm, khẳng định tinh thần **“Một hệ thống - Một mục tiêu - Một hướng đi”**, cùng nhau hướng tới mùa vụ mới.

Không khí khởi động đầy khí thế

Mở đầu chương trình là nghi thức điều hành của lực lượng Nông được VFC, từng bước chân, từng hàng ngũ thẳng tắp và đồng bộ đã lan tỏa tinh thần thống nhất từ tư duy đến hành động khi bước vào vụ Hè Thu 2026. Lễ ra quân vụ Hè Thu không chỉ là hoạt động khởi động mùa vụ mà còn là dịp kết nối, củng cố niềm tin và tiếp thêm động lực cho những mục tiêu phía trước.

Định hướng chiến lược với thông điệp 3R

Trong phần phát biểu khai mạc, Chủ tịch Hội đồng Quản trị VFC - Ông Trương Công Cử đã nhấn mạnh thông điệp **“3R”: Rõ việc - Rõ cách làm - Rõ trách nhiệm**. Thông điệp này được nhấn mạnh như kim chỉ nam cho toàn hệ thống trong bối cảnh thị trường nông được ngày càng biến động và cạnh tranh. Mỗi cá nhân cần hiểu rõ mình phải làm gì, làm như thế nào và chịu trách nhiệm ra sao để sức mạnh hệ thống được nhân lên để VFC vận hành hiệu quả, đồng bộ và bền vững hơn.



Chủ tịch HĐQT VFC - Ông Trương Công Cử phát biểu khai mạc và định hướng hành động

Quý I/2026: Thành quả trong bối cảnh thách thức

Thông qua các báo cáo được ghi nhận, hoạt động kinh doanh Quý I/2026 của ngành Nông được chịu tác động từ Quý I/2026: Thành quả trong bối cảnh thách thức nhiều biến động chung của thị trường trong và ngoài nước. Tuy nhiên, bằng sự chủ động trong điều hành và tinh thần nỗ lực của toàn đội ngũ, VFC Nông được đã hoàn thành kế hoạch sell-in, đạt mức tăng trưởng so với cùng kỳ và ghi nhận sell-out tăng trưởng mạnh. Những kết quả này phản ánh tính đúng đắn của định hướng **“Một hệ thống - Một mục tiêu - Một hướng đi”**, cùng các giải pháp linh hoạt đã được triển khai trong các mùa vụ trước về thị trường, tổ chức và nhân sự. Đây cũng là nền tảng quan trọng để toàn hệ thống tự tin bước vào Quý II với mục tiêu cao hơn, quyết tâm lớn hơn.

Các phòng ban chức năng, Nhánh Thương mại Nông được cùng nhánh Marketing đã lần lượt trình bày kết quả Quý I/2026 và kế hoạch Quý II/2026, cho thấy sự chuyển hóa rõ ràng từ mục tiêu chiến lược thành hành động. Các mục tiêu được cụ thể hóa theo từng nhóm giải pháp, bám sát đặc thù từng khu vực, tập trung tối ưu danh mục sản phẩm, gia tăng hiện diện tại điểm bán và nâng cao chất lượng phục vụ nhà phân phối, nông dân.





Ông Trần Thanh Hải - Trợ lý TGD - Phụ trách phát triển thị trường và hệ thống nông dân đánh giá kết quả thực hiện nhiệm vụ Quý I/2026



Ông Nguyễn Văn Kha - Giám đốc Kinh Doanh toàn quốc Nhánh Bán hàng Nông được triển khai mục tiêu và chương trình hành động quý II/2026

Việc làm rõ định hướng, phân rõ mục tiêu xuống từng đơn vị giúp đội ngũ xây dựng kế hoạch hành động phù hợp, chủ động hơn, đo lường được kết quả và kịp thời điều chỉnh khi thị trường có biến động. Qua đó, tinh thần “Rõ việc - Rõ cách làm - Rõ trách nhiệm” được chuyển thành những đầu việc cụ thể, gắn chặt với từng cá nhân và từng chỉ tiêu.

Nghị thức đánh trống ra quân: lời hiệu triệu mùa vụ mới

Điểm nhấn của chương trình là khoảnh khắc đánh trống ra quân vụ Hè Thu 2026. Âm vang của tiếng trống không chỉ là tín hiệu bắt đầu mà còn là lời nhắc nhở mỗi thành viên về trách nhiệm với mục tiêu chung, sự kiên định với con đường nông nghiệp bền vững mà VFC đã lựa chọn. Từ giây phút ấy, tinh thần “Đồng lòng hành động, bứt phá thành công” được kích hoạt mạnh mẽ, lan tỏa trong từng đội nhóm, từng địa phương.

Đồng lòng hành động, bứt phá thành công

Trong phát biểu bế mạc, Tổng Giám Đốc Công ty đã tổng kết những nội dung trọng yếu của chương trình, đồng thời khẳng định sự quyết tâm, chia sẻ và đồng hành xuyên suốt từ Ban Điều hành với toàn bộ hệ thống. Qua đó, tạo động lực cho toàn hệ thống kích hoạt tinh thần Đồng lòng hành động, bứt phá thành công!



Ban Lãnh đạo VFC thực hiện nghi thức đánh trống phát động ra quân vụ Hè Thu 2026



Tổng Giám Đốc VFC - Ông Trần Văn Dũng tiếp thêm niềm tin, động lực và tinh thần quyết tâm cho đội ngũ trong phát biểu bế mạc

Buổi lễ khép lại nhưng đồng thời mở ra một hành trình mới cho Vụ Hè Thu 2026. Với định hướng rõ ràng, tinh thần đoàn kết và trách nhiệm cao, tập thể VFC Nông được bước vào vụ Hè Thu 2026 với tâm thế chủ động và quyết liệt hơn.

BAN BIÊN TẬP

Bộ phận Marketing Thương hiệu





RA MẮT BANJO FORTE™ 400SC

GIẢI PHÁP ĐỘT PHÁ TRONG QUẢN LÝ NẤM BỆNH KHÁNG THUỐC

Ngày 10/4/2026 tại TP. Cần Thơ, Công ty Cổ phần Khử trùng Việt Nam (VFC) đã phối hợp cùng Công ty TNHH Syngenta Việt Nam tổ chức thành công sự kiện ra mắt sản phẩm Banjo Forte™ 400SC với sự tham dự của hơn 300 Quý nhà phân phối và Quý khách hàng bán lẻ.

Sự kiện không chỉ là buổi ra mắt của một sản phẩm trừ bệnh tiên tiến mà còn là cột mốc quan trọng đánh dấu bước tiến mới trong hành trình hợp tác hơn 30 năm giữa hai đơn vị, hướng đến mục tiêu phát triển nông nghiệp bền vững tại Việt Nam.

Mở đầu sự kiện với những chiến lược và tâm huyết từ Ban Lãnh đạo hai công ty

Phát biểu tại sự kiện, lãnh đạo VFC và Syngenta cùng nhấn mạnh định hướng phát triển nông nghiệp bền vững, lấy người nông dân làm trung tâm. Ông Trần Thanh Vũ - TGD Syngenta Việt Nam cho biết hai công ty tin tưởng sự kết hợp giữa công nghệ Syngenta và hệ thống phân phối VFC sẽ nhanh chóng đưa sản phẩm đến thực tiễn sản xuất.

Bên cạnh đó, ông Trần Văn Dũng - Tổng Giám đốc VFC khẳng định điểm khác biệt lớn nhất của Banjo Forte™ 400SC không nằm ở việc “thêm một sản phẩm mới” trên thị trường mà là mang đến một cách tiếp cận hoàn toàn mới - một bộ giải pháp tích hợp mang nhiều giá trị cho nhà nông.

Hình thức ra mắt sáng tạo, ứng dụng AI tạo dấu ấn khác biệt

Bên cạnh nội dung chuyên môn, sự kiện ra mắt Banjo Forte™ 400SC còn gây ấn tượng mạnh nhờ hình thức tổ chức sáng tạo và hiện đại. Điểm nhấn đặc biệt là phần dẫn dắt của MC Nhất Vương kết hợp cùng mô hình “chuyên gia VFC” được thiết kế bằng công nghệ AI, tạo nên những màn tương tác sinh động, trực quan và đầy cuốn hút.

Thông qua hình thức này, thông tin kỹ thuật và lợi ích sản phẩm được truyền tải dễ hiểu, gần gũi hơn. Sự kết hợp giữa công nghệ và nội dung chuyên sâu giúp nâng cao trải nghiệm, tạo không khí sôi động và góp phần làm nên một lễ ra mắt ấn tượng, khác biệt.



Ông Trần Thanh Vũ - Tổng Giám đốc Syngenta Việt Nam phát biểu khai mạc và chia sẻ về định hướng chiến lược của sản phẩm mới.



Ông Trần Văn Dũng - Tổng Giám đốc VFC chia sẻ về tâm huyết và sự đồng hành của VFC cùng bà con nông dân thông qua giải pháp Banjo Forte™ 400SC.



Chuyên gia VFC cùng MC Nhất Vương thực hiện phần giới thiệu sản phẩm thông qua màn tương tác độc đáo với công nghệ AI trên màn hình LED

Câu chuyện về thách thức từ nấm bệnh Oomycetes ngày càng gia tăng

Trong thực tế sản xuất, các bệnh do nhóm nấm hoại sinh Oomycetes, đặc biệt là Phytophthora đang trở thành mối đe dọa lớn đối với nhiều loại cây trồng có giá trị kinh tế cao như sấu riêng, hồ tiêu, cà chua, khoai tây, nho,... Những tác nhân này gây ra hàng loạt bệnh nguy hiểm như: thối trái, xì mù, nứt thân trên sấu riêng; sương mai trên cà chua và khoai tây; bệnh chết nhanh trên hồ tiêu; hay các bệnh giả sương mai và thối gốc trên nhiều loại rau màu,...

Banjo Forte™ 400SC - Sức mạnh từ công thức phối trộn kép

Banjo Forte™ 400SC được phát triển nhằm giải quyết triệt để bài toán nấm bệnh kháng thuốc. Sản phẩm là sự kết hợp giữa hai hoạt chất tiên tiến Fluazinam (200g/l) và Dimethomorph (200g/l), mang lại cơ chế tác động kép mạnh mẽ.

Fluazinam hoạt động theo cơ chế đa điểm, giúp ức chế quá trình hô hấp của nấm bệnh, ngăn chặn sự hình thành và phát tán bào tử. Trong khi đó, Dimethomorph tác động chuyên biệt vào quá trình hình thành vách tế bào, phá vỡ cấu trúc và tiêu diệt nấm bệnh ngay cả khi chúng đã xâm nhập vào mô cây.

Sự kết hợp này không chỉ giúp kiểm soát hiệu quả nhiều giai đoạn phát triển của nấm mà còn góp phần giảm thiểu nguy cơ hình thành tính kháng thuốc - một trong những vấn đề nan giải hiện nay.

Hiệu quả vượt trội trong thực tiễn sản xuất

Banjo Forte™ 400SC được thiết kế phù hợp với điều kiện canh tác tại Việt Nam và mang lại nhiều lợi ích thiết thực cho nông dân:

- Hiệu lực kéo dài, giúp giảm số lần phun thuốc
- Khả năng bám dính tốt, chống rửa trôi hiệu quả sau 30 phút
- Thẩm sâu và lưu dẫn nhanh, bảo vệ cây trồng toàn diện
- Không để lại vết bám trên trái, đảm bảo giá trị thương phẩm
- An toàn cho cây trồng, không gây hiện tượng "đóng trái"
- Không cần phối trộn thêm, tiết kiệm chi phí và công lao động.

Đặc biệt, sản phẩm cho phép người nông dân chủ động phòng bệnh từ sớm, thay vì chỉ xử lý khi bệnh đã bùng phát, qua đó nâng cao hiệu quả canh tác và giảm thiểu rủi ro.



Ông Nguyễn Văn Minh - Giám đốc Kỹ thuật Syngenta trình bày thông tin kỹ thuật sản phẩm Banjo Forte™ 400SC.

An toàn và thân thiện khi sử dụng đúng cách

Bên cạnh hiệu quả cao, Banjo Forte™ 400SC còn được đánh giá tích cực về độ an toàn khi sử dụng đúng hướng dẫn. Sản phẩm ít ảnh hưởng đến động vật máu nóng và không gây hại cho các loài thiên địch như ong, giun đất - góp phần bảo vệ hệ sinh thái nông nghiệp.

Tuy nhiên, cần lưu ý sản phẩm có độc tính đối với sinh vật thủy sinh, do đó người sử dụng cần thận trọng khi phun gần ao hồ, sông suối để đảm bảo an toàn môi trường.

Cam kết đồng hành cùng Nông nghiệp Việt Nam

Việc ra mắt Banjo Forte™ 400SC không chỉ đơn thuần là giới thiệu một sản phẩm mới mà còn thể hiện cam kết lâu dài của VFC trong việc mang đến những giải pháp bảo vệ thực vật tiên tiến, hiệu quả và bền vững.



Ông Trần Thanh Hải - chia sẻ về thông điệp sản phẩm Banjo Forte™ 400SC và định hướng phát triển thị trường cùng các chính sách hỗ trợ đại lý, khách hàng

hệ thống phân phối rộng khắp, đồng thời đẩy mạnh các hoạt động hỗ trợ kỹ thuật, đưa đội ngũ Kỹ sư nông nghiệp đến gần hơn với bà con nông dân. Song song đó, Syngenta tiếp tục đầu tư vào nghiên cứu và phát triển nhằm mang đến những công

nghệ tiên tiến phù hợp với điều kiện canh tác tại Việt Nam.



Ban Lãnh đạo VFC và Syngenta thực hiện nghi thức cam kết đồng hành cùng hệ thống phân phối mang sản phẩm đến tay người nông dân và thị trường góp phần vào những mùa vụ thắng lợi.

BANJO FORTE™ 400SC: Giải pháp "Dứt sạch bệnh hại - Không ngại nấm kháng"

Có thể khẳng định, Banjo Forte™ 400SC không chỉ là một sản phẩm trừ bệnh mới mà còn là giải pháp toàn diện trong quản lý nấm bệnh hiện đại. Với cơ chế tác động kép, hiệu quả vượt trội và khả năng hạn chế kháng thuốc, sản phẩm mở ra hướng tiếp cận chủ động, hiệu quả và kinh tế hơn cho người nhà nông.

Sự kết hợp giữa công nghệ quốc tế và am hiểu thị trường nội địa hứa hẹn sẽ giúp Banjo Forte™ 400SC trở thành công cụ đắc lực, góp phần mang lại những mùa vụ bền vững và nâng cao giá trị nông sản Việt Nam.

BAN BIÊN TẬP

Bộ phận Marketing Thương hiệu

VFC TỔ CHỨC THÀNH CÔNG

ĐẠI HỘI ĐỒNG CỔ ĐÔNG THƯỜNG NIÊN 2026

TP. Hồ Chí Minh, ngày 28 tháng 4 năm 2026



Nhìn lại 2025: Vững vàng trong thách thức

Đại hội đã nghe các báo cáo toàn diện về kết quả hoạt động năm 2025 - từ hoạt động quản trị của Hội đồng Quản trị, kết quả điều hành kinh doanh, báo cáo tài chính đã kiểm toán đến hoạt động giám sát của Ban Kiểm soát. Bức tranh năm 2025 được phác họa rõ nét: một năm thị trường nhiều biến động, áp lực từ thời tiết, chi phí đầu vào và cạnh tranh gia tăng - nhưng VFC vẫn duy trì tăng trưởng ổn định, hoàn thành kế hoạch với chất lượng lợi nhuận được cải thiện. Toàn bộ các báo cáo được Đại hội thông qua với tỷ lệ tán thành cao.

Chia sẻ thành quả: Cố gắng và ghi nhận đóng góp

Đại hội thảo luận và thống nhất phương án phân phối lợi nhuận năm 2025. Trong đó mức cổ tức được điều chỉnh tăng so với tờ trình ban đầu theo đề xuất từ phía cổ đông chiến lược - thể hiện sự ghi nhận thực chất đối với kết quả mà Ban Điều hành và toàn thể cán bộ nhân viên đã nỗ lực đạt được trong một năm không ít khó khăn. Khoản thưởng động viên cho Hội đồng Quản trị và Ban Điều hành cũng được thông qua với tinh thần tương tự.

Hướng đến 2026: Tăng trưởng có kỷ luật

Kế hoạch kinh doanh và đầu tư năm 2026 được trình bày và thông qua với mục tiêu tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận so với thực hiện 2025, trên nền tảng các trụ cột kinh doanh cốt lõi đã được củng cố. Kế hoạch đầu tư tập trung vào phát triển sản phẩm, nâng cấp hệ thống công nghệ, củng cố năng lực sản xuất và đồng bộ hình ảnh thương hiệu - phản ánh tư duy đầu tư có trọng điểm, không dàn trải.



Ông Nguyễn Anh Tuấn - Trưởng Ban Kiểm soát báo cáo kết quả kiểm tra tính hợp lệ của Cổ đông tham dự

Thảo luận: Thực chất và cởi mở

Phần thảo luận diễn ra sôi nổi với nhiều ý kiến có chiều sâu từ cổ đông và lãnh đạo Công ty. Các chủ đề được trao đổi thẳng thắn xoay quanh những vấn đề cốt lõi của doanh nghiệp.



Ông Trương Công Cứ - Chủ tịch HĐQT VFC báo cáo hoạt động Hội đồng Quản trị năm 2025



Ông Trần Văn Dũng - Thành viên HĐQT - Tổng Giám đốc Công ty CP Khử Trùng Việt Nam VFC báo cáo kết quả sản xuất kinh doanh năm 2025 và kế hoạch năm 2026



Bà Phạm Thị Ngọc Phương báo cáo Tài chính năm 2025



Bà Nguyễn Thị Trà My - Tổng Giám đốc Tập đoàn PAN - Thành viên HĐQT VFC phát biểu tại Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2026



Bà Nguyễn Bạch Tuyết - Nguyên Chủ tịch HĐQT - Cổ đông VFC phát biểu tại Đại hội

Về định hướng chiến lược, cổ đông đánh giá cao tăng trưởng doanh thu có chất lượng và hướng đến lợi nhuận bền vững dài hạn. Hợp tác giữa VFC và các đối tác trong hệ sinh thái PAN - đặc biệt là mô hình liên kết cung cấp giải pháp tổng thể cho nông dân thay vì chỉ bán sản phẩm đơn lẻ - được đánh giá là hướng đi đúng đắn, góp phần tăng thu nhập nông dân, giảm tác động môi trường và nâng cao giá trị nông sản xuất khẩu.

Về ứng phó thị trường, Ban Điều hành giải đáp rõ định hướng phát triển giải pháp tổng thể cho cây trồng dựa trên nhu cầu thực tế tại đồng ruộng, chủ động khai thác dư địa thị trường còn lớn và tận dụng mạng lưới đối tác để mở rộng độ phủ - trong đó bao gồm cả các kịch bản ứng phó với biến động thời tiết bất lợi.

Về quản trị tài chính, Ban Điều hành làm rõ nguyên tắc quản lý dòng tiền chủ động, linh hoạt theo mùa vụ; duy trì uy tín thanh toán với đối tác chiến lược; đồng thời tìm kiếm các kênh sử dụng vốn hiệu quả trong bối cảnh lãi suất và tỷ giá còn nhiều biến động.

Về tài sản và hiệu quả sử dụng nguồn lực, cổ đông đề nghị Công ty tiếp tục rà soát, tối ưu hóa việc khai thác các tài sản hiện có nhằm nâng cao hiệu quả tài chính tổng thể.



Các cổ đông chia sẻ ý kiến trong Đại hội



Phát biểu đóng góp từ cổ đông xoay quanh vấn đề tài chính của VFC và một số vấn đề liên quan

Về quản trị tài chính, Ban Điều hành làm rõ nguyên tắc quản lý dòng tiền chủ động, linh hoạt theo mùa vụ; duy trì uy tín thanh toán với đối tác chiến lược; đồng thời tìm kiếm các kênh sử dụng vốn hiệu quả trong bối cảnh lãi suất và tỷ giá còn nhiều biến động.

Về tài sản và hiệu quả sử dụng nguồn lực, cổ đông đề nghị Công ty tiếp tục rà soát, tối ưu hóa việc khai thác các tài sản hiện có nhằm nâng cao hiệu quả tài chính tổng thể. Toàn bộ ý kiến của cổ đông được Ban Chủ tọa giải trình thấu đáo. Không khí Đại hội thể hiện rõ sự tin tưởng và đồng thuận giữa cổ đông với Ban lãnh đạo Công ty.

Các quyết định khác

Đại hội thông qua chính sách thù lao và khen thưởng cho Hội đồng Quản trị và Ban Điều hành năm 2026 theo nguyên tắc gắn với kết quả kinh doanh thực tế - trong đó phần thưởng vượt kế hoạch được tính trực tiếp trên phần lợi nhuận vượt từ hoạt động kinh doanh chính, tạo động lực phấn đấu rõ ràng và minh bạch cho toàn bộ bộ máy lãnh đạo.

Đại hội ủy quyền cho Hội đồng Quản trị lựa chọn đơn vị kiểm toán Báo cáo tài chính năm 2026 trong số các công ty kiểm toán độc lập uy tín hàng đầu, đảm bảo tính minh bạch và tuân thủ các chuẩn mực kiểm toán quốc tế.



Chủ tọa giải đáp các thắc mắc của Cổ đông



Đại hội đã thông qua Biên bản và Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông thường niên 2026 với số phiếu tán thành cao



Ông Nguyễn Văn Kiên - Thư ký Đại hội đọc nghị quyết Đại hội Cổ đông năm 2026

Bế mạc

Toàn bộ Biên bản và Nghị quyết Đại hội đồng cổ đông thường niên 2026 được thông qua với sự đồng thuận cao của các cổ đông tham dự. Đại hội bế mạc trong không khí phấn khởi vào buổi trưa cùng ngày.

VFC bước vào năm 2026 với nền tảng vững chắc, định hướng rõ ràng và sự tin tưởng từ cổ đông - sẵn sàng cho chặng đường tăng trưởng tiếp theo.

BAN BIÊN TẬP

Bộ phận Marketing Thương hiệu

Đổi mới ĐỂ GẦN HƠN THỐNG NHẤT ĐỂ VỮNG MẠNH

Dấu ấn Công đoàn Cơ sở VFC trên hành trình đổi mới

Một năm qua là giai đoạn Công ty Cổ phần Khử trùng Việt Nam (VFC) triển khai mạnh mẽ chương trình đổi mới trên nhiều lĩnh vực, từ tổ chức, quản trị, sản xuất, kinh doanh đến chuyển đổi số và phát triển bền vững.

Trong hành trình đó, Công đoàn Cơ sở VFC xác định không chỉ là tổ chức đại diện, chăm lo và bảo vệ quyền lợi người lao động, mà còn phải trở thành một lực lượng đồng hành, kết nối và thúc đẩy sự thay đổi trong toàn Công ty. Bởi mọi chiến lược phát triển chỉ có thể thành công khi người lao động hiểu, tin tưởng và cùng tham gia thực hiện.

Kiến toàn tổ chức - nền tảng cho một nhiệm kỳ đổi mới

Tháng 12/2025, Đại hội Công đoàn Cơ sở VFC nhiệm kỳ 2025 - 2030 được tổ chức thành công với sự tham dự của 60 đại biểu, bầu ra Ban Chấp hành gồm 7 ủy viên có uy tín, trách nhiệm và tinh thần đổi mới.

Việc Phó Tổng Giám đốc Thường trực Công ty đảm nhiệm vai trò Chủ tịch Công đoàn Cơ sở thể hiện sự gắn kết chặt chẽ giữa hoạt động Công đoàn và công tác điều hành

doanh nghiệp. Qua đó, kênh đối thoại giữa người lao động, Công đoàn và Ban Điều hành được tăng cường, góp phần giải quyết kịp thời các vấn đề phát sinh và cùng hướng đến mục tiêu phát triển chung.



Tháng 12/2025, Đại hội Đại biểu Công đoàn cơ sở VFC nhiệm kỳ 2025 - 2030 được tổ chức thành công

Hợp nhất một tổ chức - thống nhất chính sách chăm lo

Một trong những dấu ấn quan trọng của nhiệm kỳ mới là việc hợp nhất toàn bộ tổ chức Công đoàn trên cả nước về một đầu mối thống nhất.



Trước đây, đoàn viên tại 7 chi nhánh sinh hoạt tại các Công đoàn địa phương khác nhau, dẫn đến chính sách chăm lo chưa đồng đều, việc quản lý và phối hợp còn phân tán. Sau khi hợp nhất, các Công đoàn chi nhánh được tổ chức lại thành các Tổ Công đoàn bộ phận trực thuộc Công đoàn Cơ sở VFC.

Hơn 1.400 đoàn viên trên ba lĩnh vực hoạt động gồm Khử trùng, Kiểm soát dịch hại và Nông dược nay cùng sinh hoạt trong một hệ thống, cùng được thụ hưởng chính sách chăm lo nhất quán, công bằng và minh bạch.

Hoạt động Công đoàn được quản lý trên cơ sở quy chế tài chính, Điều lệ Công đoàn và các quy định của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam. Quyền lợi của người lao động tiếp tục được bảo đảm thông qua Thỏa ước lao động tập thể, chế độ hợp đồng, bảo hiểm, lương, thưởng và các chính sách phúc lợi theo đúng quy định.



Đại hội đại biểu Người lao động Công ty VFC tổ chức vào 28/02/2026



Không khí gắn kết và sẻ chia khi công đoàn viên VFC được tham gia các hoạt động chung

Đặc biệt, phong trào thi đua “Đổi mới sáng tạo” đã thu hút hơn 100 ý tưởng cải tiến từ các ngành, đơn vị và phòng ban. Nhiều sáng kiến có giá trị thực tiễn đã được lựa chọn, biểu dương và khen thưởng.

Kết quả này cho thấy tinh thần cải tiến liên tục đang từng bước lan tỏa trong đội ngũ người lao động. Mỗi sáng kiến, dù lớn hay nhỏ, đều góp phần nâng cao hiệu quả công việc, tiết giảm chi phí, cải thiện chất lượng dịch vụ và củng cố năng lực cạnh tranh của VFC.

Công đoàn cũng lần đầu tổ chức bình xét, tôn vinh đoàn viên tiêu biểu, qua đó đề cao những giá trị thực, tinh thần trách nhiệm và sự cống hiến bền bỉ trong công việc.

Tiếp bước hành trình đổi mới

Bước vào giai đoạn phát triển mới, Công đoàn Cơ sở VFC tiếp tục đổi mới phương thức hoạt động theo hướng chuyên nghiệp, số hóa, gần gũi người lao động hơn và gắn chặt hơn với mục tiêu phát triển của doanh nghiệp.

Trọng tâm thời gian tới là tiếp tục hoàn thiện hoạt động của các Tổ Công đoàn bộ phận, nâng cao chất lượng đối thoại tại nơi làm việc, thúc đẩy phong trào sáng kiến cải tiến, chăm lo thiết thực cho người lao động và mở rộng các hoạt động trách nhiệm xã hội vì cộng đồng.



VFC lan tỏa tinh thần Tháng công nhân 2026 thông qua chương trình “Cảm ơn Người lao động” và “Bữa cơm công đoàn”

Mỗi đoàn viên không chỉ là người thụ hưởng chính sách Công đoàn mà còn là một chủ thể của quá trình đổi mới. Mỗi việc làm trách nhiệm, mỗi sáng kiến cải tiến và mỗi tinh thần hợp tác đều góp phần xây dựng một VFC hiện đại, hiệu quả và phát triển bền vững.

Một tổ chức Công đoàn vững mạnh, đổi mới và nghĩa tình sẽ là nền tảng để người lao động an tâm cống hiến, doanh nghiệp phát triển ổn định và toàn hệ thống cùng thực hiện tinh thần:

MỘT HỆ THỐNG - MỘT MỤC TIÊU - MỘT HƯỚNG ĐI

ĐÀO XUÂN TRỌNG

Phó Tổng Giám Đốc thường trực
kiêm Chủ tịch Công đoàn Cơ sở VFC

SUPPLY CHAIN HÀNH TRÌNH ĐỔI MỚI

ĐỂ TẠO NỀN TẢNG VỮNG CHẮC CHO TĂNG TRƯỞNG

Hòa cùng sự đổi mới của toàn Công ty, từ các ngành kinh doanh, các nhánh kinh doanh đến những nỗ lực mạnh mẽ của Marketing trên tuyến đầu thị trường, Supply Chain - nơi đóng vai trò quyết định đến sự ổn định, hiệu quả của các yếu tố đầu vào và khả năng đáp ứng cho hoạt động kinh doanh - chúng tôi cũng đặt cho mình một mục tiêu đổi mới.

Trong một năm qua, Supply Chain đã có những thay đổi quan trọng. Chúng tôi không chỉ tập trung vào việc đảm bảo hàng hóa, nguyên vật liệu, sản xuất và giao hàng được vận hành thông suốt, mà bắt đầu nhìn nhận toàn bộ chuỗi cung ứng như một hệ thống liên kết chặt chẽ với hoạt động kinh doanh. Mỗi quyết định mua hàng, mỗi kế hoạch sản xuất, mỗi ngày tồn kho hay mỗi chuyến giao hàng đều cần hướng đến một mục tiêu chung: phục vụ tốt hơn cho thị trường, tối ưu nguồn lực và tạo ra hiệu quả bền vững cho VFC.



Nhà máy VFC - trung tâm cung ứng và phân phối sản phẩm trên toàn quốc



06 tháng đầu năm 2026 là một giai đoạn có nhiều thử thách. Thị trường biến động, kế hoạch bán hàng thay đổi, nguồn cung và chi phí logistics chịu tác động từ những yếu tố bên ngoài, cùng với quá trình chuyển đổi bao bì và thay đổi mô hình vận hành. Trong bối cảnh đó, Supply Chain đã nỗ lực duy trì nguồn cung ổn định cho các sản phẩm chiến lược, đảm bảo hoạt động sản xuất - kinh doanh, giữ nhịp giao hàng và an toàn kho vận. Đồng thời, chúng tôi từng bước chuẩn hóa quy trình, kiểm soát tồn kho, nâng cao năng lực phối hợp giữa các bộ phận và đặt những viên gạch đầu tiên cho hành trình số hóa chuỗi cung ứng.

Nhưng với chúng tôi, đổi mới không chỉ là thay đổi một quy trình hay đưa một phần mềm vào vận hành. Đổi mới trước hết là thay đổi tư duy và cách làm. Từ việc phản ứng với những vấn đề phát sinh sang chủ

động dự báo và cảnh báo sớm; từ việc mỗi bộ phận quản lý một phần công việc sang kết nối toàn chuỗi; từ việc ra quyết định dựa nhiều vào kinh nghiệm sang từng bước quản trị bằng dữ liệu, KPI và sự minh bạch.

những yếu tố bên ngoài, cùng với quá trình chuyển đổi bao bì và thay đổi mô hình vận hành. Trong bối cảnh đó, Supply Chain đã nỗ lực duy trì nguồn cung ổn định cho các sản phẩm chiến lược, đảm bảo hoạt động sản xuất - kinh doanh, giữ nhịp giao hàng và an toàn kho vận. Đồng thời, chúng tôi từng bước chuẩn hóa quy trình, kiểm soát tồn kho, nâng cao năng lực phối hợp giữa các bộ phận và đặt những viên gạch đầu tiên cho hành trình số hóa chuỗi cung ứng.



Các chuyên gia khảo sát thực tế tại nhà máy, đánh giá năng lực sản xuất và dự báo tình hình cung ứng, góp phần giúp VFC chủ động nguồn hàng cho thị trường.

Nhưng với chúng tôi, đổi mới không chỉ là thay đổi một quy trình hay đưa một phần mềm vào vận hành. Đổi mới trước hết là thay đổi tư duy và cách làm. Từ việc phản ứng với những vấn đề phát sinh sang chủ động dự báo và cảnh báo sớm; từ việc mỗi bộ phận quản lý một phần công việc sang kết nối toàn chuỗi; từ việc ra quyết định dựa nhiều vào kinh nghiệm sang từng bước quản trị bằng dữ liệu, KPI và sự minh bạch.

Chúng tôi hiểu rằng, Supply Chain là một bộ phận đứng phía sau, nhưng sự ổn định và hiệu quả của Supply Chain sẽ tạo nên sức mạnh cho những hoạt động ở phía trước. Khi Marketing có thể mạnh dạn đưa thương hiệu ra thị

trường, khi Sales có thể tự tin cam kết với khách hàng và khi các ngành kinh doanh có đủ nguồn lực để tăng trưởng, phía sau đó luôn cần một Supply Chain đủ chủ động, linh hoạt và đáng tin cậy.

Hành trình đổi mới của Supply Chain vì vậy vẫn đang tiếp tục. Chúng tôi hướng đến một chuỗi cung ứng tinh gọn hơn, minh bạch hơn, số hóa hơn và gắn kết chặt chẽ hơn với nhu cầu thực tế của thị trường. Mục tiêu cuối cùng không chỉ là vận hành tốt hơn, mà là cùng toàn Công ty tạo ra một nền tảng vững chắc để VFC có thể phát triển nhanh hơn, linh hoạt hơn và bền vững hơn trong chặng đường phía trước.

“
ĐỔI MỚI Ở PHÍA TRƯỚC
CẦN MỘT NỀN TẢNG
VỮNG CHẮC Ở PHÍA SAU.
VÀ SUPPLY CHAIN
CHÚNG TÔI ĐANG NỖ
LỰC TỪNG NGÀY ĐỂ TRỞ
THÀNH NỀN TẢNG ĐÓ
”

NGUYỄN PHƯỚC TÂM

Phó Tổng Giám Đốc VFC





Chương trình HỢP MẶT & TRI ÂN KHÁCH HÀNG H1/2026

Kết nối - Chia sẻ - Đồng hành: Cùng vun đắp niềm tin, cùng hướng đến phát triển bền vững

6 tháng đầu năm 2026 khép lại trong bối cảnh ngành Nông dược tiếp tục đối mặt với nhiều biến động và thách thức. Chính trong những thời điểm như vậy, sự đồng hành, sẻ chia và niềm tin giữa doanh nghiệp với hệ thống phân phối càng trở nên quý giá, tạo nền tảng để cùng vượt qua khó khăn và hướng tới những mục tiêu dài hạn.

Ngày 25/6/2026, tại TP. Hồ Chí Minh, Công ty Cổ phần Khử trùng Việt Nam (VFC) đã tổ chức Chương trình Hợp mặt & Tri ân Khách hàng H1/2026 với chủ đề "Kết nối - Chia sẻ - Đồng hành". Chương trình là dịp để Ban Lãnh đạo VFC, đối tác chiến lược Syngenta cùng hệ thống Nhà phân phối trên toàn quốc gặp gỡ, nhìn lại chặng đường đã qua, chia sẻ những góc nhìn về thị trường và cùng định hướng cho hành trình phát triển trong thời gian tới.

Trong không khí thân tình và cởi mở, chương trình không chỉ là lời tri ân dành cho những người bạn đồng hành lâu năm mà còn tiếp tục khẳng định triết lý phát triển của VFC: Lấy sự gắn kết làm nền tảng, lấy niềm tin làm giá trị cốt lõi và lấy sự phát triển bền vững làm mục tiêu lâu dài.

CHƯƠNG 02: TIÊU ĐIỂM CHÍNH

Chung một niềm tin - Chung một hành trình

Mở đầu chương trình, Chủ tịch Hội đồng Quản trị - Ông Trương Công Cứ đã có bài tri ân sâu sắc đến toàn thể Quý Nhà phân phối và đặc biệt là đối tác chiến lược Syngenta - người bạn đồng hành đã sát cánh cùng VFC trong suốt nhiều năm qua.



Ông Trương Công Cứ - Chủ tịch HĐQT phát biểu khai mạc

Trong bài phát biểu, Chủ tịch khẳng định:

"Tài sản lớn nhất của VFC không chỉ là doanh số hay thị phần. Tài sản quý giá nhất của chúng ta là niềm tin của hệ thống phân phối và sự đồng hành bền bỉ của Quý vị trên khắp mọi miền đất nước."

Khép lại bài phát biểu, Chủ tịch gửi gắm thông điệp xuyên suốt của chương trình: **"Kết nối để thấu hiểu. Chia sẻ để cùng vượt khó. Đồng hành để cùng phát triển."** Ba giá trị tưởng chừng giản dị nhưng chính là nền tảng tạo nên mối quan hệ bền chặt giữa VFC, Syngenta và hệ thống Nhà phân phối trong suốt nhiều năm qua, đồng thời cũng là kim chỉ nam để cùng nhau chinh phục những mục tiêu mới trong tương lai.

Tổng Giám đốc Syngenta Việt Nam - ông Trần Thanh Vũ cũng đã gửi lời cảm ơn sâu sắc đến VFC và hệ thống Nhà phân phối vì sự đồng hành bền chặt trong suốt thời gian qua. Đồng thời khẳng định Syngenta sẽ tiếp tục sát cánh cùng VFC, mang đến những giải pháp thiết thực, những công nghệ tiên tiến và các chương trình hỗ trợ hiệu quả nhằm gia tăng giá trị cho Nhà phân phối cũng như người nông dân.



Ông Trần Thanh Vũ - TGD Syngenta Việt Nam phát biểu tri ân đến VFC và NPP đồng hành

Cùng nhìn nhận thực tại - Cùng kiến tạo tương lai

Từ những biến động của thị trường, ông Trần Văn Dũng - Tổng Giám đốc VFC chia sẻ những hành động thiết thực mà VFC và Syngenta đã chủ động triển khai nhằm hỗ trợ Nhà phân phối vượt qua khó khăn, từ đầu tư công nghệ, phát triển giải pháp kỹ thuật, đào tạo đội ngũ cho đến các chương trình đồng hành cùng thị trường. Những nỗ lực đó đã mang lại nhiều kết quả tích cực, tạo tiền đề cho sự phát triển trong thời gian tới.

Định hướng cho 6 tháng cuối năm 2026, Tổng Giám đốc một lần nữa khẳng định triết lý xuyên suốt của VFC và Syngenta: **"Thành công của Nhà phân phối chính là thành công của VFC"**. Đó không chỉ là cam kết, mà còn là định hướng hành động để hai bên tiếp tục đồng hành, tạo dựng giá trị lâu dài và phát triển bền vững.



Ông Trần Văn Dũng - TGD VFC chia sẻ khó khăn & cơ hội của thị trường, định hướng H2/2026



Nghị thức tri ân - Tôn vinh những người đồng hành

Khép lại phần chương trình họp mặt buổi chiều là nghi thức tri ân trang trọng của VFC dành cho hệ thống Nhà phân phối cùng đối tác chiến lược Syngenta.

Đây là lời cảm ơn chân thành đối với những đóng góp thiết thực, sự tin tưởng và đồng hành bền bỉ của các đối tác trong suốt hành trình phát triển của VFC. Chính sự gắn kết ấy đã tạo nên nền tảng vững chắc để VFC không ngừng đổi mới, nâng cao giá trị phục vụ và tiếp tục khẳng định vị thế trên thị trường.



Nhà phân phối nhận quà tặng và kỷ niệm chương tri ân

Đêm Gala rực rỡ - Gắn kết những trái tim đồng hành

Sau chương trình họp mặt là đêm Gala trong không khí ấm cúng nhưng không kém phần sôi động. Nghi thức nâng ly và bắt tay giữa lãnh đạo VFC, Syngenta cùng các Nhà phân phối đã trở thành khoảnh khắc giàu ý nghĩa, thể hiện sự gắn kết, tri ân và cam kết tiếp tục đồng hành trên chặng đường phía trước.

Không khí đêm Gala tiếp tục bùng nổ với những tiết mục biểu diễn đặc sắc, những màn trình diễn sôi động đã khuấy động sân khấu, thu hút đông đảo Nhà phân phối cùng giao lưu, ca hát và tạo nên bầu không khí đầy hứng khởi.



BLD VFC và Syngenta nâng ly khai tiệc

Điểm nhấn được mong chờ nhất của chương trình là hoạt động quay số trúng thưởng với tổng giá trị giải thưởng đầy hấp dẫn. Không chỉ mang đến niềm vui bất ngờ cho các khách mời, chương trình còn là món quà tri ân đặc biệt mà VFC gửi đến hệ thống Nhà phân phối như lời cảm ơn chân thành vì sự tin tưởng và đồng hành trong suốt thời gian qua.



Chương trình "bùng nổ" với phần Quay số may mắn

Chương trình cũng dành một khoảnh khắc ấm áp để chúc mừng sinh nhật các Quý Nhà phân phối có ngày sinh trong 6 tháng đầu năm 2026. Những bó hoa, chiếc bánh sinh nhật cùng lời chúc từ Ban Lãnh đạo VFC không chỉ mang đến niềm vui bất ngờ mà còn thể hiện sự trân trọng, gắn kết và quan tâm chân thành dành cho các đối tác đồng hành.

Tiếp tục đồng hành vì một nền nông nghiệp phát triển bền vững

Không chỉ dừng lại ở buổi họp mặt & tri ân, hành trình ấy còn được tiếp nối qua chuyến du lịch Hồng Kông - Quảng Châu - Thâm Quyển, nơi VFC và Quý Nhà phân phối cùng khám phá những vùng đất mới, sẽ chia những câu chuyện đời thường, những tiếng cười và những trải nghiệm đáng nhớ. Chính những khoảnh khắc ấy đã giúp khoảng cách giữa đối tác không còn là những con số hay hợp đồng, mà được gắn kết bằng sự thấu hiểu, tin tưởng và tình thân bền chặt.



Du lịch gắn kết NPP: Hồng Kông - Quảng Châu - Thâm Quyển

Khép lại chương trình Hợp mặt & Tri ân Khách hàng H1/2026, điều còn đọng lại không chỉ là những hoạt động ý nghĩa hay những khoảnh khắc đáng nhớ, mà còn là niềm tin được củng cố giữa VFC với hệ thống Nhà phân phối và đối tác chiến lược. Đó sẽ tiếp tục là động lực để VFC không ngừng đổi mới, đồng hành cùng hệ thống phân phối, mang đến những giải pháp hiệu quả hơn cho người nông dân, góp phần xây dựng một nền nông nghiệp Việt Nam hiện đại, bền vững và thịnh vượng.

BAN BIÊN TẬP

Bộ phận Marketing Thương hiệu

NGÀNH PCO 6 THÁNG ĐẦU NĂM 2026

CHUẨN HÓA ĐỂ BỨT PHÁ CHUYÊN NGHIỆP ĐỂ DẪN ĐẦU



Năm 2026 mở ra với nhiều thách thức khi bối cảnh kinh tế - chính trị toàn cầu tiếp tục có những biến động lớn, áp lực cạnh tranh trên thị trường ngày càng gay gắt, đi cùng yêu cầu của khách hàng ngày một khắt khe hơn. Trong bối cảnh đó, ngành PCO xác định đây là thời điểm then chốt cần tập trung củng cố nội lực, chuẩn hóa hoạt động và nâng cao năng lực cạnh tranh. Sự chuẩn bị kỹ lưỡng này nhằm tạo động lực cho bước bứt phá mạnh mẽ, khẳng định vị thế dẫn đầu trong tương lai theo đúng định hướng chiến lược 5 năm (2026 - 2030) của Ban Điều hành.

Theo đó, 6 tháng đầu năm 2026 là giai đoạn ngành PCO tập trung toàn lực vào việc xây dựng hệ thống quản trị, chuẩn hóa hệ thống báo cáo, đồng bộ quy

trình kinh doanh, nâng cao chất lượng dịch vụ kỹ thuật, phát triển đội ngũ và đẩy mạnh các hoạt động Marketing thương hiệu. Những kết quả đạt được trong nửa năm qua không chỉ dừng lại ở những con số tăng trưởng, khách hàng mới hay sự nâng tầm về chất lượng dịch vụ mà trên hết, đó chính là sự đồng nhất, gắn kết xuyên suốt của toàn hệ thống - một bộ phận chiến lược vững chắc cho các giai đoạn tiếp theo, hiện thực hóa trọn vẹn phương châm hành động của Ban Lãnh đạo Công ty: "Một hệ thống - Một mục tiêu - Một hướng đi".



CHUẨN HÓA HỆ THỐNG - XÂY DỰNG NỀN TẢNG VỮNG CHẮC

Một trong những dấu ấn nổi bật nhất của ngành PCO trong 6 tháng đầu năm là công tác chuẩn hóa hoạt động trên phạm vi toàn quốc.

Hệ thống tài liệu bán hàng, công cụ tính giá, quy trình triển khai dịch vụ và hệ thống báo cáo quản trị đã được rà soát, hoàn thiện và áp dụng đồng bộ. Bên cạnh đó, ngành cũng ban hành các chính sách kinh doanh và quản lý công nợ theo hướng minh bạch, thống nhất, tạo cơ sở cho việc nâng cao hiệu quả điều hành tại tất cả các đơn vị.

Đặc biệt, ngành PCO đã từng bước chuyển đổi từ phương thức quản lý dựa trên kinh nghiệm sang quản trị dựa trên dữ liệu. Hệ thống báo cáo được chuẩn hóa giúp các đơn vị đánh giá kết quả thực hiện một cách trực quan, nhận diện kịp thời các vấn đề phát sinh và chủ động xây dựng kế hoạch hành động phù hợp. Đây là nền tảng quan trọng để nâng cao năng lực quản trị và hướng tới phát triển bền vững trong dài hạn.

KHÁCH HÀNG LÀ TRUNG TÂM CỦA MỌI HOẠT ĐỘNG

Trong giai đoạn cạnh tranh ngày càng gay gắt, việc giữ vững chất lượng dịch vụ và nâng cao trải nghiệm khách hàng luôn được xem là ưu tiên hàng đầu.

Trong 6 tháng đầu năm, ngành PCO đã tập trung tăng cường phối hợp giữa các bộ phận Kinh doanh, Kỹ thuật và Vận hành nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ và phản hồi khách hàng nhanh chóng, hiệu quả hơn. Nhờ đó, tỷ lệ duy trì khách hàng tiếp tục được cải thiện, đồng thời số lượng khách hàng mới ghi nhận xu hướng tăng trưởng tích cực tại nhiều đơn vị.

Bên cạnh việc duy trì khách hàng hiện hữu, ngành cũng từng bước mở rộng hợp tác với các đơn vị tư vấn, quản lý và vận hành bất động sản như: JLL, Savista, CBRE, Parabolgates,... nhằm kết nối, giới thiệu các giải pháp và dịch vụ của ngành đến nhiều khách hàng tiềm năng hơn.

Thông qua các đối tác này, ngành PCO có thêm cơ hội tiếp cận các tòa nhà văn phòng, trung tâm thương mại, khu căn hộ, khách sạn và khu nghỉ dưỡng, khu công nghiệp,... có yêu cầu cao về chất lượng dịch vụ, qua đó mở rộng thị trường và tạo động lực tăng trưởng bền vững trong tương lai.

ĐẨY MẠNH MARKETING VÀ CHUYỂN ĐỔI SỐ

Song song với hoạt động kinh doanh, ngành PCO cũng tập trung đầu tư cho công tác Marketing và xây dựng thương hiệu trên nền tảng số.

Một dấu mốc quan trọng trong giai đoạn này là việc hoàn thành và đưa vào vận hành website chuyên ngành Pestman.vn, từng bước hình thành kênh thông tin chính thức nhằm giới thiệu giải pháp, chia sẻ kiến thức chuyên môn và tiếp cận khách hàng tiềm năng. Bên cạnh đó, Fanpage và Zalo Official Account cũng được xây dựng và vận hành đồng bộ, góp phần nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp của ngành trên thị trường.

Những bước đi này không chỉ phục vụ mục tiêu truyền thông mà còn là công cụ hỗ trợ chăm sóc khách hàng, củng cố niềm tin của khách hàng hiện hữu và từng bước thu hút thêm khách hàng tiềm năng trong thời gian tới



Website của ngành Kiểm soát dịch hại PCO: www.pestman.vn





PHÁT TRIỂN GIẢI PHÁP VÀ SẢN PHẨM MỚI

Bên cạnh hoạt động dịch vụ truyền thống, ngành PCO tiếp tục đẩy mạnh nghiên cứu và phát triển các sản phẩm thương mại nhằm đa dạng hóa nguồn doanh thu và gia tăng giá trị cung cấp cho khách hàng.

Một trong những dấu mốc đáng chú ý là việc đưa sản phẩm Bifenstar 10SC (100ml) ra thị trường thông qua hệ thống phân phối NOD rộng khắp của VFC. Đây là bước đi quan trọng giúp mở rộng khả năng tiếp cận khách hàng và từng bước hoàn thiện hệ sinh thái sản phẩm - dịch vụ của ngành. Song song đó, ngành cũng đẩy mạnh ứng dụng các thiết bị công nghệ mới sử dụng động cơ pin, hướng tới mô hình dịch vụ thân thiện với môi trường, giảm tiếng ồn, giảm phát thải và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Định hướng này phù hợp với xu thế phát triển xanh đang được nhiều doanh nghiệp và tổ chức trên thế giới ưu tiên lựa chọn.

PHÁT TRIỂN ĐỘI NGŨ - NỀN TẢNG CỦA THÀNH CÔNG

Con người luôn là yếu tố cốt lõi quyết định sự phát triển của doanh nghiệp.

Trong 6 tháng đầu năm, ngành PCO tiếp tục chú trọng công tác đào tạo, huấn luyện và chia sẻ kinh nghiệm thực tiễn thông qua các chương trình đào tạo chuyên môn, các buổi họp giao ban và hoạt động hỗ trợ trực tiếp tại hiện trường.

Mục tiêu của ngành không chỉ là xây dựng đội ngũ có chuyên môn vững vàng mà còn hình thành tư duy phục vụ khách hàng chuyên nghiệp, tinh thần trách nhiệm cao và khả năng thích ứng linh hoạt trước những thay đổi của thị trường.

Đó chính là nền tảng để mỗi cá nhân không ngừng phát triển, đồng thời góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh chung của toàn ngành.



LỜI KẾT



6 tháng đầu năm 2026 không chỉ là giai đoạn triển khai các kế hoạch trọng tâm mà còn là khoảng thời gian ngành PCO từng bước xây dựng nền móng cho những bước phát triển dài hạn.

Những kết quả đạt được hôm nay đến từ tinh thần đổi mới, sự quyết tâm và nỗ lực không ngừng của toàn thể cán bộ nhân viên trên toàn hệ thống. Quan trọng hơn, đó là sự chuyển biến mạnh mẽ trong tư duy quản trị và cách thức vận hành - từ làm việc theo kinh nghiệm sang làm việc dựa trên hệ thống; từ xử lý sự vụ sang xây dựng nền tảng phát triển bền vững.

Phía trước vẫn còn nhiều cơ hội và thách thức. Tuy nhiên, với nền tảng đang được xây dựng ngày càng vững chắc cùng tinh thần đoàn kết, trách nhiệm và khát vọng phát triển, ngành PCO hoàn toàn có cơ sở để tin tưởng vào những bước tiến mạnh mẽ hơn trong thời gian tới.

Mỗi nhân sự là một chuyên gia.

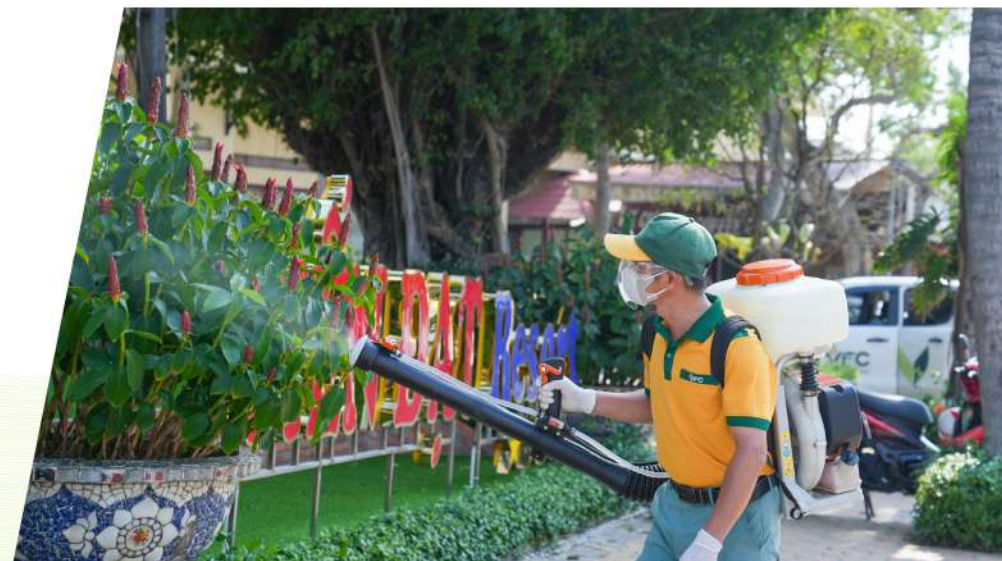
Mỗi khách hàng là một đối tác.

Mỗi dịch vụ là một cam kết về chất lượng.

Chuẩn hóa để bứt phá - Chuyên nghiệp để dẫn đầu - Phụng sự để tạo giá trị - Và quyết tâm để vươn xa.

ĐINH CÔNG DU

Phụ trách Kinh doanh Ngành PCO



VFC & BioSpring

Bắt tay vì một nền nông nghiệp xanh

Hà Nội, ngày 09/05/2026 - Trong chiến lược phát triển các giải pháp nông nghiệp bền vững, Công ty Cổ phần Khử Trùng Việt Nam (VFC) và Công ty TNHH Công nghệ Sinh học Mùa Xuân (BioSpring) đã chính thức ký kết thỏa thuận hợp tác nhằm nghiên cứu, phát triển và thương mại hóa các giải pháp sinh học phục vụ sản xuất nông nghiệp chất lượng cao.



Sự kiện là một bước đi cụ thể trong định hướng tăng cường hợp tác giữa các công ty thành viên thuộc **The PAN Group**, phát huy sức mạnh hệ sinh thái thông qua việc kết nối năng lực nghiên cứu, sản xuất và thương mại. Sự cộng hưởng giữa hai doanh nghiệp hướng đến mục tiêu mang đến những giải pháp sinh học tiên tiến, góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất, bảo vệ môi trường và gia tăng giá trị cho nông sản Việt Nam.

Theo nội dung hợp tác, hai doanh nghiệp sẽ phối hợp nghiên cứu, phát triển và thương mại hóa các sản phẩm ứng dụng công nghệ vi sinh tiên tiến trong bảo vệ và chăm sóc cây trồng, đáp ứng xu hướng giảm phát thải, giảm phụ thuộc vào hóa chất và phù hợp với các tiêu chuẩn ngày càng khắt khe của thị trường nông sản chất lượng cao và xuất khẩu.

Là doanh nghiệp công nghệ sinh học thuộc hệ sinh thái The PAN Group, **BioSpring** sở hữu năng lực nghiên cứu và sản xuất các chế phẩm vi sinh hiện đại với **công nghệ bào tử Bacillus** chịu nhiệt, hệ thống phòng thí nghiệm cùng dây chuyền sản xuất đồng bộ. Trong khi đó, **VFC** với hơn 50 năm đồng hành cùng nền nông nghiệp Việt Nam có lợi thế về hệ thống phân phối rộng khắp, đội ngũ kỹ thuật giàu kinh nghiệm và năng lực chuyển giao các giải pháp kỹ thuật đến tận đồng ruộng.



Đại diện VFC & BioSpring ký kết chiến lược hợp tác

Sự kết hợp giữa nền tảng khoa học công nghệ của BioSpring và năng lực thương mại, kinh nghiệm thị trường của VFC được kỳ vọng sẽ rút ngắn quá trình đưa các thành tựu nghiên cứu vào thực tiễn sản xuất, hình thành những giải pháp sinh học toàn diện, góp phần xây dựng nền nông nghiệp xanh, hiện đại và phát triển bền vững.

Đây cũng là bước triển khai cụ thể hóa chiến lược phát triển danh mục sản phẩm hữu cơ - sinh học của VFC, đồng thời tiếp nối các chương trình hợp tác với Cục Bảo vệ thực vật, các viện nghiên cứu, trường đại học và trung tâm công nghệ sinh học trong việc phát triển các giải pháp phục vụ nền nông nghiệp an toàn và bền vững.



Đại diện BLĐ của The Pan Group, VFC và BioSpring trong buổi hợp tác chiến lược

Mình chứng đầu tiên: VBACI SP - Thành quả từ sự hợp tác

Chỉ hơn một tháng sau lễ ký kết, đầu tháng 6/2026, **VBACI SP** chính thức được ra mắt thị trường. Đây là sản phẩm được VFC và BioSpring phối hợp nghiên cứu, sản xuất và thương mại, đồng thời là minh chứng rõ nét cho hiệu quả của mô hình liên kết giữa năng lực nghiên cứu và năng lực phát triển thị trường trong hệ sinh thái The PAN Group.

Đôi nét về VBACI SP

Chế phẩm sinh học đa chủng giúp **"Xốp đất - Khỏe rễ - Xanh cây"**, ứng dụng công nghệ bào tử *Bacillus* chịu nhiệt từ Anh Quốc, mang lại giải pháp hữu cơ - sinh học toàn diện cho đất và cây trồng.

- Tổ hợp 5 chủng *Bacillus*, mật số 2×10^8 CFU/g, bền nhiệt tới 95°C, hạn dùng 24 tháng không cần bảo quản lạnh.
- Cải tạo đất toàn diện, phòng nấm hại từ đất, dùng tốt trên đất phèn - chua - mặn.
- An toàn đạt chuẩn GRAS, không tồn dư, không thời gian cách ly - phù hợp nông sản xuất khẩu.

Sau thời gian ngắn đưa vào sử dụng, **VBACI SP** đã nhận được nhiều phản hồi tích cực từ bà con nông dân. Qua các mô hình thực tế, sản phẩm giúp bộ rễ lúa phát triển khỏe, đẻ nhánh tốt trên đất phèn các loại rau màu sinh trưởng mạnh, lá xanh dày. Đồng thời rễ cũng phát triển nhanh và khỏe. Đội ngũ chuyên gia và kỹ thuật viên của VFC cùng bà con nông dân đang tiếp tục ghi nhận những kết quả của **VBACI SP** mang đến trên các đối tượng cây trồng dài ngày khác như sầu riêng, các loại cây ăn trái.

Thành công bước đầu của **VBACI SP** cho thấy hiệu quả của việc kết hợp công nghệ sinh học của BioSpring với kinh nghiệm thương mại, hệ thống kỹ thuật và mạng lưới phân phối của VFC. Đây không chỉ

là sản phẩm đầu tiên sau lễ ký kết mà còn là tiền đề để hai doanh nghiệp tiếp tục phát triển thêm nhiều giải pháp sinh học mới, đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của nền nông nghiệp hiện đại.

Đồng hành kiến tạo giá trị bền vững

Trong bối cảnh ngành nông nghiệp đang chuyển dịch mạnh mẽ theo hướng xanh, an toàn và phát triển bền vững, việc hợp tác giữa VFC và BioSpring không chỉ tạo ra những sản phẩm mới mà còn góp phần thúc đẩy quá trình đổi mới công nghệ trong sản xuất nông nghiệp.

Phát huy sức mạnh của hệ sinh thái The PAN Group, hai doanh nghiệp sẽ tiếp tục mở rộng hợp tác nghiên cứu, phát triển và thương mại hóa các giải pháp sinh học tiên tiến, từng bước xây dựng hệ sinh thái sản phẩm toàn diện phục vụ người nông dân.

“

Từ một cái bắt tay chiến lược đến những sản phẩm mang giá trị thực tiễn, VFC và BioSpring đang cùng hiện thực hóa cam kết vì một nền nông nghiệp xanh, bền vững và nâng cao giá trị nông sản Việt Nam trên thị trường trong nước cũng như quốc tế.

BAN BIÊN TẬP

Bộ phận Marketing Thương hiệu



Cùng nhìn lại NHỮNG KHOẢNH KHẮC ĐÁNG NHỚ 6 tháng đầu năm 2026



Ngày hội tất niên lần thứ 11 với chủ đề "ĐỒNG TÂM GẮN KẾT - NÂNG TẦM THỊNH VƯỢNG" do Syngenta và VFC phối hợp tổ chức để lại nhiều dấu ấn đặc biệt sâu sắc và cảm xúc trọn vẹn đọng lại trong lòng hơn 1000 khách hàng bán lẻ và NPP đến từ khắp mọi miền trên đất nước.



Liên hoan Tất niên 2025 - Mừng xuân Bính Ngọ 2026



VFC khai xuân Bính Ngọ 2026



Ngày hội Truyền thống VFC 2026



Đào tạo Hội nhập: VFC chào đón nhân sự mới



Lễ ra quân vụ Hè Thu 2026 - VFC Nông được



Lễ ra mắt Banjo Forte 400SC



Đại hội đồng cổ đông thường niên 2026



Lan tỏa tinh thần Thăng Công nhân 2026 qua chương trình "Cảm ơn người lao động"



VFC đồng hành cùng nông dân DBSCL trên hành trình sản xuất lúa gạo phát thải thấp



Chương trình Họp mặt & Tri ân Khách hàng H1/2026 với chủ đề "Kết nối - Chia sẻ - Đồng hành" đọng lại những cảm xúc khó quên

CHƯƠNG 02: TIỂU ĐIỂM CHÍNH



Lễ ký kết hợp tác chiến lược VFC - Biospring



Đồng chí Nguyễn Bạch Tuyết - Nguyên Chủ tịch HĐQT VFC vinh dự nhận Huy hiệu 50 năm tuổi Đảng



VFC phối hợp cùng Syngenta khánh thành cầu Kênh Xéo tại Vĩnh Long, nối dài hành trình "Nhịp Cầu Yêu Thương"



Du lịch gắn kết Nhà phân phối năm 2026: Hồng Kông - Thẩm Quyển - Quảng Châu

CHƯƠNG 03

VĂN HÓA VÀ CON NGƯỜI

TRANG 77 - TRANG 104



BÀ NGUYỄN BẠCH TUYẾT

VỊ NỮ LÃNH ĐẠO BẢN LĨNH
VÀ NHÂN HẬU CỦA VFC

Dấu ấn của một hành trình bền bỉ

Trong quá trình hình thành và phát triển của Công ty Cổ phần Khử trùng Việt Nam (VFC), rất nhiều dấu ấn được tạo nên từ chiến lược, sự đổi mới và những quyết định táo bạo trên thương trường. Nhưng sâu hơn tất cả, có những giá trị được vun đắp bền bỉ bằng tình người, bằng sự tận tâm và bằng một tấm lòng luôn nghĩ cho tập thể. Nhắc về những giá trị ấy, nhiều thế hệ VFC luôn dành sự kính trọng đặc biệt cho Bà Nguyễn Bạch Tuyết - Nguyên Chủ tịch Hội đồng Quản trị VFC, hiện là Cố vấn cấp cao Ban điều hành.

Với VFC, Bà Tuyết là một nhà lãnh đạo đã đồng hành cùng công ty qua nhiều chặng đường quan trọng, đồng thời là người góp phần đặt nền móng cho văn hóa doanh nghiệp nghĩa tình, trách nhiệm và bền vững. Ở Bà, người người đều có thể nhìn thấy hình ảnh của một nữ lãnh đạo bản lĩnh, tận tâm và giàu lòng nhân hậu. Một người đã dành nhiều tâm huyết cho sự phát triển của VFC nhưng luôn chọn cách sống khiêm nhường, giản dị và bền bỉ cố gắng.

Bản lĩnh trong kinh doanh khiêm nhường trong cuộc sống

Bà Nguyễn Bạch Tuyết là hình ảnh tiêu biểu của người phụ nữ bản lĩnh trong kinh doanh nhưng vô cùng giản dị, khiêm nhường trong đời sống và cách đối nhân xử thế. Trải qua nhiều giai đoạn thăng trầm của thị trường, Bà luôn giữ cho mình sự bình tĩnh, quyết đoán và tinh thần dám chịu trách nhiệm.

Ở Bà Tuyết, bản lĩnh không nằm trong những lời nói lớn lao. Bản lĩnh ấy thể hiện qua cách Bà đối diện với khó khăn, giữ chữ tín với đối tác, bảo vệ uy tín của doanh nghiệp và chăm lo cho người lao động. Trong từng quyết định, Bà Tuyết luôn đặt sự bền vững của công ty, niềm tin của khách hàng và đời sống của tập thể lên hàng đầu.



Bà Nguyễn Bạch Tuyết cùng Ban điều hành VFC
trong Lễ ra quân vụ Hè Thu 2026

Chính sự kiên định ấy đã góp phần giúp VFC vững vàng đi qua nhiều thử thách, từng bước xây dựng vị thế trong ngành nông nghiệp Việt Nam. Đó là bản lĩnh của người lãnh đạo biết nhìn xa, biết nghĩ lớn nhưng cũng biết trân trọng từng điều nhỏ bé làm nên sức mạnh của một doanh nghiệp.

Lấy chữ Tín làm nền tảng phát triển

Với Bà Tuyết, kinh doanh không đơn thuần là những con số. Kinh doanh trước hết là uy tín, là chất lượng, là lời hứa với khách hàng và là trách nhiệm với người nông dân. Bà luôn đề cao sự tử tế trong từng việc làm: sản phẩm phải có chất lượng, dịch vụ phải có trách nhiệm, làm việc với đối tác phải chân thành, đồng hành cùng khách hàng phải tận tâm.

Bà Tuyết quý trọng từng đối tác, từng nhà phân phối, từng khách hàng bán lẻ, bởi Bà hiểu rằng sự lớn mạnh của VFC không đến từ riêng một cá nhân. Thành quả ấy được hình thành từ niềm tin bền bỉ của rất nhiều con người đã đồng hành cùng công ty qua nhiều thập kỷ. Mỗi mối quan hệ, mỗi cái bắt tay, mỗi cuộc gặp gỡ đều được Bà gìn giữ bằng sự trân trọng và nghĩa tình. Với Bà Tuyết, giữ được niềm tin của khách hàng cũng chính là giữ được gốc rễ để doanh nghiệp đi đường dài.

Như cánh chim không mỏi

Những người từng làm việc cùng Bà thường nhớ đến hình ảnh một người lãnh đạo gần gũi, ít nói về mình nhưng luôn nghĩ cho công việc. Bà có thể dành nhiều thời gian để lắng nghe, trao đổi, phân tích và tìm hướng đi tốt hơn cho công ty.

Dường như với Bà Tuyết, không có khái niệm mệt mỏi khi phía trước vẫn còn điều cần làm cho VFC. Ở vị trí nào, Bà cũng luôn đầu đầu với sự phát triển của công ty, với đời sống của cán bộ nhân viên và với niềm tin mà khách hàng, đối tác đã gửi gắm.

Khi chuyển sang vai trò cố vấn, Bà vẫn tiếp tục dõi theo từng bước đi của VFC, chia sẻ kinh nghiệm và truyền thêm niềm tin cho thế hệ kế thừa. Sự hiện diện của Bà, dù trong bất kỳ vai trò nào cũng luôn là một điểm tựa tinh thần quý giá đối với đại gia đình VFC.



Trong suốt 50 năm qua, Bà Nguyễn Bạch Tuyết như cánh chim không mỏi trên hành trình đồng hành cùng nền Nông nghiệp Việt Nam

Những chuyến đi gắn kết thị trường

Một nét rất riêng ở Bà Nguyễn Bạch Tuyết là niềm đam mê dành cho những chuyến công tác. Bà thích đi khắp trong Nam ngoài Bắc, trực tiếp đến gặp nhà phân phối, khách hàng bán lẻ, nông dân... lắng nghe thị trường và cảm nhận hơi thở thực tế từ từng địa phương.

Từ những chuyến đi bình dị ấy, Bà Tuyết lắng nghe được niềm vui, nỗi lo, kỳ vọng và cả những trăn trở của thị trường. Chính sự gần gũi, chịu thương chịu khó ấy giúp Bà luôn giữ được cái nhìn thực tế, sâu sắc và đầy trách nhiệm trong hành trình xây dựng VFC.



Mỗi chuyến đi của Bà Nguyễn Bạch Tuyết là một hành trình gắn kết giúp nâng tầm giá trị VFC

Người Bà kính thương của đại gia đình VFC

Trong ngôi nhà chung VFC, Bà Nguyễn Bạch Tuyết được nhắc đến như một nhà lãnh đạo bản lĩnh và cũng là người Bà kính thương của nhiều thế hệ cán bộ nhân viên. Ở Bà có sự nghiêm túc, chín chu trong công việc, xen lẫn sự ấm áp, bao dung và sự quan tâm rất đời thường dành cho từng thành viên.

Bà luôn mong người lao động có công việc ổn định, có thu nhập tốt hơn, có cuộc sống đủ đầy hơn. Sự chăm lo ấy không ồn ào, không phô trương nhưng thấm sâu vào văn hóa VFC bằng tinh thần đoàn kết, nghĩa tình và biết nghĩ cho nhau.

Có lẽ vì vậy mà nhiều người khi nhắc đến VFC thường nhắc đến hai chữ "gia đình". Nơi ấy, mỗi thành viên cùng nhau làm việc, cùng sẻ chia, cùng gắn bó và cùng tự hào về một mái nhà chung đã được vun đắp bằng tâm huyết của nhiều thế hệ.



Bà Nguyễn Bạch Tuyết (giữa) chụp ảnh lưu niệm cùng ông Trương Công Cứ - Chủ tịch HĐQT VFC (bên trái) và ông Trần Văn Dũng - Tổng giám đốc VFC (bên phải) trong Lễ trao Huy hiệu 50 năm tuổi Đảng

Trong hành trình cống hiến bền bỉ ấy, ngày 22/5/2026 là một dấu mốc thật đẹp và đầy tự hào khi Bà Nguyễn Bạch Tuyết vinh dự được trao tặng Huy hiệu 50 năm tuổi Đảng tại Hội trường Công ty Cổ phần Khử trùng Việt Nam.

Buổi lễ được tổ chức trong không khí trang trọng, ấm áp và đông đầy cảm xúc. Huy hiệu 50 năm tuổi Đảng không chỉ là phần thưởng cao quý ghi nhận hành trình nửa thế kỷ kiên định, tận tâm và giữ trọn phẩm chất của người đảng viên cách mạng mà còn là sự trân trọng dành cho những đóng góp bền bỉ của Bà đối với VFC, với tập thể người lao động và với nền nông nghiệp Việt Nam.

Với đại gia đình VFC, niềm vinh dự ấy không chỉ thuộc về riêng Bà. Đó còn là niềm tự hào chung của Đảng bộ, Ban lãnh đạo, tập thể cán bộ, nhân viên và các thế hệ đã từng gắn bó với công ty. Bởi qua hình ảnh của Bà, các thế hệ VFC nhìn thấy một tấm gương ngời sáng về bản lĩnh, trách nhiệm, lòng tận tụy và tinh thần phụng sự không ngừng nghỉ.

Giá trị còn mãi với hành trình mới

Bản lĩnh giúp Bà Nguyễn Bạch Tuyết đưa VFC đi qua sóng gió. Sự khiêm nhường giúp Bà được kính trọng. Lòng nhân hậu giúp Bà để lại trong lòng nhiều thế hệ VFC một niềm quý mến sâu sắc.

Ở Bà, ta nhìn thấy hình ảnh của một nữ doanh nhân mạnh mẽ mà gần gũi, quyết đoán mà giàu tình cảm, nghiêm túc trong công việc nhưng luôn ấm áp với hậu bối. Bà lãnh đạo bằng trí tuệ, bằng uy tín và bằng tấm lòng của một người luôn đặt lợi ích chung lên trước.

Hôm nay, khi VFC bước tiếp trên hành trình mới, những giá trị mà Bà Nguyễn Bạch Tuyết đã vun đắp vẫn đang hiện diện trong từng nhịp phát triển của công ty: lấy con người làm gốc, lấy uy tín làm nền, lấy sự tử tế làm cách đi đường dài. Những điều Bà Nguyễn Bạch Tuyết đã gieo trồng bằng tâm huyết hôm qua sẽ còn tiếp tục nảy mầm trong hành trình hôm nay và mai sau của VFC.

BAN BIÊN TẬP

Bộ phận Marketing thương hiệu

NGÔ TRỌNG ĐỨC

Gương sáng VFC về tinh thần tận tâm trong công việc và trái tim tử tế vì cộng đồng



Ngô Trọng Đức (thứ ba từ trái sang) cùng đồng nghiệp tại VFC Khu vực phía Bắc

Có những con người không cần nói quá nhiều về sự tử tế, bởi cách họ sống và làm việc mỗi ngày đã nói lên điều đó. Từ trách nhiệm với công việc, tận tâm với khách hàng, đồng hành cùng đồng đội đến những đóng góp cho cộng đồng, họ lan tỏa những giá trị tích cực bằng hành động.

Ở VFC, Ngô Trọng Đức (sinh năm 1995) – Trưởng bộ phận Khử trùng, Chi nhánh phía Bắc – là một hình ảnh như thế. Hơn 8 năm gắn bó, kinh qua nhiều vị trí trong lĩnh vực Khử trùng và Kiểm soát dịch hại (PCO), Đức không ngừng trưởng thành, trở thành một nhân sự trẻ giàu trách nhiệm, luôn chủ động, kỷ luật và cống hiến hết mình, truyền cảm hứng cho tập thể VFC.

Hơn 8 năm gắn bó với VFC và tinh thần làm việc hết mình

Đặc thù công việc trong lĩnh vực Khử trùng và Kiểm soát dịch hại không phải lúc nào cũng có lịch trình cố định. Có những thời điểm phải sẵn sàng xử lý công việc ngoài giờ, có những nhiệm vụ cần sự linh hoạt, chính xác và phối hợp chặt chẽ để đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Trong môi trường ấy, sự tận tâm không thể dừng ở khẩu hiệu mà phải được thể hiện bằng hành động cụ thể.

Với Trọng Đức, làm việc hết mình nghĩa là hoàn thành công việc bằng thái độ nghiêm túc với nghề, với đồng nghiệp, với khách hàng và với chính uy tín của VFC.

Hành trình hơn một thập kỷ hiến máu và sẻ chia

Điều đáng quý là bên cạnh nhịp làm việc bận rộn ấy, Trọng Đức vẫn luôn dành một phần thời gian, tâm sức cho các hoạt động cộng đồng tại địa phương. Từ năm 2013, khi còn là sinh viên, Đức bắt đầu tham gia hiến máu tình nguyện và duy trì đều đặn suốt hơn một thập kỷ.

Đến nay, Trọng Đức đã có 25 lần hiến máu, duy trì đều đặn mỗi năm từ 2 đến 4 lần. Với Trọng Đức, đó không chỉ là một nghĩa cử thiện nguyện mà còn là cách "cho đi để sự sống ở lại".

Mỗi lần hiến máu là một lần Đức cảm thấy biết ơn vì bản thân vẫn đủ sức khỏe để tiếp tục làm điều có ích. Đó cũng là biểu hiện rất rõ của một trái tim tử tế: biết nghĩ đến nỗi đau của người khác, biết trân trọng sự sống và sẵn sàng sẻ chia trong khả năng của mình.



Ngô Trọng Đức đã có 25 lần tham gia hiến máu tình nguyện

Đảng viên trẻ năng động, trách nhiệm với địa phương

Không chỉ bền bỉ với hoạt động hiến máu, Trọng Đức còn tích cực tham gia nhiều chương trình thiện nguyện và phong trào thanh niên. Từ hỗ trợ trẻ em vùng cao, phát cơm tại bệnh viện, bảo vệ môi trường đến tham gia phòng, chống dịch Covid-19 hay hỗ trợ người dân thực hiện thủ tục hành chính trong chuyển đổi số, ở đâu cần sức trẻ và tinh thần xung kích, ở đó có sự góp mặt của Đức.

Với vai trò Bí thư Chi đoàn Tổ dân phố Hàng Bồ 4, Trọng Đức luôn tiên phong kết nối, lan tỏa tinh thần cống hiến đến đoàn viên thanh niên. Sự nỗ lực ấy đã được ghi nhận khi anh được kết nạp vào Đảng năm 2023. Với Trọng Đức, trở thành Đảng viên trẻ là niềm vinh dự lớn, đồng thời cũng là lời nhắc nhở về trách nhiệm sống gương mẫu, tiên phong và cống hiến nhiều hơn cho tập thể, cho cộng đồng.

Đầu năm 2025, Trọng Đức tiếp tục được tin nhiệm bầu làm Chi ủy viên Chi bộ Tổ dân phố Hàng Bồ 4. Khi mô hình chính quyền địa phương hai cấp đi vào vận hành, Trọng Đức cùng lực lượng đoàn viên thanh niên tham gia hỗ trợ người dân tại Điểm phục vụ Hành chính công phường Hoàn Kiếm. Những việc như hướng dẫn sử dụng dịch vụ công trực tuyến, hỗ trợ điền hồ sơ, biểu mẫu, phân luồng công dân, giải đáp thắc mắc về thủ tục hành chính... tuy thầm lặng nhưng rất thiết thực, giúp người dân tiếp cận thuận lợi hơn với chuyển đổi số và nền hành chính hiện đại.

Niềm tự hào của VFC và nguồn cảm hứng cho người trẻ

Những nỗ lực của Trọng Đức đã được ghi nhận khi Đức vinh dự nhận danh hiệu "Người tốt, việc tốt" cấp Thành phố Hà Nội năm 2025 và là một trong những gương mặt ưu tú tham dự Đại hội Thi đua yêu nước Thành phố Hà Nội giai đoạn 2025 - 2030. Đây là niềm vui không chỉ của cá nhân Trọng Đức mà còn là niềm tự hào của tập thể VFC - nơi có rất nhiều người trẻ đang âm thầm làm việc, âm thầm cống hiến và lan tỏa những điều tốt đẹp.

Trọng Đức từng tâm đắc với câu nói: "Đừng để ai lấy đi sự lương thiện trong trái tim bạn, thị phi thời nào cũng có, khổ đau thì ai cũng phải gặp, nhưng lương thiện thì không phải ai cũng có thể giữ gìn." Có lẽ chính suy nghĩ ấy đã giúp Đức giữ được ngọn lửa nhiệt huyết trong suốt nhiều năm qua: làm việc bằng trách nhiệm, sống bằng sự chân thành và cho đi bằng một trái tim rộng mở.

Với hơn 1400 cán bộ nhân viên VFC, câu chuyện về Trọng Đức là một nguồn cảm hứng đẹp. Mỗi chúng ta, dù ở bất kỳ vị trí nào, đều có thể trở thành một gương sáng theo cách riêng: tận tâm hơn trong công việc, tử tế hơn trong ứng xử, trách nhiệm hơn với cộng đồng và chủ động hơn trong việc tạo ra giá trị.

Hãy cùng VFC lan tỏa những câu chuyện đẹp quanh mình. Bởi mỗi cán bộ, nhân viên đều có thể trở thành một gương sáng, khi chúng ta làm việc hết mình, sống tử tế và cùng nhau mang lại những giá trị đích thực cho cộng đồng, xã hội.

BAN BIÊN TẬP

Bộ phận Marketing thương hiệu

SUY NGHĨ VỀ CANH TÁC LÚA SINH THÁI VFC 2026



**Khi cánh đồng trở thành lễ sống
Lúa sinh thái Tràm Chim - Tam Nông
và hành trình VFC tạo giá trị đích thực
cho nông nghiệp Việt Nam**

Có những buổi sáng đứng trên bờ kênh Tam Nông, nhìn ra cánh đồng 66 héc-ta mà chúng tôi đang cùng bà con chuyển đổi canh tác, tôi không nghĩ đến doanh thu hay thị phần. Tôi nghĩ đến một câu hỏi đơn giản hơn và khó hơn nhiều: *Chúng tôi đang tạo ra điều gì thật sự có giá trị ở đây?*

BỐI CẢNH & CÂU HỎI:

Một vùng đất đặc biệt, một lựa chọn không thể lảng tránh

Khu Bảo tồn Thiên nhiên Đất ngập nước Tràm Chim tại Tam Nông, Đồng Tháp là một trong những vùng đất ngập nước nhiệt đới cuối cùng còn tương đối nguyên vẹn ở Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) - nơi trú ngụ của Sếu đầu đỏ (*Grus antigone*), loài chim biểu tượng của sự cân bằng sinh thái vùng Đông Nam Á. Sếu đầu đỏ không chỉ là loài quý hiếm, chúng là chỉ số sống còn của cả một hệ sinh thái.

VFC tham gia **Đề án Lúa Sinh thái Sếu đầu đỏ** do tỉnh Đồng Tháp chủ trì với vai trò là đơn vị hỗ trợ kỹ thuật nông nghiệp trong vùng đệm bảo tồn, đây không phải một quyết định CSR bề mặt. Đây là một lựa chọn chiến lược về việc VFC muốn đứng ở đâu trong 10 năm tới - và câu trả lời đó buộc chúng tôi phải tự hỏi: *Thể nào là giá trị đích thực?*

“Doanh nghiệp nào cũng nói về giá trị. Nhưng giá trị đích thực chỉ xuất hiện khi bạn sẵn sàng làm điều đúng ngay cả khi nó chưa có trong báo cáo tài chính quý này.”

MÔ HÌNH CANH TÁC: Canh tác sinh thái không phải là lùi bước - đó là bước tiến về phía trước

Mô hình lúa sinh thái tại Tràm Chim đặt ra những nguyên tắc canh tác hoàn toàn khác với thói quen của nhiều nông dân ĐBSCL trong 30 năm qua: Giảm mạnh thuốc hóa học, không dùng thuốc diệt cỏ độc hại, quản lý nước theo chu kỳ tự nhiên để Sếu và các loài thủy sinh có không gian kiếm ăn, áp dụng IPM (Quản lý Dịch hại Tổng hợp) thực chất - không phải hình thức.

Nhiều người hỏi: Giảm thuốc BVTV thì VFC kinh doanh gì? Câu hỏi đó chính xác. Và tôi trân trọng nó vì nó buộc chúng tôi phải tư duy lại mô hình. VFC không kinh doanh thuốc BVTV - VFC kinh doanh giải pháp bảo vệ mùa màng và sức khỏe hệ sinh thái nông nghiệp. Hai định nghĩa này dẫn đến hai chiến lược hoàn toàn khác nhau.

Canh tác sinh thái là bài toán kỹ thuật cao - cần hiểu sâu về dịch tễ học cây trồng, thiên địch tự nhiên, quản lý vi khí hậu đồng ruộng. Đây là nơi VFC có thể đóng góp trí tuệ thực sự, không chỉ cung cấp đầu vào.

GIÁ TRỊ VFC NHẬN LẠI: Bốn lớp giá trị từ cánh đồng đến thương hiệu

Kiến thức nông học thực chiến

66 héc-ta thí điểm là phòng thí nghiệm thực địa lớn nhất VFC từng có. Dữ liệu về hiệu quả IPM, thiên địch, chu kỳ dịch hại trong điều kiện sinh thái thực sẽ là nền tảng cho chương trình kỹ thuật toàn quốc.

Mạng lưới nông dân tin tưởng

Nông dân tham gia dự án này không là khách hàng - họ là đối tác. Đây là nền móng cho Farm Club mở rộng tại Đồng Tháp và toàn ĐBSCL với chất lượng quan hệ khác hẳn mô hình phân phối thông thường.

Định vị thương hiệu dài hạn

Trong thị trường BVTV đang bị coi là “gây hại”, VFC gắn tên mình với bảo tồn Sếu đầu đỏ và lúa sinh thái chứng nhận. Đây là tài sản thương hiệu không thể mua bằng ngân sách Marketing thông thường.

Lợi thế ESG & vốn xanh

Tham gia Đề án cấp tỉnh về bảo tồn sinh thái đặt VFC vào đúng vị trí để tiếp cận vốn ESG, tín dụng xanh và các đối tác quốc tế - những kênh mà doanh nghiệp thuần thương mại rất khó chạm tới.

HÀNH TRÌNH THAY ĐỔI: Thay đổi thói quen canh tác - bài toán khó nhất không phải kỹ thuật

Trong suốt quá trình tiếp cận bà con nông dân ở Tam Nông, điều tôi học được quan trọng nhất không phải về cây lúa - mà về con người. Nông dân ĐBSCL không thiếu tri thức hay sự cần cù. Họ thiếu an toàn kinh tế đủ để dám thử nghiệm điều mới.

Khi một hộ nông dân có 1-2 héc-ta đất, vụ lúa thất bại có nghĩa là không có tiền cho con cái đi học. Trong bối cảnh đó, “Canh tác sinh thái” nghe như một xa xỉ phẩm. Nhiệm vụ của chúng tôi là biến nó thành lựa chọn an toàn hơn - bằng kỹ thuật, bằng thị trường đầu ra, bằng cam kết đồng hành.

• **Giai đoạn 1 - Thuyết phục:** Không phải bằng hội thảo - bằng cách để nông dân tham gia thiết kế. Họ biết đồng ruộng hơn bất kỳ kỹ sư nào. Vai trò của VFC là đưa khoa học vào để hỗ trợ, không thay thế kinh nghiệm bản địa.

• **Giai đoạn 2 - Thực hành có giám sát:** 66 héc-ta thí điểm với cán bộ kỹ thuật VFC và chuyên gia sinh thái đồng hành suốt mùa vụ. Ghi chép dữ liệu thực địa làm nền tảng nhân rộng, không dựa vào lý thuyết phòng thí nghiệm.

• **Giai đoạn 3 - Liên kết thị trường:** Lúa sinh thái phải có giá tốt hơn lúa thường - đây là điều kiện tiên quyết để mô hình bền vững. VFC phối hợp với các đơn vị trong Đề án của tỉnh để kết nối chuỗi từ giống, canh tác, đến chế biến và thị trường xuất khẩu cao cấp.

• **Giai đoạn 4 - Nhân rộng từ niềm tin:** Khi 10 nông dân thành công, 100 người hàng xóm sẽ hỏi cách làm. Đây là cách thay đổi thực sự diễn ra - không phải từ chính sách xuống, mà từ thực tế lên.



TRIẾT LÝ SÂU HƠN: Giá trị đích thực và nghị lực của người làm thuốc BVTV

Tôi thường được hỏi: *Một công ty bán thuốc bảo vệ thực vật thì làm sao nói về nông nghiệp sinh thái mà không mâu thuẫn?*

Câu hỏi này không phải khiêu khích - đó là câu hỏi tôi tự đặt cho mình mỗi ngày.

Câu trả lời của tôi là: Không có mâu thuẫn nếu chúng ta xác định đúng mục tiêu. VFC không tồn tại để bán nhiều thuốc nhất. VFC tồn tại để nông dân Việt Nam canh tác hiệu quả, bền vững và có lợi nhuận.

- Đôi khi điều đó có nghĩa là dùng ít thuốc hơn nhưng đúng thuốc, đúng lúc.
- Đôi khi là không dùng gì cả mà dùng thiên địch.
- Đôi khi là chuyển hoàn toàn sang sinh học.

“Người thầy thuốc giỏi không phải người kê nhiều đơn nhất - mà là người giúp bệnh nhân không cần thuốc nữa. Chúng tôi muốn là người thầy thuốc như vậy cho nông nghiệp Việt Nam.”

Đề án Tràm Chim là nơi VFC thực hành triết lý này ở quy mô thực, với áp lực thực, trước mắt cộng đồng thực. Đây không phải chiến dịch truyền thông - đây là cam kết mà chúng tôi phải chứng minh bằng kết quả mùa vụ, bằng đàn Sếu trở về, bằng thu nhập của bà con tăng lên.

NHÌN VỀ PHÍA TRƯỚC: Từ 66 héc-ta đến một mô hình cho ĐBSCL

ĐBSCL đang đứng trước một cuộc chuyển đổi lịch sử: biến đổi khí hậu, xâm nhập mặn, sụt lún đất, thế hệ trẻ bỏ ruộng ra thành phố. Những gì chúng tôi làm ở Tràm Chim không giải quyết được tất cả những điều đó. Nhưng nó chứng minh một điều: có thể tạo ra giá trị kinh tế thực sự trong khi bảo tồn hệ sinh thái, không phải thay vì bảo tồn.

Mục tiêu của tôi không phải là 66 héc-ta mà là một mô hình đủ thuyết phục để tỉnh Đồng Tháp, các địa phương lân cận và cả ngành nông nghiệp có thể tham chiếu. Một mô hình được tài trợ bởi kết quả thực, không phải lý tưởng suông. VFC tham gia Đề án với tư cách người đồng hành kỹ thuật. Và chúng tôi muốn chứng minh rằng doanh nghiệp tư nhân có thể là đối tác thực chất của chính quyền địa phương trong bài toán phát triển bền vững, không chỉ là nhà tài trợ mang bằng hiệu. Và khi đàn Sếu đầu đỏ trở lại Tràm Chim nhiều hơn, đó sẽ là KPI ý nghĩa nhất trong tất cả các KPI mà VFC từng đặt ra.

Sếu đầu đỏ - Tràm Chim - Tam Nông - Đồng Tháp Giá trị đích thực là điều còn lại khi con số đã qua đi



VFC - 50 năm đồng hành cùng nông nghiệp Việt Nam.
Hành trình tiếp tục với từng mùa vụ, từng cánh đồng,
từng nông dân chọn tin vào tương lai.

TRẦN VĂN DŨNG
Tổng Giám Đốc VFC



Nguồn ảnh trong bài: Internet

NGƯỜI BÁN THUỐC ĐI KHUYÊN NÔNG DÂN GIẢM DÙNG THUỐC



Thăm đồng cùng chú Hai - Võ Văn Thổ tại Cờ Đỏ, Cần Thơ

Có một câu hỏi khiến tôi suy nghĩ rất lâu. Đó là câu hỏi của chú Hai - một lão nông tri điền tại Cờ Đỏ, Cần Thơ trong chuyến đi làm chương trình đầu năm nay. Sau khi quay xong một video tư vấn kỹ thuật sử dụng thuốc bảo vệ thực vật trên ruộng lúa, chú nhìn tôi rồi hỏi:

“Con làm MC của Đài hay nhân viên công ty?”

Tôi đáp hóm hỉnh như phong cách của bà con miền Tây:

“Dạ kỹ sư chính hiệu của công ty đó chú!”

Chú cười rồi hỏi tiếp:

“Vậy sao nhân viên công ty mà tư vấn chú giảm thuốc?”

Mọi người cùng cười. Câu chuyện sau đó tiếp tục với những nội dung khác. Nhưng trên suốt quãng đường trở về, câu hỏi ấy vẫn quanh quẩn trong đầu tôi...

Đúng vậy. VFC là doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực bảo vệ thực vật nhiều thập kỷ. Vậy tại sao những năm gần đây, chúng tôi lại nói nhiều hơn về IPM, về nông nghiệp sinh học, về giảm phát thải, về canh tác bền vững hay giảm số lần phun thuốc?

Nếu nhìn từ bên ngoài, đó gần như là một nghịch lý. Nhưng chính nghịch lý đó lại giúp tôi hiểu rõ hơn tương lai của ngành nông nghiệp và vai trò thật sự của những người đang đồng hành cùng nông dân trên hành trình chuyển đổi hiện nay.

Ngày 28/03/2026, VFC chính thức ra mắt chương trình VFC Farm Club tại phim trường Báo và Phát thanh - Truyền hình Đồng Tháp. Tôi may mắn được phân công làm MC đồng thời là host trong phiên tọa đàm với chủ đề “Xu hướng canh tác nông nghiệp xanh và bền vững”. Trong buổi tọa đàm hôm đó, có một câu nói của một nhà khoa học khiến tôi nhớ mãi:

“Quan trọng nhất vẫn là tâm lý của nông dân.”

Thoạt nghe, đó là một nhận định đơn giản. Nhưng càng suy ngẫm, tôi càng thấy đó chính là điểm mấu chốt của mọi cuộc chuyển đổi trong nông nghiệp.



Tọa đàm xu hướng canh tác nông nghiệp xanh, bền vững tại buổi lễ ra mắt VFC Farm Club

Người nông dân biết chứ. Họ biết đất đang dần bạc màu hơn sau nhiều năm thâm canh. Họ biết việc lạm dụng phân bón và thuốc bảo vệ thực vật có thể ảnh hưởng đến môi trường và hệ sinh thái đồng ruộng. Họ biết các thị trường xuất khẩu ngày càng khắt khe hơn với vấn đề dư lượng, truy xuất nguồn gốc và phát thải carbon. Thậm chí, nhiều người còn trăn trở rằng ông cha đã để lại cho mình những cánh đồng màu mỡ, vậy mình sẽ để lại gì cho con cháu sau này?

Nhưng biết là một chuyện. Dám thay đổi lại là chuyện khác. Bởi phía sau mỗi quyết định thay đổi là rất nhiều nỗi lo. Bắt đầu từ đâu? Ai sẽ đồng hành? Chi phí có tăng không? Năng suất có giảm không? Làm theo rồi lờ hay lỗ? Những câu hỏi đó hoàn toàn chính đáng.

Tôi nhớ lần trò chuyện với chú Bảy Kiến ở Thanh Bình, Đồng Tháp. Chú nói với tôi:

“Chú mất ruộng mấy chục năm ở đây, các cháu biết nên các cháu tới lui tư vấn. Chú thử hỏi nông dân khác có mấy người được kỹ sư bày vẽ đàng hoàng đâu. Làm lúa trúng là mừng rồi!”

Hai chữ “mừng rồi” của chú nghe rất nhẹ nhưng lại khiến tôi suy nghĩ. Bởi đằng sau đó là áp lực cơm áo của hàng triệu nông dân Việt Nam. Nhiều năm qua, giá lúa không tăng tương ứng với tốc độ tăng của vật tư đầu vào, nhân công hay chi phí sinh hoạt. Người nông dân luôn phải tính toán từng khoản chi phí trên mỗi công đất. Vì vậy, khi nói đến chuyển đổi xanh hay nông nghiệp bền vững, điều đầu tiên họ quan tâm không phải là những khái niệm lớn lao, mà là hiệu quả kinh tế của vụ mùa trước mắt.

Trong nhiều năm, sự phát triển của nông nghiệp Việt Nam gắn liền với mục tiêu tăng năng suất. Khi sâu bệnh xuất hiện, giải pháp thường là xử lý nhanh hơn. Khi năng suất chưa đạt kỳ vọng, giải pháp thường là tăng đầu tư đầu vào. Cách tiếp cận đó đã góp phần quan trọng đưa Việt Nam trở thành một trong những quốc gia xuất khẩu nông sản hàng đầu thế giới.

Nhưng thế giới đang thay đổi. Thị trường không còn hỏi chúng ta sản xuất được bao nhiêu. Họ bắt đầu hỏi sản phẩm được làm ra như thế nào. Có đảm bảo dư lượng không? Có truy xuất được nguồn gốc không? Có phát thải thấp không? Có thân thiện với môi trường không?

Người nông dân hôm nay không chỉ cạnh tranh với người nông dân ở xã bên cạnh. Họ đang cạnh tranh với cả thế giới. Và điều đó buộc tất cả chúng ta phải thay đổi. VFC cũng không ngoại lệ.

Chúng tôi nhận ra rằng một trong những điểm nghẽn lớn nhất của quá trình chuyển đổi không nằm ở công nghệ hay sản phẩm, mà nằm ở niềm tin. Người nông dân không thể đánh đổi cả vụ mùa chỉ để thử một xu hướng mới. Họ cần được nhìn thấy kết quả thực tế. Cần được chứng minh bằng năng suất, chi phí và lợi nhuận cụ thể. Cần những người đồng hành đủ kiên nhẫn để đi cùng họ trong từng mùa vụ.

Đó cũng là lý do VFC không chỉ cung cấp giải pháp bảo vệ thực vật mà còn tham gia vào nhiều chương trình thúc đẩy nông nghiệp bền vững.

Một trong những hành trình mà chúng tôi tự hào nhất là đồng hành cùng Dự án Chuyển đổi Chuỗi giá trị Lúa gạo Ứng phó với Biến đổi Khí hậu và Phát triển Bền vững tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long (TRVC). Tại đây, VFC tham gia với vai trò đơn vị đồng thực hiện, cung ứng giải pháp kỹ thuật canh tác giảm phát thải và đồng hành cùng nông dân, hợp tác xã trong từng mùa vụ. Qua các vụ triển khai, diện tích đăng ký tham gia tăng lên nhiều lần, hàng nghìn hộ nông dân được hưởng lợi, lượng phát thải giảm rõ rệt và một phần giải thưởng được chia sẻ lại trực tiếp cho các hợp tác xã - minh chứng rằng lúa gạo chất lượng cao, phát thải thấp hoàn toàn có thể đi cùng với lợi nhuận bền vững.

VFC cùng các công ty trong hệ sinh thái của tập đoàn PAN cùng tham gia vào dự án cánh đồng lúa sinh thái gắn với bảo tồn sếu đầu đỏ ở vùng đệm Vườn Quốc gia Tràm Chim, Đồng Tháp. Ở đó, cây lúa không chỉ để thu hoạch hạt, mà còn giữ lại môi trường an toàn cho đàn sếu trở về. Nghĩ đến những cánh đồng ấy, ngay trên quê hương nơi tôi sinh ra và lớn lên, tôi hiểu rõ hơn vì sao một doanh nghiệp bảo vệ thực vật lại quan tâm đến những mô hình như vậy: khi con sếu có thể về lại, thì đất, nước và đồng ruộng nơi đó cũng đang lành lại.

Trong những mô hình mà VFC đồng hành hay góp mặt, điều chúng tôi nhìn thấy không chỉ là những con số về giảm lượng vật tư đầu vào hay giảm phát thải. Điều quan trọng hơn là sự thay đổi trong tư duy sản xuất. Người nông dân bắt đầu quan tâm nhiều hơn đến sức khỏe đất. Đến thiên địch trên đồng ruộng. Đến chất lượng nông sản. Đến giá trị lâu dài của chính mảnh ruộng mà họ đang canh tác.

Song song đó, VFC cũng từng bước phát triển hệ sinh thái giải pháp hữu cơ sinh học nhằm bổ sung thêm lựa chọn cho người nông dân. Mục tiêu không phải là loại bỏ hoàn toàn thuốc bảo vệ thực vật hóa học trong một sớm một chiều. Điều đó là không thực tế. Mục tiêu là sử dụng thuốc đúng hơn, hiệu quả hơn và an toàn hơn; đồng thời từng bước gia tăng tỷ trọng các giải pháp sinh học, hữu cơ và quản lý dịch hại tổng hợp trong sản xuất.



Sếu đầu đỏ tại Tràm Chim (*)

Bởi suy cho cùng, tương lai của nông nghiệp không nằm ở việc sử dụng nhiều vật tư hơn. Mà nằm ở việc sử dụng thông minh hơn, hiệu quả hơn và bền vững hơn.

Trong tôi vẫn luôn có câu trả lời cho câu hỏi của chú Hai ngày hôm đó:

"Vậy sao nhân viên công ty mà tư vấn chủ giảm thuốc?"

Có lẽ tôi sẽ dùng câu trả lời đơn giản nhất: Bởi mục tiêu cuối cùng của người làm nông nghiệp không phải là bán được nhiều thuốc hơn, mà là giúp người nông dân canh tác hiệu quả hơn.

Nếu một lần phun có thể giảm xuống còn nửa lần. Nếu một chai thuốc có thể được thay thế bằng một giải pháp sinh học phù hợp hơn. Nếu hệ sinh thái đồng ruộng được phục hồi tốt hơn, để một ngày đàn sếu lại về. Nếu người nông dân vẫn đạt năng suất tốt và có lợi nhuận cao hơn. Thì đó mới là thành công thực sự.

VFC vẫn là doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực bảo vệ thực vật. Nhưng hơn thế nữa, chúng tôi mong muốn trở thành người đồng hành cùng nông dân bảo vệ đất đai, bảo vệ hệ sinh thái đồng ruộng và bảo vệ tương lai của nền nông nghiệp Việt Nam. Và có lẽ, đó cũng chính là câu trả lời cho câu hỏi của chú Hai ngày hôm ấy.

NGUYỄN DUY NHẬT VƯƠNG

Bộ phận Marketing Thương hiệu

HÀNH TRÌNH CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG NGÀNH KHỬ TRÙNG VFC



Trước đây, sau khi hoàn thành công việc tại hiện trường, công việc của nhân viên kỹ thuật vẫn chưa thật sự khép lại. Nhân viên kỹ thuật phải ngồi ghi chép biên bản, hoàn thiện hồ sơ bằng tay, sắp xếp hồ sơ rồi mang về trạm. Mỗi sáng, trưởng trạm lại tranh thủ về công ty để nộp hồ sơ, sau đó đội ngũ admin lại tiếp tục thực hiện công việc kiểm tra, đối chiếu và nhập liệu thủ công lên hệ thống. Chỉ khi dữ liệu được nhập xong, các bộ phận khác mới có thể sử dụng để phát hành chứng thư, xuất hóa đơn... hay phục vụ các nhu cầu quản lý khác.

Khi khối lượng công việc ngày càng tăng, những hạn chế của cách làm truyền thống cũng dần bộc lộ. Hồ sơ về chậm khiến các bộ phận phía sau phải chờ đợi. Khi cần tra cứu thông tin của một lô hàng, một container hay một chuyến tàu đã thực hiện từ trước, mọi người phải liên hệ cho nhiều bên liên quan để tìm kiếm.

Cách lưu giữ hình ảnh hiện trường cũng có nhiều bất cập. Chủ yếu là nhân viên chụp hình lại, tự lưu trong điện thoại, hoặc gửi cho trưởng trạm lưu giữ. Do đó, không tránh khỏi các trường hợp như: hình ảnh bị thất lạc, hồ sơ phải mất nhiều thời gian mới tìm lại được. Khối lượng công việc lớn, nhiều bước trung gian, nhiều lần nhập liệu lặp lại khiến việc xử lý hồ sơ mất khá nhiều thời gian. Để cải thiện tình hình, các đơn vị đã từng bước thực hiện nhiều giải pháp khác nhau.

Ban đầu, hồ sơ được chụp hình và gửi về công ty trước khi nộp bản giấy. Trưởng trạm không còn phải về công ty mỗi ngày mà có thể gom hồ sơ 2 - 3 ngày mới nộp một lần. Điều này giúp giảm thời gian di chuyển và các bộ phận văn phòng có thể tiếp cận thông tin sớm hơn.

Tiếp đó, trưởng trạm bắt đầu nhập dữ liệu vào các file Excel và gửi về cho bộ phận admin. Nhờ vậy, admin chỉ

cần rà soát và import dữ liệu vào hệ thống thay vì phải nhập lại toàn bộ từ đầu. Một lượng lớn thời gian xử lý đã được tiết kiệm.

Tuy nhiên, tất cả những cải tiến đó mới chỉ là giải pháp tình thế. Bài toán cốt lõi vẫn còn nguyên: dữ liệu chưa được quản lý tập trung và vẫn phụ thuộc nhiều vào thao tác thủ công.

Năm 2024 đánh dấu một bước ngoặt quan trọng khi **Ban lãnh đạo Bộ phận Khử trùng chi nhánh TP.HCM quyết định phát triển phần mềm FuApp.**

Ở giai đoạn đầu, FuApp được xây dựng nhằm hỗ trợ trưởng trạm giao việc và theo dõi tiến độ thực hiện. Nhân viên có thể cập nhật thông tin công việc, tải hình ảnh hiện trường trực tiếp lên ứng dụng. Trưởng trạm xuất dữ liệu, kiểm tra và gửi về bộ phận admin để xử lý tiếp.

Song song đó, hệ thống biên bản điện tử cũng được xây dựng và đưa vào sử dụng. Nhân viên không còn phải viết nhiều loại hồ sơ bằng tay như trước. Trưởng trạm cũng giảm đáng kể thời gian tổng hợp giấy tờ.

Quan trọng hơn, tất cả dữ liệu về lô hàng, container, tàu, khách hàng và hình ảnh thực hiện đều được lưu trữ

tập trung trên cùng một nền tảng. Khi cần truy xuất thông tin, người dùng chỉ cần vài thao tác thay vì phải gọi điện hoặc tìm kiếm trong các tập hồ sơ giấy. Các cấp quản lý cũng có thể theo dõi tiến độ công việc theo thời gian thực, nắm được tình hình hoạt động tại hiện trường mà không cần chờ báo cáo cuối ngày.

Sau những kết quả tích cực tại TP.HCM, **năm 2025 hệ thống FuApp được triển khai rộng rãi** đến các chi nhánh khác trong toàn hệ thống VFC. Bên cạnh đó, một sáng kiến rất thiết thực khác cũng được triển khai nhằm nâng cao tính minh bạch của dịch vụ. Xuất phát từ thực tế chứng thư khử trùng có nguy cơ bị làm giả hoặc chỉnh sửa, tháng 8 năm 2025, bộ phận Khử trùng TP.HCM đã đề xuất tích hợp mã QR trên từng chứng thư. Chỉ bằng một thao tác quét mã, khách hàng có thể kiểm tra tính xác thực của chứng thư ngay trên hệ thống của VFC. Giải pháp đơn giản nhưng hiệu quả này đã góp phần nâng cao tính bảo mật, tăng độ tin cậy của chứng từ và bảo vệ uy tín thương hiệu VFC trên thị trường.

Tuy nhiên, đây vẫn chưa phải là điểm đến cuối cùng của hành trình chuyển đổi số. Mặc dù dữ liệu đã được cập nhật trên ứng dụng, trưởng trạm vẫn phải xuất file và



gửi cho admin để nhập ngược trở lại hệ thống quản lý. Nói vui theo cách của nhiều anh em là hệ thống lúc đó vẫn còn *"chạy nửa bằng công nghệ, nửa bằng cơm"*. Nhận thấy tiềm năng rất lớn của nền tảng này, đầu năm 2026, Phó Tổng Giám đốc thường trực - Ông Đào Xuân Trọng đã chỉ đạo nâng cấp toàn diện hệ thống và đổi tên thành FumiApp. Tháng 4 năm 2026, dự án đồng bộ dữ liệu trực tiếp từ FumiApp vào hệ thống quản lý chính thức được triển khai cho 5 chi nhánh trong ngành Khử trùng.

Từ thời điểm đó, khi trưởng trạm hoàn tất công việc và nhấn nút "Xác nhận", dữ liệu được tự động chuyển vào hệ thống. Các bộ phận liên quan có thể sử dụng ngay lập tức mà không cần chờ đợi thêm bất kỳ bước nhập liệu nào. Đặc biệt, vật tư sử dụng tại hiện trường được tự động trừ trên hệ thống. Trưởng trạm không còn phải thực hiện quyết toán vật tư hằng ngày. Các cấp quản lý, kế toán hay giám đốc chi nhánh cũng không còn phải dành thời gian cho những thao tác duyệt quyết toán thủ công như trước.

Quá trình triển khai ban đầu không tránh khỏi những lỗi phát sinh. Nhưng nhờ sự phối hợp chặt chẽ giữa đội ngũ IT, kế toán, admin và các đơn vị vận hành tại hiện trường, hệ thống từng bước được hoàn thiện, ổn định và đáp ứng tốt yêu cầu thực tế. Đến tháng 5 năm 2026, các chi nhánh còn lại cũng được đưa vào vận hành đồng bộ. Từ đó đến nay, toàn bộ các chi nhánh của ngành Khử trùng VFC đã chính thức hoạt động trên cùng một nền tảng dữ liệu thống nhất.

Ngày nay, chỉ với một cú click chuột của trưởng trạm, thông tin đã có mặt tại tất cả các bộ phận liên quan. Chứng thư có thể được phát hành nhanh hơn, hóa đơn được xử lý sớm hơn, công nợ được theo dõi kịp thời hơn và dữ liệu quản trị được cập nhật gần như tức thời. Đặc biệt, trong khi khối lượng công việc của toàn hệ thống liên tục gia tăng, các bộ phận trung gian vẫn không cần bổ sung thêm nhân sự. Đồng thời công nghệ đã giúp tối ưu hóa nguồn lực và nâng cao năng suất làm việc một cách rõ rệt.



Nhìn lại hành trình từ những tập hồ sơ giấy được chuyển tay mỗi ngày đến hệ thống dữ liệu số hóa vận hành chỉ bằng một cú click chuột, có thể thấy chuyển đổi số không phải là câu chuyện của riêng công nghệ. Đó là câu chuyện của sự thay đổi tư duy, của tinh thần dám cải tiến và của sự đồng lòng giữa nhiều bộ phận trong toàn hệ thống.

Dù ít hay nhiều, mỗi cải tiến đều giúp công việc trở nên đơn giản hơn, nhanh hơn và chính xác hơn. Hành trình ấy chắc chắn sẽ chưa dừng lại, bởi phía trước vẫn còn rất nhiều cơ hội để chúng ta tiếp tục ứng dụng công nghệ, nâng cao hiệu quả hoạt động và xây dựng một ngành Khử trùng VFC ngày càng chuyên nghiệp, hiện đại.

HỒ DUY HÙNG

Chuyên viên Kỹ thuật Ngành Khử trùng



ỨNG DỤNG THIẾT BỊ PIN TRONG DỊCH VỤ PCO HIỆN ĐẠI BƯỚC TIẾN TỚI KIỂM SOÁT BỀN VỮNG

Trong bối cảnh thế giới đang hướng tới các tiêu chuẩn "xanh" và phát triển bền vững, ngành Kiểm soát dịch hại (PCO) tại Việt Nam cũng không nằm ngoài dòng chảy đó. Với vị thế là đơn vị tiên phong, **VFC PestMan** đã đầu tư mạnh mẽ trong việc chuyển đổi thiết bị chạy pin hiện đại nhằm thay thế dần các thiết bị động cơ xăng truyền thống. Sự thay đổi này không chỉ nâng cao hiệu quả vận hành mà còn đáp ứng các yêu cầu của khách hàng về dịch vụ kiểm soát dịch hại an toàn, xanh sạch và không gây gián đoạn trong hoạt động thường nhật.

Sự chuyển dịch từ động cơ xăng sang động cơ pin không chỉ là thay đổi công nghệ mà còn là cách tiếp cận dịch vụ hiện đại. Thiết bị pin mang lại 3 lợi ích cốt lõi:

- **Giảm phát thải và tiếng ồn, phù hợp tiêu chí xanh.**
- **Tăng tính linh động, ứng dụng cho nhiều khu vực xử lý.**
- **Nâng cao trải nghiệm khách hàng nhờ vận hành êm, không mùi nhiên liệu.**

Thật vậy, khi sử dụng dịch vụ kiểm soát dịch hại của VFC PestMan, khách hàng sẽ thấy hoạt động kiểm soát côn trùng giờ đây không còn là yếu tố "gây phiền", "ồn ào" hay ảnh hưởng đến các trải nghiệm "khách hàng của khách hàng", đặc biệt là trong các resort, khu nghỉ dưỡng thực thụ.

VFC PestMan xác định bước đi chiến lược này cũng chính là chìa khóa cho hiệu suất và sự chuyên nghiệp. Không dây điện vướng víu, không cần nguồn điện trực tiếp và khả năng linh hoạt, hệ thống thiết bị phun pin của VFC PestMan tập trung vào bộ ba "vũ khí":



AiroStar V – Đỉnh cao phun mù lạnh ULV

Thiết bị phun ULV (Ultra Low Volume) chạy pin **AiroStar** là giải pháp hoàn hảo cho cả không gian trong nhà và ngoài trời.

- **Công nghệ hiện đại:** Máy tạo ra các hạt phun mịn ổn định (kích cỡ ~ 20 micron), giúp hóa chất len lỏi sâu vào các ngóc ngách.
- **Sự tiện dụng:** Với trọng lượng siêu nhẹ (chỉ khoảng 3.7kg bao gồm pin) và thiết kế đeo vai có đệm, kỹ thuật viên có thể vận hành liên tục hàng giờ mà không gây mệt mỏi.
- **Tiêu chuẩn xanh:** Không khí thải, tiếng ồn cực thấp, hoàn toàn phù hợp cho các khu vực nhạy cảm như văn phòng, khách sạn và bệnh viện.



Vortex – Máy phun sương cao áp

Với khẩu hiệu "Nói không với xăng dầu", **Vortex** là minh chứng cho sức mạnh của thiết bị pin 40V có thể thay thế hoàn toàn máy cao áp chạy xăng. Hiệu năng mạnh mẽ: Khoảng cách thổi xa lên đến 9 mét, đáp ứng tốt các khu vực diện tích rộng lớn, cảnh quan sân vườn.

- **Vận hành êm ái:** Độ ồn thấp, giảm thiểu tối đa "ô nhiễm tiếng ồn" cho khách hàng so với các dòng máy nổ xăng truyền thống.
- **Bền vững:** Loại bỏ hoàn toàn chi phí nhiên liệu, mùi xăng dầu khó chịu và giảm thiểu tối đa việc bảo trì máy móc định kỳ.



Zephyr – Sự linh hoạt tối đa

Zephyr là dòng máy phun đeo vai kết hợp giữa khả năng phun tồn lưu và sự tiện lợi của pin.

- **Tương thích đa năng:** Với bộ chuyển đổi pin QuickSwap™, cho phép tích hợp hầu hết các loại pin sạc phổ biến trên thị trường, đảm bảo quá trình phun không bị gián đoạn.
- **Độ chính xác cao:** Zephyr tối ưu cho phun tiếp xúc, xử lý điểm và những vị trí cần kiểm soát liều lượng chính xác. Từ đó duy trì hiệu lực của thuốc diệt côn trùng một cách hiệu quả và giảm rủi ro tiếp xúc không mong muốn.

Ứng dụng thiết bị pin không chỉ là một sự thay đổi về công cụ, đó là một chiến lược phát triển bền vững của VFC PestMan. Sự thay đổi này không chỉ nâng cao hiệu quả vận hành mà còn khẳng định cam kết của chúng tôi về một môi trường sống không ô nhiễm.

Chúng tôi tin rằng, dịch vụ PCO hiện đại phải đi đôi với trách nhiệm môi trường và hiệu quả kinh tế cho khách hàng. Với AiroStar, Vortex và Zephyr, VFC PestMan mang đến dịch vụ PCO hiện đại: phun chính xác, kiểm soát hiệu quả, vận hành êm ái và thân thiện môi trường. Khách hàng sẽ cảm nhận sự khác biệt ngay từ lần đầu tiên trải nghiệm dịch vụ kiểm soát dịch hại "vô hình" - không mùi xăng dầu, không tiếng ồn động cơ và thời gian thi công nhanh hơn. Hãy cùng VFC PestMan xây dựng một không gian sống an toàn, sạch sẽ và thân thiện với môi trường bằng những công nghệ tiên tiến nhất hiện nay!

LÊ TUẤN TRUNG

Chuyên viên kỹ thuật Ngành PCO

KỶ SỰ VFC PESTMAN NHA TRANG

HÀNH TRÌNH “SĂN MUỖI”

VÀ BÀI HỌC VỀ SỰ THẤU HIỂU

Có những ngành nghề, sự thành công không được đo bằng những tấm huy chương lấp lánh, mà được định hình bằng sự bình yên của khách hàng và những giọt mồ hôi thấm rơi sau khung cảnh hoa lệ. Tôi là Phạm Minh Tuấn, Trưởng bộ phận Kỹ thuật tại VFC PestMan Nha Trang. Mười năm gắn bó với đại gia đình VFC PestMan là mười năm tôi đi qua đủ mọi cung bậc cảm xúc, từ những ngày đầu bỡ ngỡ cho đến khi cùng anh em “chinh chiến” qua hàng trăm dự án lớn nhỏ. Nhưng có lẽ, kỷ niệm vào những tháng đầu năm 2026 tại một khu nghỉ dưỡng cao cấp ở Bãi Dài - Cam Lâm sẽ mãi là một dấu ấn sâu đậm nhất trong cuộc đời làm nghề của tôi. Một câu chuyện không chỉ về chuyên môn kỹ thuật, mà còn là bài học thấu xương về lòng kiên trì và sức mạnh của sự thấu hiểu từ hai phía.



Kỳ quan đang chờ và "thử thách" từ tự nhiên

Đầu năm 2026, VFC PestMan Nha Trang chính thức ký kết hợp đồng kiểm soát côn trùng với một khu nghỉ dưỡng (resort) 5 sao tại khu vực Bãi Dài - Cam Lâm. Đây là một công trình mang vẻ đẹp hoang sơ nhưng đầy thách thức: Resort đã được xây dựng từ hơn 10 năm trước, diện tích vô cùng rộng lớn nhưng hiện tại mới chỉ hoàn thiện và đưa vào khai thác một nửa. Nửa còn lại vẫn là một công trường ngổn ngang với những hầm chứa, hố móng và các hạng mục đang thi công dang dở. Bao bọc xung quanh là hệ thống cây cối, cảnh quan rậm rạp lâu năm chưa được cắt tỉa triệt để. Khu nghỉ dưỡng vừa phải đón những đoàn khách sang trọng ở khu vực đã hoàn thành, vừa phải tiếp tục gồng mình thi công hoàn thiện phần còn lại.

Ngay trong những ngày đầu tiên tiếp quản địa bàn, đội ngũ Kỹ thuật viên PestMan của chúng tôi đã đối mặt với một thực tế khắc nghiệt: Mật độ muỗi tại đây dày đặc ở mức báo động. Đối với một khu nghỉ dưỡng cao cấp, nơi khách hàng bỏ ra hàng nghìn USD để tận hưởng sự thư thái, thì sự xuất hiện của dù chỉ một con muỗi cũng là một “điểm trừ chí mạng” cho chất lượng dịch vụ. Trách nhiệm đè nặng lên vai tôi và các anh em Kỹ thuật viên PestMan của VFC Nha Trang. Chúng tôi biết, đây không đơn thuần là một hợp đồng kinh tế, mà là một trận chiến khăng khít định uy tín và năng lực chuyên môn.

Những bước chân thăm lạng trong lòng đất và trên mái cao

Hiểu rõ nguyên lý “không có lăng quăng thì không có muỗi”, ngay từ giai đoạn đầu, tôi đã thúc đẩy anh em Kỹ thuật viên PestMan triển khai tổng lực các biện pháp xử lý cơ học và sinh học. Chúng tôi không chọn cách lạm dụng hóa chất phun tràn lan bữa bãi, vì điều đó vừa không tốt cho môi trường, vừa không giải quyết được tận gốc rễ vấn đề. Mục tiêu của VFC PestMan là phải tìm và định vị bằng được tất cả các khu vực chứa “NƯỚC ĐỘNG” - “thánh địa” sinh sản của muỗi.

Hành trình ấy gian nan và nguy hiểm hơn bất kỳ bài toán lý thuyết nào trên giấy. Hằng ngày, các chiến binh VFC PestMan phải chui xuống từng khu vực hầm tối tăm, ẩm thấp bên dưới công trường. Những chiếc nắp cống bằng thép nặng hàng chục cân, hoen gỉ theo thời gian, được anh em dùng hết sức bình sinh gồng mình mở ra để kiểm tra nguồn nước bên dưới. Có những hôm, chúng tôi phải leo lên tận những tầng cao chót vót trên mái sân thượng, đi bộ chênh vênh trên những bờ tường chưa hoàn thiện để tìm kiếm các vùng nước đọng do mưa dông để lại.

Chúng tôi lật úp từng chiếc xô, dọn dẹp từng mảnh vỡ tích nước, xử lý làm sạch nguồn nước tù, thả cá vào các hồ chứa chưa hoàn thiện để diệt lăng quăng,... Mồ hôi ướt đầm đổ bảo hộ hòa cùng bụi bẩn của công trường và cái nắng rất đạ của vùng biển miền Trung. Gian khổ là vậy, hiểm nguy rình rập nhưng ánh mắt của anh em ai nấy đều hừng hực quyết tâm. Chúng tôi tin rằng, bằng sự tỉ mỉ và chuyên nghiệp, muỗi sẽ phải lùi bước.

Khi nỗ lực chưa đi kèm sự đồng điệu

Thế nhưng, thực tế đã giáng cho chúng tôi một gáo nước lạnh. Dù toàn đội đã nỗ lực đến hơn 200% sức lực, phun hóa chất đúng trọng tâm, đúng vị trí, đúng thời điểm và kết hợp xử lý lăng quăng liên tục, hiệu quả công việc trong giai đoạn đầu vẫn không đạt được như kỳ vọng. Muỗi vẫn xuất hiện. Dù mật độ đã giảm đi rất nhiều so với thời điểm mới tiếp quản, nhưng những lời phàn nàn, khiếu nại từ khách lưu trú vẫn đều đặn chuyển về Ban quản lý resort và tạo áp lực khủng khiếp lên VFC PestMan.

Tôi nhớ như in những đêm thức tận khuya nhìn vào từng Email phản hồi của khách hàng, rà soát các bảng kế hoạch tăng cường đã triển khai, các hình ảnh báo cáo, lòng trĩu nặng. Anh em Kỹ thuật viên VFC PestMan đi làm về, ai nấy mệt mỏi, đôi mắt thâm quầng, lòng đượm buồn vì nỗ lực chưa được đền đáp. Tôi tự hỏi: “*Chúng ta đã làm sai ở đâu? Quy trình kỹ thuật hoàn toàn chuẩn chỉnh, anh em không quản ngại gian khổ, tại sao muỗi vẫn phát sinh?*”.



Sau nhiều ngày trực tiếp bám sát hiện trường, tôi đã tìm ra câu trả lời. Hóa ra, lỗi không nằm ở năng lực của VFC PestMan, mà nằm ở một "khoảng trống" trong sự phối hợp. Resort quá rộng, công trường thì công có quá nhiều nguồn phát sinh muỗi tiềm ẩn nằm ngoài tầm kiểm soát và sơ đồ thông thường của chúng tôi. Hệ thống cống rãnh bị tắc nghẽn không lưu thông, cây cối quá rậm rạp che khuất ánh sáng, tạo môi trường lý tưởng cho muỗi trú ẩn. Đặc biệt, sự thiếu hiểu và cảm thông giữa Ban quản lý resort và VFC PestMan ở giai đoạn này chưa thực sự sâu sắc. Họ nhìn chúng tôi như một đơn vị cung cấp dịch vụ đơn thuần - "tôi trả tiền, anh phải diệt sạch muỗi", mà quên mất rằng việc kiểm soát dịch hại ở một mặt bằng phức tạp như thế này cần một sự hợp lực phối hợp toàn diện.

Nút thắt được gỡ bỏ bằng sự đối thoại và đồng hành

Trước nguy cơ khủng hoảng, tôi biết mình không thể im lặng hay đổ lỗi. Tôi chủ động đề xuất một cuộc họp khẩn cấp giữa VFC PestMan Nha Trang và Ban quản lý khu nghỉ dưỡng. Đó không phải là một buổi họp để phân bua ai đúng ai sai, mà là không gian để chúng tôi ngồi lại, trải lòng và cùng nhau nhìn thẳng vào sự thật.



Tại buổi họp, tôi đã chia sẻ chi tiết về những khó khăn, tồn đọng tại thực địa. Tôi chỉ ra những góc tối của công trường, nơi có quá nhiều nguồn phát sinh muỗi, ngoại cảnh nằm ngoài tầm xử lý kỹ thuật đơn thuần, chỉ ra những khu vực cây cối quá rậm rạp cần được cắt tỉa, và cả những điểm nghẽn trong việc trao đổi thông tin giữa hai bên. Sự chân thành và thấu đáo của VFC PestMan đã chạm được đến Ban quản lý khu nghỉ dưỡng. Họ nhận ra rằng, công tác kiểm soát muỗi tại một resort có địa hình đặc thù như thế này không bao giờ là việc của riêng VFC PestMan. Nó đòi hỏi một sự đồng hành, chia sẻ và phối hợp sâu, chặt chẽ, gắn kết hơn nữa từ cả hai phía.

Ngay sau buổi làm việc đầy thiện cảm và trách nhiệm đầy, một làn gió mới đã thổi vào dự án. Ban quản lý resort đã hành động cực kỳ quyết liệt. Họ cho khơi thông lại toàn bộ hệ thống cống rãnh, tạo dòng chảy liên tục để loại bỏ nước đọng; cho bơm hút làm khô các hồ nước tù đọng lâu ngày tại công trường; đồng thời thả cá cảnh, cá có nhiệm vụ ăn diệt lăng quăng tại các hồ nước cảnh quan. Tuyệt vời hơn, bộ phận kỹ thuật của resort đã chủ động chia sẻ, cung cấp cho VFC PestMan toàn bộ sơ đồ, thông tin kết cấu của công trình. Nhờ những dữ liệu quý giá này, chúng tôi đã định vị được chính xác các khu hầm ẩn sâu dưới lớp đất hoặc nằm sâu bên trong công trình - những "tử địa" mà trước đây chúng tôi không thể tiếp cận. Từ đó, tạo điều kiện thuận lợi tối đa để VFC PestMan xử lý diệt triệt để lăng quăng và loại bỏ nguồn phát sinh muỗi từ trong trứng nước.

Trái ngọt từ sự đồng lòng

Sự chuyển biến diễn ra như một phép màu, nhưng đó là một phép màu được tạo nên từ khoa học, mồ hôi và sự đồng lòng. Chỉ một thời gian ngắn sau khi có sự phối hợp tổng lực từ hai phía, vấn đề muỗi tại khu nghỉ dưỡng đã hoàn toàn được kiểm soát. Những tiếng vo ve khó chịu biến mất, thay vào đó là không gian yên bình, trong lành vốn có của một resort đẳng cấp.

Không còn những lời phàn nàn từ khách hàng, thay vào đó là những nụ cười hài lòng và những đánh giá 5 sao trên các trang dịch vụ. Đứng trên đỉnh mái tòa nhà cao nhất resort, nhìn ánh hoàng hôn buông xuống trên bờ biển Bãi Dài, nghe tiếng sóng vỗ rì rào mà không còn nỗi lo về muỗi, tôi thấy sống mũi mình cay cay. VFC PestMan Nha Trang đã nhận được sự ghi nhận, đánh giá rất cao từ phía Ban quản lý khu nghỉ dưỡng. Đó là phần thưởng lớn nhất, ngọt ngào nhất cho những ngày tháng đã trải qua của chúng tôi.

Lời kết: Giá trị của sự thấu hiểu

Mười năm làm nghề, đi qua câu chuyện của những tháng đầu năm 2026, tôi càng thấm thía một bài học sâu sắc: Khách hàng bỏ tiền thuê VFC PestMan vào làm dịch vụ, đó là sự hợp tác dựa trên giá trị kinh tế. Nhưng để chất lượng dịch vụ đạt được mức độ hoàn hảo nhất, để vượt qua được những giới hạn và thách thức khắc nghiệt của thực tế, thì chỉ một mình VFC PestMan là chưa đủ. Chúng tôi cần lắm sự "thông cảm", "sẻ chia" và "thấu hiểu", "phối hợp" từ hai phía.

Nghề PCO của chúng tôi là vậy, luôn lặng lẽ đứng sau để bảo vệ sức khỏe và không gian sống cho cộng đồng. Câu chuyện tại resort cao cấp này sẽ mãi là ngọn lửa sưởi ấm lòng tin của tôi và các anh em Kỹ thuật PetsMan: Chỉ cần chúng ta làm việc bằng cái tâm chân thành, bằng sự chuyên nghiệp, tận tụy và biết cách khơi dậy sự đồng lòng từ khách hàng, không có pháo đài dịch hại nào là không thể triệt hạ, không có thử thách nào có thể cản bước chân VFC.

PHẠM MINH TUẤN

Trưởng Bộ phận Kỹ thuật VFC PestMan Nha Trang



Chia sẻ kiến thức, ứng dụng công nghệ/ tiến bộ kỹ thuật

MỘT NGÀY LÀM VIỆC CÓ AI ĐI CÙNG

*Khi văn phòng có thêm một "đồng nghiệp"
không bao giờ than mệt*



Hãy thử tưởng tượng một buổi sáng đi làm rất quen thuộc.

8 giờ sáng. Ly cà phê trên bàn còn chưa kịp nguội, hộp thư đã hiện hàng tá email chưa đọc. Group chat công việc nháy số liên tục. Điện thoại vừa sáng màn hình, trưởng phòng nhắn: "Chiều nay có báo cáo được chưa em?". Nếu là bạn của một năm trước, có lẽ bạn sẽ thở dài, mở từng email, ghi chú từng việc, rồi bắt đầu một ngày làm việc trong trạng thái vừa vội vừa rối. Nhưng ở năm 2026, mọi thứ đã khác. Bên cạnh bạn là những "đồng nghiệp" đặc biệt: những trợ lý AI không cần nghỉ trưa không than mệt, và luôn sẵn sàng bắt tay vào việc ngay khi được nhờ.

Hãy thử đi theo một ngày làm việc điển hình để thấy AI đã "len lỏi" vào từng khoảnh khắc như thế nào.

08:00 Dọn hộp thư trong một nốt nhạc

Thay vì ngồi đọc từng email một, bạn mở ChatGPT hoặc Gemini và yêu cầu tóm tắt nhanh hộp thư buổi sáng: email nào cần phản hồi gấp, email nào chỉ cần nắm thông tin, email nào có thể xử lý sau.

Chỉ trong vài giây, một hộp thư lộn xộn được sắp xếp lại thành danh sách việc cần làm rõ ràng. Việc quan trọng được đưa lên trước, nội dung dài được rút gọn, những điểm cần lưu ý cũng được đánh dấu. Cảm giác "ngợp việc" đầu ngày bỗng nhẹ đi rất nhiều.

08:30 Sếp hỏi một câu, Deep Research trả lời trong tích tắc

Trước cuộc họp lúc 9 giờ, sếp cần nắm nhanh xu hướng ngành trong quý tới. Nếu làm thủ công, bạn có thể mất cả buổi sáng để mở hàng chục tab trình duyệt, đọc từng bài viết, đối chiếu từng nguồn rồi tự tổng hợp. Đây chính là lúc Deep Research của Perplexity phát huy tác dụng. Bạn chỉ cần đặt câu hỏi rõ ràng, Perplexity sẽ tự động tìm kiếm, đối chiếu nhiều nguồn thông tin theo thời gian thực, sau đó tổng hợp thành một bản báo cáo mạch lạc, có góc nhìn đa chiều, có phân tích, có dự đoán xu hướng tiềm năng và có trích dẫn nguồn rõ ràng.

Bạn không còn bị cuốn vào những thao tác tìm kiếm lặp đi lặp lại. Thời gian còn lại được dành cho việc quan trọng hơn: đọc, đánh giá và chọn ra những ý thật sự có giá trị.

"AI không suy nghĩ thay bạn – AI giúp bạn có thêm thời gian để suy nghĩ tốt hơn."

10:30 Excel không còn là nỗi ám ảnh

Một bảng số liệu bán hàng dài dằng dặc vừa được gửi đến. Sếp hỏi: "Tháng nào tăng trưởng bất thường? Có điểm gì cần lưu ý không?". Trước đây, câu hỏi này có thể khiến bạn phải lục lại video hướng dẫn hàm VLOOKUP, XLOOKUP, hoặc loay hoay với những công thức Excel dài và khó nhớ. Nhưng giờ đây, bạn chỉ cần gửi file lên Claude và gõ một câu hỏi bằng tiếng Việt bình thường. Claude sẽ hỗ trợ bạn tổng hợp số liệu, tìm các chỉ số bất thường, gợi ý điểm đáng chú ý, vẽ biểu đồ, đồng thời giải thích cách công thức và các hàm hoạt động. Không cần nhớ quá nhiều công thức, không cần thành thạo Excel như dân chuyên nghiệp, bạn vẫn có thể tạo ra một bảng phân tích rõ ràng, dễ hiểu và đủ cơ sở để trình bày báo cáo. Từ một file số liệu khô khan, bạn đã có trong tay một bộ Excel hoàn chỉnh hơn, sẵn sàng chuyển thành nội dung trình bày.

13:30 Một tách trà chiều, một tấm ảnh minh họa, một video AI sinh động ra đời

Buổi chiều, phòng Marketing cần gấp một hình ảnh minh họa cho bài đăng mới. Chưa kịp đặt thiết kế? Không sao. Bạn mở ChatGPT hoặc Gemini, mô tả bối cảnh, màu sắc, phong cách và bố cục mong muốn. Chưa đầy một phút, ý tưởng trong đầu đã hiện ra trên màn hình. Cần chỉnh thêm ánh sáng, đổi góc nhìn, làm bố cục sạch hơn? Chỉ cần tiếp tục ra lệnh.

Cần một video nhanh bằng AI? Bạn gửi hình ảnh cùng chuỗi câu lệnh cho Grok. Từ một hình ảnh ban đầu, Grok sẽ hỗ trợ bạn tạo video AI sinh động, hấp dẫn, với những chuyển động tự nhiên, hình ảnh chân thực và phong cách chín chu như được thực hiện bởi một Video Designer chuyên nghiệp.

15:00 Báo cáo Word: từ trang trắng đến bản nháp hoàn chỉnh

Đã đến lúc hoàn thành lời hứa buổi sáng với sếp. Thay vì ngồi nhìn trang Word trắng và tự hỏi nên bắt đầu từ đâu, bạn ghi nhanh vài gạch đầu dòng: mục tiêu báo cáo, số liệu chính, vấn đề cần phân tích và đề xuất hành động. Phần còn lại, bạn đưa gửi gắm cho ChatGPT, vốn nổi tiếng với khả năng viết văn bản dài mạch lạc, đúng cấu trúc, ChatGPT sẽ nhanh chóng giúp bạn dựng thành một bản báo cáo nháp tương đối: có mở đầu, có phân tích, có nhận định, có đề xuất. Việc của bạn là đọc lại, bổ sung góc nhìn cá nhân, chỉnh sửa những điểm cần thiết và hoàn thiện bản cuối cùng. Trang giấy trắng không còn đáng sợ nữa, vì bạn đã có một nền tảng đủ tốt để bắt đầu.

16:00 Slide thuyết trình gấp trong tích tắc

Cuộc họp bất ngờ được dời sớm hơn dự kiến. Báo cáo vừa xong, slide chưa có, thời gian lại không còn nhiều. Bạn gửi nội dung báo cáo lên Claude. Claude sẽ giúp bạn chia nội dung thành từng trang trình bày, gợi ý bố cục, đề xuất hình minh họa, sắp xếp luận điểm theo trình tự hợp lý và chỉ ra những luận điểm có thể khai thác sâu hơn. Bạn vẫn là người quyết định thông điệp chính và kiểm tra độ chính xác. Nhưng Claude giúp rút ngắn đáng kể thời gian dựng khung, để vài phút sau, bạn đã có một bộ slide đủ chín chu bước vào phòng họp.

17:30 Kết thúc ngày làm việc, sớm hơn mọi khi

Cuối ngày, bạn nhìn lại: email đã xử lý, xu hướng ngành đã có báo cáo nhanh, Excel đã được phân tích, hình ảnh và video AI đã có bản nháp, báo cáo Word đã hoàn thiện, slide cũng đã sẵn sàng. Điều thú vị nhất là bạn có thể tan làm đúng giờ. Không phải vì công việc ít đi. Công việc vẫn nhiều, yêu cầu vẫn cao, tốc độ vẫn nhanh. Nhưng những phần việc lặp lại, tốn thời gian và dễ làm bạn kiệt sức đã được san sẻ cho AI.

Nhờ có những người bạn: ChatGPT, Gemini, Perplexity, Claude hay Grok, bạn đã có thêm thời gian để tập trung vào những việc con người làm tốt nhất: thấu hiểu vấn đề, đánh giá thông tin, ra quyết định, sáng tạo ý tưởng và kết nối với người khác. Và quan trọng hơn hết, bạn vẫn kịp về nhà đúng giờ để ăn cơm cùng gia đình.

CHUYỆN Ở VFC: KHI AI LÀM "LỄ TÂN" TRỰC 24/7

Câu chuyện "một ngày có AI đi cùng" ở trên không chỉ xuất hiện tại nhiều công ty, mà tại VFC, một phiên bản của nó đang diễn ra mỗi ngày trên Fanpage Facebook và Zalo OA của công ty. Bạn thử nghĩ xem: 9 giờ tối, một khách hàng nhắn tin hỏi về sản phẩm thuốc bảo vệ thực vật, dịch vụ khử trùng hoặc giải pháp kiểm soát dịch hại (PCO).



Trước đây, Admin có thể phải mở máy tính ngoài giờ để kịp thời tư vấn, tránh bỏ lỡ cơ hội bán hàng. Nhưng giờ đây, "lễ tân AI" đã có thể tiếp chuyện ngay lập tức, trả lời đúng trọng tâm và giữ chân khách hàng ngay từ những phút đầu tiên - bởi đôi khi, chỉ cần phản hồi chậm 5 phút cũng có thể làm mất đi một đơn hàng.

Nhưng thú vị hơn cả phần "trả lời nhanh", là những gì diễn ra phía sau hậu trường:

👉 Mỗi cuộc trò chuyện được tự động ghi nhận vào hệ thống CRM - tên, số điện thoại, khu vực và nhu cầu của khách hàng mà không ai phải cũng ngồi gõ tay từng dòng vào Excel như trước.

👉 Những câu hỏi khách hay hỏi nhất, những từ khóa được nhắc đến nhiều nhất, lượng tương tác theo từng khung giờ... tất cả được gom lại thành một bức tranh insight rõ ràng, giúp đội Marketing biết khách đang thực sự quan tâm điều gì, thay vì đoán mò.

👉 Những câu hỏi lặp đi lặp lại (giá bao nhiêu, mua ở đâu, cách dùng thế nào) được AI xử lý gọn gàng, giúp đội ngũ chăm sóc khách hàng đỡ hẳn phần việc "admin" nhàm chán, dành thời gian cho những khách hàng cần tư vấn sâu, cần một con người thật sự lắng nghe.

Kết quả của quá trình là: khách hàng được trả lời nhanh hơn, đội ngũ CSKH bớt việc lặp lại, còn đội marketing thì có sẵn dữ liệu insight để lên kế hoạch mà không cần chờ báo cáo cuối tháng. AI ở đây không giành lấy công việc của ai, mà đang âm thầm làm ca đêm, dọn dẹp những phần việc lặp lại để con người thành thơi hơn khi vào ca sáng.

VẬY AI CÓ ĐANG THAY THẾ CHÚNG TA KHÔNG?

Câu trả lời ngắn gọn: không phải thay thế, mà là chia việc lại. Những gì lặp đi lặp lại, có quy tắc rõ ràng - tra cứu, tổng hợp, viết nháp, vẽ minh họa, phân tích số liệu - ngày càng được AI đảm nhận tốt. Còn những gì cần sự thấu cảm, khả năng phán đoán, kinh nghiệm tích lũy qua năm tháng, hay đơn giản là một cái bắt tay chân thành với khách hàng - đó vẫn là sân chơi của con người, và có lẽ sẽ luôn luôn là như vậy.

Thực tế cho thấy, AI có thể giúp chúng ta tóm tắt email trong vài giây, phân tích một bảng Excel dài dằng dặc, phác thảo báo cáo Word, gợi ý bố cục slide hay tạo nhanh một hình ảnh minh họa cho bài đăng. Nhưng AI không tự biết đâu là thông điệp phù hợp nhất với khách hàng, đâu là chi tiết cần nhấn mạnh trong một cuộc họp, hay đâu là cảm xúc thương hiệu cần giữ lại trong từng câu chữ. Công cụ có thể giúp ta đi nhanh hơn, nhưng hướng đi, cách đi và quyết định cuối cùng vẫn thuộc về con người.



👉 Trước đây, với những bài viết mang tính học thuật, chị phải mất nhiều thời gian để nghĩ bố cục, tìm cách mở bài, triển khai luận điểm và chỉnh câu chữ sao cho vừa đúng chuyên môn vừa dễ hiểu. Từ khi có AI, công việc viết lách trở nên nhẹ hơn rất nhiều. Chỉ cần đưa ý chính, tài liệu nền hoặc vài gạch đầu dòng, AI đã có thể hỗ trợ dựng dàn ý, viết nháp, gợi ý cách diễn đạt và giúp chị vượt qua bước khởi đầu nhanh hơn.

👉 Nhờ AI hỗ trợ phần khung ban đầu, chị không còn bị "kẹt" quá lâu trước trang giấy trắng. Thay vì loay hoay hàng giờ với câu chữ, chị có thêm thời gian để kiểm tra thông tin, bổ sung góc nhìn chuyên môn, điều chỉnh văn phong và làm cho bài viết sâu sắc hơn. AI không thay chị viết, mà giúp chị có một nền tốt hơn để tiếp tục nâng chất lượng bằng kinh nghiệm của mình.

👉 Khi hiệu suất viết bài tăng lên, chị bắt đầu có thêm thời gian thử sức ở những công việc mới, đặc biệt là mảng sự kiện - lĩnh vực trước đây không phải chuyên môn chính của chị. Từ lên ý tưởng chương trình, viết kịch bản, chuẩn bị checklist, xây dựng timeline, soạn lời dẫn MC đến gợi ý nội dung truyền thông, AI trở thành một công cụ giúp chị học nhanh hơn và làm việc chủ động hơn.

👉 Điều thú vị là nhờ nền tảng viết lách sẵn có, cộng thêm khả năng khai thác AI, chị không chỉ bắt nhịp nhanh với công việc sự kiện mà còn tạo ra những sản phẩm chín chu hơn. AI giúp chị nhìn rõ quy trình, gợi ý những đầu việc cần chuẩn bị, nhắc các điểm dễ thiếu sót; còn chị dùng kinh nghiệm nội dung để biến những gợi ý đó thành kế hoạch mạch lạc, thực tế và có cảm xúc.

👉 Từ một người từng nghĩ AI chỉ hỗ trợ viết bài, chị dần nhận ra AI còn có thể mở rộng năng lực của mình sang nhiều mảng công việc khác. Khi biết cách đặt câu hỏi, biết kiểm tra và biết chọn lọc, AI không chỉ giúp chị làm nhanh hơn việc quen thuộc, mà còn giúp chị tự tin bước vào những việc mới, học nhanh hơn và tạo ra kết quả tốt hơn.

Còn bạn thì sao? Bạn sẽ tiếp tục đứng ngoài quan sát làn sóng AI, hay bắt đầu biến AI thành lợi thế của chính mình từ hôm nay?

"Người giỏi dùng AI không phải là người biết nhiều công cụ nhất, mà là người biết lúc nào nên nhờ AI hỗ trợ, và lúc nào phải dùng chính kinh nghiệm của mình để quyết định."

NGUYỄN NHẬT THÀNH

Bộ phận Marketing Thương hiệu

CHƯƠNG 04

VFC VÀ BẠN

TRANG 107 - TRANG 128

ỨNG DỤNG HỮU CƠ SINH HỌC TRONG CANH TÁC THỜI ĐẠI MỚI

Trong nhịp chuyển mình của nông nghiệp hôm nay, người nông dân bắt đầu nhìn mùa vụ bằng một tâm thế khác. Bên cạnh câu chuyện năng suất, bà con quan tâm nhiều hơn đến sức khỏe của đất, độ bền của cây, chi phí đầu vào và chất lượng nông sản sau thu hoạch. Khi thời tiết ngày càng thất thường, đất canh tác ở nhiều nơi bị chai cứng sau thời gian dài thâm canh, yêu cầu của thị trường về nông sản an toàn ngày càng cao, hướng canh tác bền vững đã trở thành nhu cầu rất thực tế trên đồng ruộng.

Trong bối cảnh đó, hữu cơ sinh học dần trở thành một hướng đi được nhiều nông dân quan tâm. Đây là cách tiếp cận lấy nền đất, bộ rễ và sức khỏe cây trồng làm trung tâm. Thay vì chỉ chăm vào biểu hiện bên ngoài của cây, bà con từng bước chú ý nhiều hơn đến việc nuôi đất khỏe, đường rễ mạnh, giúp cây phục hồi tốt, tăng sức chống chịu và tạo nền cho mùa vụ ổn định hơn.

Với VFC, hữu cơ sinh học được đặt trong một quy trình canh tác tích hợp, hài hòa giữa dinh dưỡng, cải tạo đất, chăm sóc cây và quản lý dịch hại theo từng giai đoạn. Từ những sản phẩm đã quen thuộc với bà con như Delfan Plus, Tora 1.1SL, Amifol K, đến những giải pháp mới được giới thiệu gần đây như Đạm hữu cơ 9 Rỗng 01 và VBACI SP, VFC đang từng bước hoàn thiện nhóm giải pháp hỗ trợ người nông dân canh tác theo hướng an toàn, hiệu quả và bền vững hơn.

Giá trị của hữu cơ sinh học thường không thể hiện theo kiểu thấy liền trong "một sớm một chiều". Hiệu quả ấy đến từ những chuyển biến bền bỉ qua từng giai đoạn: đất tươi xốp hơn, rễ phát triển thuận lợi hơn, cây phục hồi tốt hơn sau nắng nóng, mưa dầm, phèn mặn hoặc điều kiện bất lợi. Khi bộ lá giữ màu bền, bông trổ thuận, hạt sáng và chắc hơn, bà con cảm nhận rõ hơn vai trò của một nền canh tác được chăm từ gốc.

Nông dân Phạm Hồng Thái, xã Lấp Vò, tỉnh Đồng Tháp, chia sẻ: "Làm ruộng lâu năm rồi, tui thấy cây lúa cũng giống như con người mình vậy, muốn khỏe thì phải khỏe từ gốc trước. Hồi trước, hễ thấy lúa xuống màu là tui nghỉ liền tới chuyện bón thêm phân, phun thêm thuốc cho cây bật lên nhanh. Nhưng làm riết rồi mới thấy, có khi mình

càng thúc nhiều quá, cây càng mệt, đất cũng mau chai. Mấy vụ gần đây, tui có đưa thêm mấy dòng hữu cơ sinh học của VFC vào quy trình, thấy cây lúa phát triển êm hơn, bộ rễ khỏe hơn, lá giữ màu bền hơn. Nhất là mấy lúc thời tiết nắng mưa thất thường, ruộng nào cây có nền tốt nhìn khác liền. Thì với tui, cái hay của hữu cơ sinh học là giúp cây khỏe từ từ, bền cây, bền đất, giúp người làm nông tui tui có được cái sự bền vững và ngày càng an tâm."



Tora 1.1 SL là một trong những sản phẩm nổi bật thuộc nhóm giải pháp Hữu cơ - Sinh học VFC

Trong nhóm sản phẩm đã tạo được dấu ấn trên đồng ruộng, Tora 1.1SL là giải pháp được bà con nhắc đến nhiều ở các giai đoạn cây cần kích hoạt sinh trưởng, vượt stress và trổ thoát. Với hoạt chất Triacantanol có nguồn gốc tự nhiên, Tora 1.1SL hỗ trợ cây tăng cường hoạt động sinh lý, phát triển rễ, giữ xanh bộ lá, tăng quang hợp và phục hồi tốt hơn khi gặp điều kiện bất lợi. Trên cây lúa, sản phẩm được ứng dụng ở những thời điểm quan trọng như sau sạ, trước trổ và giai đoạn nuôi hạt.

Nông dân Nguyễn Văn Lắm, xã Thạnh Hưng, tỉnh An Giang, cho biết: *"Hồi trước làm ruộng cực lắm, chủ yếu dựa vào kinh nghiệm, khi thấy cây bị này kia rồi mới mua thuốc trị. Còn bây giờ bà con mình có nhiều sản phẩm hỗ trợ chủ động hơn, nhưng quan trọng là phải biết xài đúng lúc, đúng giai đoạn. Riêng Tora 1.1SL, tui thấy rõ nhất là lúc cây lúa gặp thời tiết khó chịu, nhất là vụ hè thu nắng mưa bất từ. Cây dễ bị sốc, rễ yếu, lúa trở không đều, có giống còn bị ô m cổ, nghẹn bông. Dùng Tora đúng thời điểm thì tui thấy bộ rễ lúa bung tốt hơn, cây đứng khỏe hơn, tới lúc trổ thì bông lên nhanh và đồng loạt hơn. Lúa mà trổ thoát nhanh thì mình nhẹ lo dữ lắm!"*

Cùng với Tora 1.1SL, Delfan Plus và Amifol K cũng là những sản phẩm phù hợp với xu hướng chăm cây theo hướng sinh học, an toàn và bền vững. Delfan Plus, với nền tảng Amino Acid và hữu cơ, được bà con sử dụng trong những giai đoạn cây cần phục hồi, bung đợt, nuôi hoa, nuôi trái hoặc vượt qua bất lợi sau thời tiết, sâu bệnh. Amifol K lại phát huy vai trò ở thời điểm cây cần chuyển hóa dinh dưỡng mạnh, đặc biệt là giai đoạn nuôi hạt, nuôi trái, hỗ trợ quá trình vào gạo, chắc hạt, sáng hạt và nâng cao chất lượng nông sản. Những giải pháp này góp phần giúp cây trồng phát triển cân đối, bền sức và thích ứng tốt hơn với biến động của đồng ruộng.

Mỗi đây, VFC tiếp tục giới thiệu Đạm hữu cơ 9 Rổng 01 và VBACI SP như những mảnh ghép mới trong hệ sinh thái hữu cơ sinh học. Đây là hai sản phẩm mới được bà con đưa vào sử dụng vài tháng gần đây, vì vậy cần thêm thời gian để đánh giá đầy đủ qua nhiều mùa vụ, nhiều

vùng đất và nhiều điều kiện canh tác khác nhau. Tuy nhiên, những ghi nhận bước đầu từ thực tế sản xuất cho thấy hướng tiếp cận này phù hợp với nhu cầu hiện nay: Chăm nền đất, phát triển bộ rễ và bổ sung nguồn dinh dưỡng hữu cơ để hấp thu cho cây trồng.

VBACI SP tập trung vào nền đất và vùng rễ, bổ sung vi sinh vật có ích, hỗ trợ phân giải hữu cơ, cải thiện môi trường đất và tạo điều kiện cho bộ rễ phát triển thuận lợi hơn. Trong khi đó, Đạm hữu cơ 9 Rổng 01 mang đến nguồn dinh dưỡng hữu cơ từ đạm tằm, giàu Amino Acid, Humic và Fulvic, hỗ trợ cây phục hồi, xanh lá, nuôi đòng, nuôi hạt, nuôi trái theo hướng nhẹ nhàng và bền cây hơn. Nông dân Trần Văn Mạnh, xã Cờ Đỏ, thành phố Cần Thơ, cho hay: *"Nói về 9 Rổng với VBACI SP thì nói thiệt, tui mới đưa vô dùng gần đây thôi, cũng mới vài tháng nên chưa dám nói quá nhiều hay khẳng định liến. Nhưng bước đầu tui thấy là cách đi này hợp với hướng làm ruộng bây giờ. VBACI SP thì mình hiểu là lo phần đất, phần rễ, giúp đất có thêm vi sinh vật có ích, cho bộ rễ dễ phát triển hơn. Còn 9 Rổng thì bổ sung thêm nguồn dinh dưỡng hữu cơ, cây hấp thu nhẹ nhàng hơn, nhất là mấy giai đoạn cây cần phục hồi, cần nuôi đòng, nuôi hạt. Tui thích nhất là tại vì cách làm này không có kiểu thúc ép cây quá mạnh, mà giống như mình chăm nền trước, rồi cây khỏe lên từ từ. Một vụ thì chưa nói hết được đâu, phải coi thêm vài vụ nữa mới chắc. Nhưng nếu đất khỏe hơn, cây bắt phân tốt hơn, ruộng ngon hơn thì đây là cái hướng đáng để bà con tui áp dụng."*

Ứng dụng hữu cơ sinh học trong canh tác thời đại mới không đồng nghĩa với việc gạt bỏ hoàn toàn các giải



Hai sản phẩm thuộc nhóm giải pháp Hữu cơ - Sinh học vừa được VFC phân phối gần đây

pháp hóa học. Điều quan trọng nằm ở sự hiểu đúng và dùng đúng: đúng sản phẩm, đúng thời điểm, đúng liều lượng, đúng nhu cầu của cây trồng. Khi áp lực sâu bệnh cao, bà con vẫn cần những giải pháp phòng trừ phù hợp. Song song đó, hữu cơ sinh học giữ vai trò xây nền cho đất, dưỡng sức cho cây, hỗ trợ phục hồi sau bất lợi và từng bước giảm áp lực cho hệ sinh thái đồng ruộng.

Với VFC, hữu cơ sinh học là một định hướng đồng hành lâu dài cùng nông dân Việt Nam. Từ những sản phẩm đã được bà con tin dùng qua nhiều vụ, đến những giải pháp

mới đang từng bước được trải nghiệm và ghi nhận trên đồng ruộng, VFC hướng đến mục tiêu giúp người nông dân canh tác hiệu quả hơn, an toàn hơn và bền vững hơn.

Từ Đồng Tháp, An Giang đến Cần Thơ, những thay đổi ấy đang bắt đầu từ chính cảm nhận của người nông dân: Đất cần được chăm, cây cần được dưỡng, mùa vụ cần được tính đường dài. Đó cũng là giá trị cốt lõi của hữu cơ sinh học trong nông nghiệp hôm nay - chăm từng mùa vụ bằng trách nhiệm với tương lai của đồng ruộng...

BAN BIÊN TẬP

Bộ phận Marketing Thương hiệu



Đồng hành vun đắp MỘT NỀN NÔNG NGHIỆP BỀN VỮNG

Viết tiếp hành trình 50 năm bằng những giá trị mới

Có những mối quan hệ hợp tác được bắt đầu từ một cơ hội kinh doanh. Nhưng cũng có những mối quan hệ được hình thành từ sự đồng điệu về tư duy, cùng chia sẻ một tầm nhìn và khát vọng tạo ra những giá trị bền vững cho cộng đồng.

Sự đồng hành giữa VFC và VNF là một câu chuyện như thế. VNF (Vietnam Food), thành lập năm 2013, là doanh nghiệp công nghệ sinh học, chuyên chuyển hóa phụ phẩm thủy sản thành các nguyên liệu sinh học có giá trị cao, phục vụ nông nghiệp, nuôi trồng thủy sản và nhiều lĩnh vực khác.

Bước vào hành trình 50 năm tiếp theo, VFC tiếp tục được tiếp sức bởi những mối quan hệ hợp tác chiến lược với các đối tác cùng khát vọng đổi mới, góp phần kiến tạo một nền nông nghiệp hiện đại và bền vững.

Nông nghiệp bền vững – Hành trình của sự chuyển mình

Muốn tạo ra giá trị lâu dài cho người nông dân, cần bắt đầu từ những giải pháp bền vững.

Trong nhiều thập kỷ qua, nông nghiệp luôn là ngành kinh tế trụ cột của Việt Nam, đóng vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế và đảm bảo sinh kế cho hàng triệu hộ nông dân. Tuy nhiên, trước những thách thức của biến đổi khí hậu, suy giảm tài nguyên đất và yêu cầu ngày càng cao từ thị trường trong nước cũng như quốc tế, ngành nông nghiệp đang bước vào giai đoạn chuyển dịch mạnh mẽ theo hướng xanh hơn, tuần hoàn hơn và bền vững hơn.

Trong bối cảnh đó, khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và sự kết nối giữa các doanh nghiệp trong hệ sinh thái nông nghiệp trở thành những yếu tố quan trọng để tạo ra những giải pháp có giá trị lâu dài. Không một doanh nghiệp nào có thể tự mình giải quyết toàn bộ bài toán của ngành, chỉ khi những thế mạnh được kết nối, giá trị dành cho người nông dân mới được nhân lên.

Một dấu mốc không chỉ để nhìn lại, mà còn để bắt đầu một hành trình lớn hơn.

Gần nửa thế kỷ đồng hành cùng nền nông nghiệp Việt Nam, VFC đã xây dựng vị thế đầu ngành không chỉ từ sản phẩm hay quy mô, mà từ tinh thần tiên phong, sự thấu hiểu đồng ruộng và cam kết lâu dài với bà con nông dân - những giá trị được bồi đắp qua nhiều thế hệ, trở thành nền tảng phát triển vững chắc của doanh nghiệp.

Cũng theo ông Trương Công Cứ, Chủ tịch HĐQT VFC, tinh thần đoàn kết của tập thể, cùng với việc không ngừng nâng cao hiệu quả hoạt động và thúc đẩy đổi mới sáng tạo, sẽ là những yếu tố then chốt để VFC tiếp tục viết tiếp hành trình phát triển và câu chuyện 50 năm đầy tự hào của mình.

50 năm cũng là thời điểm để mở ra chương phát triển mới, nơi VFC mở rộng hệ sinh thái hợp tác với những đối tác cùng triết lý, hướng tới các giải pháp tạo ra giá trị bền vững hơn cho người nông dân.

Những mối quan hệ bền vững luôn bắt đầu từ sự đồng điệu về giá trị.

Đó là điều VFC nhận ra khi gặp VNF, một đối tác không chỉ hỗ trợ về công nghệ, mà còn cùng chia sẻ triết lý rằng sản xuất phải thực sự phục vụ người nông dân, và sự phát triển chỉ có ý nghĩa khi gắn liền với bền vững.

Điều VFC tìm thấy ở VNF không chỉ là sự hỗ trợ năng lực, mà là niềm tin chung: tương lai nông nghiệp Việt Nam phải được xây trên nền tảng khoa học, phát triển bền vững và lấy người nông dân làm trung tâm.

Nếu VFC có gần 50 năm kinh nghiệm đồng hành cùng bà con nông dân thông qua hệ thống tư vấn kỹ thuật, thương mại và mạng lưới phân phối rộng khắp, thì VNF mang đến thế mạnh về nghiên cứu, phát triển chuỗi nguyên liệu và ứng dụng công nghệ sinh học vào sản xuất.



Thay vì chỉ dừng lại ở việc tận dụng phụ phẩm, VNF phát triển các giải pháp tạo ra những nguyên liệu có hoạt tính sinh học như chitosan, astaxanthin, ... phục vụ nhiều lĩnh vực khác nhau. Trong nông nghiệp, các giải pháp được nghiên cứu để có thể đồng hành xuyên suốt vòng đời cây trồng, từ cải tạo đất, kích thích sinh trưởng đến tăng khả năng chống chịu và nâng cao chất lượng nông sản.

Một trong những sản phẩm tiêu biểu là 9 Rong 01, được phát triển từ nguồn nguyên liệu thủy phân thành các chuỗi amino acid và peptide mạch ngắn giúp cây dễ hấp thu, kích thích sinh trưởng, tăng sức chống chịu và góp phần cải tạo đất, phù hợp với xu hướng phát triển của nền nông nghiệp hiện đại.

Sự kết hợp giữa năng lực nghiên cứu, sản xuất của VNF với kinh nghiệm tư vấn kỹ thuật, chuyển giao giải pháp và khả năng kết nối thị trường của VFC đã tạo nên một mô hình hợp tác có tính hỗ trợ cao.

Tinh thần hợp tác và gắn kết giữa hệ thống cùng các đối tác đồng hành cũng được Ông Trần Văn Dũng, Tổng Giám đốc VFC, nhấn mạnh: "Cùng nhịp chèo - cùng đến mục tiêu."



Từ cam kết đến những kết quả đầu tiên Giá trị của một sự hợp tác được đo bằng những điều tạo ra cho thị trường.

Dù chưa đầy một năm kể từ thời điểm ký kết hợp tác chiến lược, VFC và VNF đã nhanh chóng hiện thực hóa những cam kết bằng các kết quả cụ thể.

Tính đến 06/2026, sản phẩm 9 Rong 01 đã được triển khai thử nghiệm tại nhiều tỉnh thành như Đồng Tháp, Tây Ninh, Cần Thơ, Đắc Lắc, Lâm Đồng,... tiếp cận 1500 hộ nông dân trồng cây ăn quả (sầu riêng, thanh long,...), rau màu, lương thực, hoa kiểng,... Phản hồi từ thực địa ghi nhận cây sầu riêng ra đợt tốt, lúa trổ đều và sớm hơn 2 - 3 ngày, giảm khoảng 20% phân hóa học, và còn nhiều kết quả thử nghiệm hiệu quả khác. Hai bên liên tục phối hợp cải thiện công thức sản phẩm dựa trên dữ liệu thực tế, đồng thời từng bước mở rộng danh mục giải pháp phù hợp với từng loại cây trồng và vùng canh tác.

Song song với hoạt động thương mại, hai doanh nghiệp chú trọng chia sẻ kiến thức qua các chương trình truyền thông, đào tạo và phổ biến trên nền tảng số, góp phần nâng cao nhận thức về nông nghiệp bền vững trong cộng đồng.

Những kết quả bước đầu tuy còn khiêm tốn, nhưng đã chứng minh rằng sự cộng hưởng giữa năng lực sản xuất của VNF và mạng lưới thị trường của VFC tạo ra giá trị thực, không chỉ cho hai doanh nghiệp, mà cho cả người nông dân.

Cùng viết tiếp hành trình vì nền nông nghiệp Việt Nam

Một doanh nghiệp có thể tạo ra những sản phẩm tốt. Nhưng để tạo nên sự thay đổi bền vững cho cả một ngành, cần nhiều hơn thế: cần những đối tác cùng chung tầm nhìn, cùng tin vào giá trị của khoa học, đổi mới sáng tạo và sự phát triển dài hạn.



VFC và VNF có cùng chung tầm nhìn, cùng tin vào giá trị của khoa học, đổi mới sáng tạo, hướng đến sự phát triển dài hạn.

Tin rằng, từ nền tảng của sự tin cậy, năng lực hỗ trợ lẫn nhau và khát vọng phụng sự ngành nông nghiệp, VFC và VNF sẽ tiếp tục cùng viết nên những chương mới của hành trình phát triển, hành trình mang trí tuệ Việt, công nghệ Việt và những giá trị bền vững đến với người nông dân hôm nay và nhiều thế hệ mai sau.

“

Hành trình 50 năm đầu tiên được tạo dựng từ sự tiên phong và đồng hành cùng người nông dân. Hành trình 50 năm tiếp theo sẽ tiếp tục được viết nên bằng những mối quan hệ hợp tác bền vững, nơi khoa học, công nghệ và niềm tin cùng hội tụ để tạo ra giá trị lâu dài cho nền nông nghiệp Việt Nam.

”

TRẦN ĐÀO HỒNG NGỌC
Giám Đốc Kinh doanh Công ty VNF

CÂU CHUYỆN VỀ

SẾU ĐẦU ĐỎ

GẮN VỚI NỀN VĂN MINH LÚA NƯỚC



“Có những loài chim không chỉ bay qua bầu trời mà còn bay qua ký ức của một vùng đất. Có những tiếng kêu không chỉ vang lên giữa đồng hoang mà còn đánh thức trong lòng người những tầng sâu văn hóa, những nỗi nhớ xa xăm và cả những lời nhắc nhở nghiêm khắc về cách con người đối xử với thiên nhiên.”

**Sếu đầu đỏ**

là một loài chim như thế!

Trong dáng đứng thanh cao giữa đồng nước, trong đôi chân dài in trên bùn non, trong cái cổ vươn lên dưới nắng chiều, trong vũ điệu mềm mại mà kiêu hãnh giữa cỏ năng, sếu đầu đỏ dường như mang theo hồn cốt của những miền đất ngập nước phương Nam. Đó không chỉ là một sinh vật quý hiếm của tự nhiên. Đó còn là một biểu tượng. Biểu tượng của sự hài hòa giữa nước và đất, giữa mùa màng và hoang dã, giữa đời sống mưu sinh của con người và nhịp thở tự do của muôn loài.

Với cư dân vùng đồng bằng, nhất là những người đã sinh ra, lớn lên và gắn bó cả đời với ruộng lúa, hình ảnh sếu đầu đỏ bay về không bao giờ là một hình ảnh bình thường. Nó giống như một lời báo tin. Tin rằng mùa nước đã đi qua, đồng đất đã kịp thời, cỏ cây đã phục hồi, những củ năng dưới lớp bùn đã đủ sức nuôi đàn chim quý. Tin rằng thiên nhiên còn đủ lành để mở rộng vòng tay. Tin rằng con người vẫn còn cơ hội sửa lại những điều đã làm tổn thương đất đai.

Từ ngàn xưa, nền văn minh lúa nước của người Việt được hình thành trên sự lắng nghe thiên nhiên. Người nông dân không chỉ nhìn trời để đoán mưa nắng, nhìn mây để đoán gió mùa, nhìn con nước để chọn ngày xuống giống. Họ còn nhìn chim bay, cá nhảy, cỏ mọc, bông lúa trở dòng để hiểu mạch sống của đất. Trên cánh đồng, mọi dấu hiệu đều có tiếng nói. Một đàn chim sải cánh qua đồng không chỉ là cảnh đẹp - nó là thông điệp của môi trường. Một mùa cá về không chỉ là nguồn thức ăn - nó là chứng chỉ của nước lành. Một bông lúa cúi đầu không chỉ là hạt gạo - nó là kết tinh của đất, nước, nắng, gió và bàn tay con người.

Trong cái nhìn ấy, sếu đầu đỏ là một vị khách lớn của đồng quê. Sếu không đến nơi đất bạc màu, nước ô nhiễm, cỏ cây kiệt quệ. Sếu không ở lại nơi con người chỉ biết lấy đi mà không trả lại. Sếu chọn những vùng đất còn nhịp điệu tự nhiên, còn khoảng lặng cho cỏ hoang, còn bãi ăn an toàn, còn những mùa nước nối



không bị cắt đứt, còn những cánh đồng biết dung hòa giữa sản xuất và bảo tồn. Vì vậy, sự có mặt của sếu là một lời khen cao quý mà thiên nhiên dành cho con người. Ngược lại, sự vắng bóng của sếu là một nỗi buồn, nhưng cũng là một lời cảnh tỉnh.

Nói về sếu đầu đỏ, ta không thể không nói về nước. Nước là cội nguồn của nền văn minh lúa nước. Từ những con sông lớn bồi đắp phù sa, những con rạch nhỏ len lỏi qua xóm làng, những mùa lũ đem cá tôm về đồng, đến những thửa ruộng ngập chân mạ non, tất cả đều tạo nên một không gian sống đặc biệt. Người Việt ở đồng bằng không chống lại nước theo nghĩa tuyệt đối. Người nông dân học cách sống cùng nước, đón nước, giữ nước, tháo nước, chia nước và biết ơn nước.

Nước làm mềm đất để cây lúa bén rễ. Nước đưa phù sa về nuôi ruộng. Nước tạo nên ao hồ, lung bầu, đồng cỏ, nơi cá sinh sôi, chim trú ngụ, cây hoang dại lớn lên. Trong nền văn minh ấy, ruộng lúa không đơn thuần chỉ là ruộng lúa. Ruộng lúa là một hệ sinh thái. Bờ ruộng có cỏ, dưới nước có cá, trong bùn có cua ốc, trên cao có chim, trong gió có phấn hoa, trong mùa có những biến chuyển âm thầm mà bền bỉ. Người nông dân xưa tuy không dùng nhiều khái niệm khoa học hiện đại, nhưng họ hiểu rất sâu một điều: nếu đất mệt, người cũng mệt; nếu nước độc, lúa cũng đau; nếu chim cá bỏ đi, mùa màng rồi cũng bất an.

Sếu đầu đỏ đã từng hiện diện trong mối quan hệ tự nhiên ấy như một phần của bức tranh lớn. Khi đồng còn rộng, khi mùa nước còn lên xuống theo nhịp trời, khi những vùng đất ngập nước còn đủ không gian cho cỏ năng, lúa ma, sen, súng và vô số loài thủy sinh, sếu có chỗ để bay về. Chúng đến không phải để làm đẹp cho cảnh quan mà vì nơi ấy có thức ăn, có sự an toàn, có chu kỳ sinh thái phù hợp. Nhưng với con người, sự xuất hiện của sếu bao giờ cũng vượt lên khỏi nhu cầu sinh

học đơn thuần. Sếu trở thành hình ảnh của điểm lành, của sự thủy chung, của vẻ đẹp cao khiết. Người ta nhìn sếu mà thấy lòng mình dịu lại. Giữa cuộc mưu sinh vất vả, một đôi sếu bay qua có thể làm cho cả cánh đồng bỗng trở nên linh thiêng. Nền văn minh lúa nước Việt Nam không được viết nên bằng những lâu đài đá lớn, mà bằng bờ tre, bến nước, cánh đồng, con trâu, hạt giống, tiếng chày giã gạo, tiếng mẹ ru con và mùi thơm rơm mới. Đó là một nền văn minh mềm mại nhưng bền bỉ, khiêm nhường nhưng sâu sắc. Trong nền văn minh ấy, con người không tách mình khỏi tự nhiên. Người nông dân bước xuống ruộng bằng đôi chân trần, cảm nhận bùn dưới gan bàn chân, nghe tiếng nước vỗ vào bờ, ngửi mùi đất mới cày, biết khi nào mạ cần thêm nước, khi nào lúa cần tháo khô, khi nào sâu bệnh có thể phát sinh từ thời tiết oi nóng.

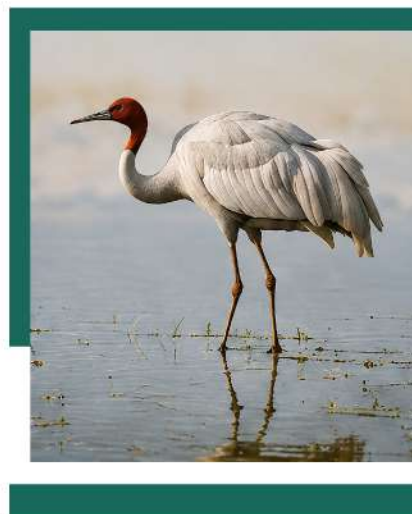
Chính vì vậy, câu chuyện sếu đầu đỏ không thể chỉ kể như câu chuyện của một loài chim quý. Nó phải được kể như câu chuyện của một mối quan hệ. Mối quan hệ giữa con người và đồng đất. Giữa sản xuất và thiên nhiên. Giữa văn minh lúa nước truyền thống và những thách thức của thời đại hiện đại.

Trong nhiều thập niên, nông nghiệp đã giúp nuôi sống hàng triệu gia đình, đưa hạt gạo Việt Nam đi xa, làm nên niềm tự hào của một đất nước đi lên từ ruộng đồng. Người nông dân đã đổ biết bao mồ hôi trên cánh đồng. Doanh nghiệp, nhà khoa học, chính quyền và cộng đồng đã cùng nhau tạo ra những bước tiến lớn về năng suất, sản lượng, giống mới, kỹ thuật canh tác, cơ giới hóa, chế biến và xuất khẩu. Hạt gạo từ chỗ đủ ăn đã trở thành hàng hóa quốc tế. Những cánh đồng từng lam lũ đã gắn với những chuỗi giá trị ngày càng chuyên nghiệp hơn.

Nhưng trong hành trình ấy, chúng ta cũng phải thành thật nhìn nhận một điều: có khi vì quá mong muốn tăng năng suất, tăng vụ, tăng sản lượng, con người đã làm cho đồng đất mệt hơn. Có nơi nước bị giữ quá lâu hoặc tháo quá nhanh, làm đứt đoạn nhịp tự nhiên. Có nơi hóa chất được sử dụng quá mức cần thiết, khiến côn trùng có ích, cá tôm, chim trời và vi sinh vật trong đất bị ảnh hưởng. Có nơi rơm rạ bị đốt bỏ vội vàng, trả lại cho trời khói bụi thay vì trả lại cho đất chất hữu cơ. Có nơi bờ vùng bờ thửa được chỉnh trang cho thuận tiện sản xuất nhưng lại làm mất những khoảng trú ngụ của nhiều loài sinh vật.

Khi những thay đổi ấy tích tụ qua năm tháng, các loài nhạy cảm nhất sẽ lên tiếng trước. Mà tiếng nói của chúng nhiều khi chính trong sự im lặng. Chim không còn bay về. Cá không còn nhiều như xưa. Cỏ năng thưa dần. Những vùng đất từng là nơi gặp gỡ giữa lúa và chim, giữa người và thiên nhiên bỗng trở nên nghèo âm thanh. Sếu đầu đỏ vắng bóng, vì thế, không chỉ là mất mát của riêng ngành bảo tồn. Đó là nỗi đau chung của nền văn minh lúa nước, bởi một biểu tượng đã rời khỏi bức tranh quê hương.

Có người sẽ hỏi: giữa bao nhiêu áp lực cơm áo, giữa yêu cầu phát triển kinh tế, giữa nhu cầu bảo đảm thu nhập cho nông dân, tại sao phải bận lòng nhiều đến một loài chim? Câu hỏi ấy nghe qua có vẻ thực tế. Nhưng nếu suy ngẫm sâu hơn, ta sẽ thấy bảo vệ sếu không phải là đặt loài chim lên trên con người. Bảo vệ sếu là bảo vệ điều kiện sống lâu dài của chính con người. Bởi nơi nào sếu có thể sống, nơi đó đất còn tương đối lành, nước còn tương đối sạch, chuỗi thức ăn tự nhiên còn tương đối



cân bằng. Nơi nào sếu quay về - nơi đó con người cũng có thêm hy vọng về một mô hình phát triển bền vững hơn. Sếu đầu đỏ không cạnh tranh với người nông dân. Sếu chỉ xin con người một phần không gian đủ lành để tồn tại. Và nếu người nông dân biết tổ chức sản xuất theo hướng hài hòa hơn với hệ sinh thái, chính họ sẽ là người được lợi trước tiên: đất khỏe hơn, nước sạch hơn, chi phí đầu vào có thể hợp lý hơn, nông sản có giá trị cao hơn, thương hiệu vùng đất được nâng lên, đời sống cộng đồng được tôn trọng hơn. Khi ấy, bảo tồn không còn là chuyện xa xỉ. Bảo tồn trở thành một phần của sinh kế.

Đó cũng là điểm gặp gỡ sâu xa giữa sếu đầu đỏ và nền văn minh lúa nước. Văn minh lúa nước không chỉ là biết trồng lúa. Văn minh lúa nước, ở nghĩa cao đẹp nhất, là biết sống từ tế với đất nuôi mình. Là biết rằng hạt gạo không thể chỉ được đo bằng tấn trên hecta, mà còn phải được đo bằng độ phì của đất sau mùa vụ, bằng chất lượng nước sau thu hoạch, bằng sức khỏe người trồng lúa, bằng niềm tin của người tiêu dùng và bằng khả năng những đàn chim vẫn còn tìm thấy đường bay về.

Một cánh đồng lúa sinh thái không phải là cánh đồng quay lưng với tiến bộ. Ngược lại, đó là cánh đồng biết sử dụng tiến bộ một cách khôn ngoan. Khoa học hiện đại giúp ta hiểu rõ hơn về đất, nước, vi sinh vật, dịch hại, thiên địch, phát thải khí nhà kính, dư lượng hóa chất, truy xuất nguồn gốc và tiêu chuẩn thị trường. Nhưng khoa học ấy cần gặp lại trí tuệ truyền thống của người nông dân: tôn trọng mùa vụ, quan sát đồng ruộng, không lạm dụng, không nóng vội, biết để cho đất có thời gian hồi phục. Khi hai nguồn trí tuệ ấy gặp nhau, chúng ta có thể tạo ra một nền nông nghiệp mới - hiện đại mà không vô cảm, hiệu quả mà không tàn phá, có năng suất mà vẫn giữ được linh hồn đồng ruộng.

Hãy hình dung một buổi sớm ở vùng Tràm Chim. Mặt trời chưa lên hẳn. Sương còn đọng trên cỏ. Trên những thửa ruộng lúa sinh thái ven vùng lõi, người nông dân bước ra đồng không chỉ để thăm lúa, mà còn để thăm sức khỏe của cả hệ sinh thái. Họ nhìn màu lá lúa, nhìn mực nước, nhìn

đấu vết côn trùng, nhìn những loài chim nhỏ kiếm ăn trên bờ ruộng. Họ biết rằng một con nhện trên đồng không phải là thứ vô nghĩa - nó là thiên địch. Một con cá nhỏ trong mương không chỉ là món ăn - nó là dấu hiệu nước còn sống. Một vạt cỏ bên bờ không nhất thiết là kẻ thù - nó có thể là nơi cư trú của những sinh vật có ích. Và ở một nơi xa hơn, trong vùng đất ngập nước, nếu may mắn, họ có thể thấy những cánh sếu chậm rãi đáp xuống giữa đồng cỏ năng.

Khoảnh khắc ấy, nếu xảy ra, sẽ không chỉ là niềm vui của nhà bảo tồn. Nó sẽ là niềm vui của người nông dân, của doanh nghiệp làm nông nghiệp có trách nhiệm, của chính quyền địa phương, của nhà khoa học, của tất cả những ai tin rằng phát triển không nhất thiết phải đánh đổi bằng sự nghèo đói của thiên nhiên. Một con sếu bay về có thể làm sống lại niềm tự hào của cả một vùng đất. Nó nói với chúng ta rằng: những nỗ lực âm thầm đã có kết quả. Đất đã hồi đáp. Nước đã hồi đáp. Thiên nhiên đã bắt đầu tin lại con người.

Câu chuyện về sếu đầu đỏ cũng là câu chuyện về kỷ ục. Nhiều người lớn tuổi ở đồng bằng vẫn nhớ những mùa chim về, nhớ cảnh đồng nước mênh mông, nhớ tiếng gió qua rừng tràm, nhớ mùa cá linh, bông điên điển, nhớ mùi rơm sau mùa gặt, nhớ những đêm trăng soi trên ruộng lúa. Kỷ ục ấy không phải để chúng ta hoài cổ một cách bất lực. Kỷ ục ấy là nguồn lực tinh thần để chúng ta tự hỏi: điều gì trong quá khứ cần được giữ lại, điều gì trong hiện tại cần được điều chỉnh, điều gì trong tương lai cần được kiến tạo?



Không ai có thể đưa nguyên vẹn quá khứ trở lại. Đồng bằng hôm nay đã khác. Dân số đông hơn, thị trường khắt khe hơn, biến đổi khí hậu dữ dội hơn, áp lực sinh kế lớn hơn. Người nông dân không thể chỉ sống bằng tình yêu thiên nhiên nếu mùa vụ không có lãi. Doanh nghiệp không thể chỉ nói về trách nhiệm nếu chuỗi giá trị không vận hành được. Chính quyền không thể chỉ kêu gọi bảo tồn nếu cộng đồng chưa thấy lợi ích thiết thực. Vì vậy, con đường đúng không phải là chọn một trong hai: hoặc sản xuất, hoặc bảo tồn. Con đường đúng là thiết kế lại mối quan hệ giữa sản xuất và bảo tồn, để hai mục tiêu ấy nâng đỡ nhau.



Sếu cần đất ngập nước lành mạnh. Người nông dân cần ruộng lúa có thu nhập ổn định. Doanh nghiệp cần vùng nguyên liệu chất lượng và bền vững. Xã hội cần môi trường an toàn và những câu chuyện phát triển có trách nhiệm. Nếu biết kết nối các nhu cầu ấy trong một mô hình hợp lý, sếu đầu đỏ có thể trở thành biểu tượng dẫn đường cho một kiểu nông nghiệp mới: nông nghiệp sinh thái, nông nghiệp cộng đồng, nông nghiệp carbon thấp, nông nghiệp gắn với bản sắc văn hóa.

Ở đó, hạt gạo không chỉ được bán bằng chất lượng cơm ngon, mà còn bằng câu chuyện phía sau nó. Một hạt gạo được trồng trên cánh đồng giảm thuốc bảo vệ thực vật, giảm phân hóa học, quản lý nước hợp lý, xử lý rơm rạ theo hướng trả lại hữu cơ cho đất, tôn trọng đa dạng sinh học, đồng hành với mục tiêu bảo tồn sếu đầu đỏ - hạt gạo ấy mang một giá trị khác. Nó không còn là sản phẩm vô danh trên thị trường. Nó là đại sứ của một vùng đất. Nó nói với người tiêu dùng rằng: khi anh chị chọn hạt gạo này, anh chị không chỉ ăn ngon hơn mà còn góp phần giữ lại một cánh đồng lành, một dòng nước sạch, một đường bay cho sếu.

Nền văn minh lúa nước ngày xưa được xây dựng trên sự cộng cư của cộng đồng làng xã. Không ai có thể làm thủy lợi một mình. Không ai có thể giữ nước, chia nước, đắp bờ, chống hạn, chống lũ, bảo vệ mùa màng nếu chỉ nghĩ cho riêng thửa ruộng của mình. Tinh thần cộng đồng là cốt lõi. Ngày nay, trong bối cảnh mới, tinh thần ấy cần được nâng lên thành liên kết chuỗi. Người nông dân, hợp tác xã, doanh nghiệp giống, doanh nghiệp vật tư, đơn vị thu mua, nhà máy chế biến, nhà khoa học, chính quyền, tổ chức bảo tồn và người tiêu dùng phải trở thành những mắt xích cùng chịu trách nhiệm.

Nếu một hộ làm tốt nhưng hộ bên cạnh vẫn lạm dụng hóa chất, môi trường chung vẫn bị ảnh hưởng. Nếu doanh nghiệp yêu cầu tiêu chuẩn cao nhưng không chia sẻ rủi ro với người trồng lúa, liên kết sẽ thiếu bền vững. Nếu nông dân thay đổi tập quán nhưng sản phẩm không được thị trường ghi nhận bằng giá trị xứng đáng, niềm tin sẽ suy giảm. Nếu bảo tồn chỉ dừng ở khẩu hiệu mà không gắn với sinh kế, cộng đồng sẽ khó đồng hành lâu dài. Vì vậy, câu chuyện sếu đầu đỏ đòi hỏi chúng ta không chỉ có cảm xúc mà còn phải có cơ chế. Không chỉ có tình yêu thiên nhiên, mà còn phải có tổ chức thực hiện. Không chỉ nói về màu xanh mà phải biến màu xanh thành quy trình, tiêu chuẩn, dữ liệu, thu nhập và trách nhiệm.

Có một điều rất đẹp trong văn hóa lúa nước: người nông dân luôn hiểu rằng mùa vụ là sự hợp tác với thời gian. Không thể gieo hôm nay mà gặt ngày mai. Không thể bắt cây lúa lớn nhanh hơn nhịp sống của nó. Không thể ép đất cho mãi mà thiếu sự bồi hoàn. Bảo tồn sếu cũng vậy. Ta không thể mong một ngày thay đổi là hôm sau sếu bay về đầy trời. Thiên nhiên cần



thời gian để chữa lành. Có năng cần thời gian phục hồi. Nguồn thức ăn cần thời gian trở lại. Con người cần thời gian thay đổi tập quán. Niềm tin giữa các bên cần thời gian tích lũy. Nhưng điều quan trọng là phải bắt đầu, và bắt đầu bằng những việc đúng.

Những việc đúng có khi rất cụ thể: giảm lượng giống gieo sạ để ruộng thông thoáng hơn; bón phân cân đối để cây khỏe mà đất không bị quá tải; quản lý dịch hại tổng hợp để không biến thuốc thành phần xạ đầu tiên; giữ mực nước hợp lý để giảm phát thải và tiết kiệm tài nguyên; xử lý rơm rạ bằng giải pháp sinh học thay vì đốt bỏ; tạo vùng đệm thân thiện với chim và sinh vật có ích; ghi chép đồng ruộng để minh bạch hóa quy trình; tập huấn để nông dân hiểu vì sao cần thay đổi; thu mua có cam kết để người trồng lúa yên tâm làm đúng.

Những việc ấy nghe có vẻ kỹ thuật nhưng đằng sau kỹ thuật là đạo lý. Đạo lý của người làm nông là không làm tổn thương nguồn sống của mình. Đạo lý của doanh nghiệp nông nghiệp là không chỉ mua sản phẩm mà phải cùng xây dựng nền tảng sản xuất bền vững. Đạo lý của phát triển là không để thế hệ sau chỉ được nghe kể rằng ngày xưa từng có sếu đầu đỏ bay về.

Mỗi dân tộc đều có những biểu tượng giúp họ soi lại chính mình. Với nhiều vùng đất phương Nam, sếu đầu đỏ có thể trở thành một biểu tượng như thế. Khi sếu còn bay về, ta thấy mình còn giữ được một phần lời hứa với thiên nhiên. Khi sếu vắng bóng, ta phải tự hỏi mình đã sai ở đâu. Và khi ta cùng nhau làm cho sếu có cơ hội trở lại, ta không chỉ cứu một loài chim - ta đang cứu một cách nghĩ, một hệ giá trị, một niềm tin rằng con người vẫn có thể phát triển mà không quay lưng với mẹ đất.

Trong hình ảnh sếu đầu đỏ, có một vẻ đẹp rất gần với phẩm chất của cây lúa. Cây lúa càng chín càng cúi đầu. Sếu càng cao quý càng lặng lẽ giữa đồng. Lúa nuôi thân xác con người. Sếu nuôi dưỡng phần tâm hồn biết hướng thượng. Lúa gần con người với đất. Sếu gần con người với bầu trời. Một bên là hạt gạo trong chén cơm hằng ngày. Một bên là cánh chim trong khát vọng gìn giữ sự trong lành. Khi lúa và sếu cùng hiện diện trên một vùng đất, ta thấy một nền văn minh hoàn chỉnh hơn: có cái ăn, có cái đẹp, có sinh kế, có văn hóa, có trách nhiệm và có tương lai.

Ta thử tưởng tượng một đứa trẻ ở Đồng Tháp trong một buổi chiều nào đó được cha dắt ra đồng. Trước mắt em là những thửa lúa xanh, xa hơn là vùng đất ngập nước và trên nền trời bỗng hiện ra vài cánh sếu. Người cha chỉ tay nói: "Con nhìn kia, sếu đầu đỏ đó." Đứa trẻ có thể chưa hiểu hết câu chuyện về hệ sinh thái, về phát thải, về chuỗi giá trị, về bảo tồn. Nhưng trong mắt em, hình ảnh ấy sẽ ở lại. Nó gieo vào lòng em một hạt giống. Hạt giống của tình yêu quê hương. Hạt

giống của niềm tự hào. Hạt giống của ý thức rằng quê mình có một điều quý giá cần được giữ gìn.

Một nền văn minh muốn bền vững phải biết gieo những hạt giống như thế vào tâm hồn thế hệ sau. Bởi sau cùng, bảo tồn không chỉ là chuyện của văn bản, dự án hay ngân sách. Bảo tồn là một cảm thức văn hóa. Khi con người còn biết xúc động trước một cánh chim, còn biết xót xa khi một dòng nước bị bẩn, còn biết vui khi ruộng đồng hồi sinh, khi ấy xã hội còn có khả năng tự điều chỉnh. Ngược lại, nếu con người thờ ơ trước sự biến mất của những loài từng gắn bó với mình, đó là lúc đáng lo nhất.

Sếu đầu đỏ đã đi qua nhiều mùa biến động của đồng bằng. Chúng từng bay trên những vùng đất hoang sơ, từng chứng kiến con người khai khẩn, lập làng, trồng lúa, đào kênh, đắp bờ, chống chọi với lũ lụt, chiến tranh, nghèo khó rồi bước vào thời kỳ đổi mới. Chúng cũng chứng kiến những cánh đồng thay đổi rất nhanh trong thời hiện đại. Có lẽ, nếu sếu có thể nói bằng ngôn ngữ của con người, chúng sẽ không trách móc. Chúng chỉ hỏi: “Các bạn có còn chưa cho chúng tôi một nơi để trở về không?”

Câu hỏi ấy rất nhẹ mà rất nặng. Một nơi để trở về - đó là điều mọi sinh linh đều cần. Con người cần quê hương để trở về. Chim cần sinh cảnh để trở về. Cây cần đất để trở về. Nước cần dòng chảy để trở về. Và nền văn minh lúa nước cũng cần trở về với tinh thần căn bản của nó: sống nhờ thiên nhiên thì phải biết gìn giữ thiên nhiên.

Trở về không có nghĩa là quay lưng với hiện đại. Trở về là tìm lại cái gốc để đi tới vùng vàng hơn. Ta vẫn cần khoa học, công nghệ, thị trường, tiêu chuẩn quốc tế, quản trị hiện đại. Nhưng tất cả những thứ ấy phải được đặt trên nền của một triết lý đúng: nông nghiệp không chỉ là khai thác đất, mà là chăm sóc đất; không chỉ là sản xuất hàng hóa mà là nuôi dưỡng cộng đồng không chỉ là tăng trưởng mà là bền vững; không chỉ là hôm nay mà là nhiều thế hệ mai sau.

Trong câu chuyện ấy, sếu đầu đỏ có thể trở thành người kể chuyện trầm lắng. Mỗi bước chân của sếu trên bùn là một dòng chữ viết lên đất. Mỗi tiếng kêu của sếu giữa chiều là một hồi chuông ngân qua đồng ruộng. Mỗi mùa sếu trở về là một trang mới trong cuốn sách của vùng đất. Và mỗi mùa sếu không về là một khoảng trắng khiến chúng ta phải day dứt.

Nhưng câu chuyện này không nên kết thúc bằng nỗi buồn. Bởi nơi nào con người còn biết day dứt, nơi đó còn hy vọng. Nơi nào nông dân, doanh nghiệp, nhà khoa học và chính quyền còn có thể ngồi lại với nhau để bàn cách làm cho đất khỏe hơn, nước sạch hơn, lúa có giá trị hơn và sếu có đường bay về, nơi đó tương lai vẫn còn mở. Nơi nào một hạt gạo được nhìn không chỉ bằng giá bán, mà bằng trách nhiệm sinh thái, nơi đó nền văn minh lúa nước đang được làm mới.

Có thể một ngày không xa, trên những cánh đồng lúa sinh thái ven Tràm Chim, người ta sẽ kể cho nhau nghe rằng: đã có một thời sếu vắng bóng và cũng đã có một thời con người quyết tâm sửa sai. Người nông dân thay đổi cách canh tác. Doanh nghiệp thay đổi cách liên kết. Nhà khoa học xuống đồng nhiều hơn. Chính quyền kiên trì tạo cơ chế. Cộng đồng học cách tự hào không chỉ vì sản lượng mà vì sự hồi sinh của thiên nhiên. Và rồi, trong một buổi bình minh, những cánh sếu lại hiện lên trên nền trời.

Khi ấy, tiếng reo vui của con người chắc sẽ hòa vào tiếng gió, tiếng nước, tiếng lúa xào xạc. Nhưng có lẽ niềm vui lớn nhất sẽ không nằm ở việc chúng ta nhìn thấy bao nhiêu con sếu. Niềm vui lớn nhất là nhận ra rằng chúng ta đã biết thay đổi để xứng đáng với sự trở về ấy.

Sếu đầu đỏ, trong chiều sâu biểu tượng, là lời nhắc rằng văn minh không chỉ được đo bằng những gì con người xây lên mà còn bằng những gì con người biết giữ lại. Giữ lại đất lành. Giữ lại nước sạch. Giữ lại cánh đồng có sự sống. Giữ lại kỷ ức văn hóa. Giữ lại cơ hội cho những đứa trẻ mai sau được nhìn thấy một loài chim quý bằng mắt thật, chứ không chỉ qua hình ảnh trong sách.

Nền văn minh lúa nước đã cho dân tộc này hạt gạo, làng quê, phong tục, ca dao, tình nghĩa và sức chịu đựng bền bỉ. Giờ đây, trước những thách thức mới, nền văn minh ấy cần được tiếp nối bằng một tầm nhìn mới: tầm nhìn của sự hài hòa. Hài hòa giữa lợi ích kinh tế và trách nhiệm môi trường. Hài hòa giữa doanh nghiệp và nông dân. Hài hòa giữa vùng sản xuất và vùng bảo tồn. Hài hòa giữa bàn tay con người và quy luật tự nhiên.

Nếu làm được điều đó, sếu đầu đỏ sẽ không chỉ là biểu tượng của quá khứ. Sếu sẽ trở thành biểu tượng của tương lai. Một tương lai trong đó hạt gạo Việt Nam không chỉ thơm ngon mà còn tử tế. Một tương lai trong đó người nông dân không chỉ là người sản xuất mà là người gìn giữ hệ sinh thái. Một tương lai trong đó doanh nghiệp nông nghiệp không chỉ bán sản phẩm mà góp phần xây dựng nền văn minh xanh. Một tương lai trong đó những cánh đồng không im lặng vì nghèo sự sống mà rộn ràng bởi lúa, cá, chim, cò, nước và niềm tin.

Câu chuyện về sếu đầu đỏ gắn với nền văn minh lúa nước, vì vậy, không phải là câu chuyện xa xôi. Nó đang nằm ngay dưới chân ta, trong từng thửa ruộng, từng con kênh, từng lựa chọn canh tác, từng chính sách phát triển, từng cam kết của doanh nghiệp, từng thói quen tiêu dùng. Nó hỏi mỗi người chúng ta sẽ đứng ở đâu trong hành trình phục hồi ấy. Đứng ngoài nhìn một biểu tượng mất dần, hay cùng nhau mở lại đường bay?

Tôi tin rằng, khi con người biết cúi xuống với đất bằng lòng biết ơn, biết nhìn lên bầu trời bằng khát vọng trong lành, thì giữa đất và trời sẽ có một đường nối. Đường nối ấy có thể là một bông lúa cúi đầu trong nắng. Cũng có thể là một cánh sếu đầu đỏ bay qua lúc hoàng hôn.

Và khi sếu bay về, không chỉ thiên nhiên trở về.

Khi sếu bay về, kỷ ức trở về.

Khi sếu bay về, niềm tin trở về.

Khi sếu bay về, nền văn minh lúa nước như được soi lại trong tấm gương trong trẻo của đất trời - để nhắc chúng ta rằng: hạt gạo quý nhất không chỉ là hạt gạo nuôi sống con người hôm nay mà là hạt gạo được làm ra theo cách vẫn còn chưa lại sự sống cho ngày mai.

TRƯƠNG CÔNG CỨ

Chủ tịch HĐQT VFC





Gieo niềm tin TRÊN CÁNH ĐỒNG TRÀM CHIM

Hành trình xây dựng vùng lúa sinh thái 140 héc-ta cùng 17 hộ nông dân

Khi được lãnh đạo Tập đoàn PAN tin tưởng giao nhiệm vụ làm Trưởng ban Đề án "Xây dựng vùng lúa sinh thái 140 héc-ta tại Tràm Chim", với 17 hộ nông dân tham gia, bắt đầu từ vụ Đông Xuân 2026 - 2027 và triển khai đến năm 2028, trong tôi có nhiều cảm xúc đan xen.

Đó trước hết là niềm vinh dự. Vinh dự vì được góp phần vào một đề án có ý nghĩa đặc biệt, không chỉ đối với riêng Tập đoàn PAN, không chỉ đối với các công ty thành viên trong hệ sinh thái, mà còn đối với vùng đất Tràm Chim – nơi ruộng đồng, sinh kế nông dân, môi trường sinh thái và hình ảnh đàn sếu đầu đỏ luôn gợi lên trong mỗi chúng ta nhiều suy nghĩ sâu xa.

Nhưng bên cạnh niềm vinh dự ấy, tôi cũng cảm nhận rất rõ trách nhiệm đặt lên vai mình. Bởi đây không đơn thuần là một dự án sản xuất lúa. Đây là một hành trình thử nghiệm cách làm mới, một cam kết đồng hành lâu dài với nông dân, một nỗ lực để chứng minh rằng sản xuất nông nghiệp hiện đại không thể chỉ chạy theo năng suất hay sản lượng, mà phải hướng đến giá trị bền vững hơn: nông dân có thu nhập tốt hơn, doanh nghiệp có vùng nguyên liệu ổn định hơn, và môi trường được gìn giữ tốt hơn cho hôm nay cũng như cho mai sau.

Tràm Chim là một vùng đất đặc biệt. Nơi đây không chỉ có lúa, có nước, có phù sa, có những con người hiền hòa chịu thương chịu khó. Tràm Chim còn mang trong mình một giá trị sinh thái rất riêng. Hình ảnh đàn sếu đầu đỏ từng trở về nơi đây không chỉ là kỷ ức đẹp của Đồng Tháp, mà còn là biểu tượng nhắc nhở chúng ta rằng phát triển nông nghiệp phải biết tôn trọng tự nhiên. Nếu đồng ruộng chỉ còn hóa chất, nếu đất bị khai thác quá mức, nếu nước không còn trong lành, nếu hệ sinh thái bị tổn thương, thì sự phát triển ấy khó có thể gọi là bền vững.

Chính vì vậy, đề án vùng lúa sinh thái Tràm Chim có ý nghĩa vượt ra ngoài phạm vi một mô hình canh tác. Đây là một lời cam kết của hệ sinh thái PAN: chúng ta không chỉ làm nông nghiệp để tạo ra sản phẩm, mà còn làm nông nghiệp để tạo ra giá trị sống. Chúng ta không chỉ bán hạt gạo, mà còn góp phần xây dựng một phương thức sản xuất có trách nhiệm hơn với đất, với nước, với người nông dân và với môi trường.

Tôi tin rằng từ 140 héc-ta đầu tiên, từ 17 hộ nông dân đầu tiên, từ những vụ lúa đầu tiên của giai đoạn 2026 - 2028, chúng ta có thể gieo xuống không chỉ hạt giống lúa, mà còn gieo xuống một niềm tin mới: niềm tin rằng nông nghiệp sinh thái hoàn toàn có thể trở thành một hướng đi thực chất, khả thi và bền vững.

TRƯƠNG CÔNG CỬ

Chủ tịch HĐQT VFC





Tôi yêu màu áo xanh VFC!!!

Cùng các anh Kỹ sư Nông nghiệp đi đồng

Cùng các anh Nhân viên Khử trùng ra khơi

Ồi! Màu mạ non có mặt khắp muôn nơi

Mang mùa vàng Nông gia no ấm

Tô điểm non sông Việt Nam thêm hoa gấm

Sạch môi trường - xanh mát mọi miền thương

Tôi yêu màu áo xanh vẫn vương

Ngũ đức kinh doanh: Nhân - Dũng - Nghiêm - Trí - Tín

Màu áo xanh được bao người tôn kính

Chất lượng rạng ngời ngọn đuốc sáng soi

Giá trị đích thực cho Bạn cho Tôi

Cho những ai biết yêu thương và phụng sự

Cho bao người tận tâm yêu nước

Lao động vinh quang, cống hiến trọn một lòng!!!

NGUYỄN THỊ NGỌC HUYỀN

Bộ phận Marketing Thương hiệu

Sắc Xanh TRÊN VAI

Mỗi chuyến đi cùng VFC là một hành trình đặc biệt. Tôi không chỉ đến với những cánh đồng, vườn cây mà còn đến để lắng nghe những tâm tư, trăn trở của bà con nông dân. Có những ngày nắng gắt, có những ngày mưa dài nhưng điều khiến tôi nhớ nhất vẫn là ánh mắt đầy hy vọng của bà con khi tìm được một giải pháp phù hợp cho mùa vụ.

Tôi tự hào màu áo xanh trên vai - màu xanh của cây lá, của sự sống và của niềm tin. Màu áo ấy nhắc tôi rằng mỗi việc làm, dù nhỏ, đều có thể góp phần mang đến một mùa màng tốt hơn và một nụ cười trọn vẹn hơn.

Con đường phía trước còn nhiều thử thách nhưng tôi sẽ luôn giữ vững tinh thần tận tâm, không ngừng học hỏi và cống hiến. Vì với tôi, được đồng hành cùng bà con và góp sức xây dựng thương hiệu VFC ngày càng vững mạnh chính là niềm tự hào lớn nhất.

Đường quê gió thổi miên man
Áo xanh vũng bước chầm chậm nắng mưa
Lắng nghe từng chuyện sớm trưa
Chung tay gỡ khó cho mùa thêm vui
Mang bao giải pháp đến nơi
Cho cây vững gốc, cho đời nở hoa
Niềm tin gửi lại từng nhà
Thành công nối tiếp niềm vui đong đầy
Tự hào màu áo trên vai
Sắc xanh bền bỉ nối dài tương lai
VFC cùng chung tay
Xin đem tâm huyết dựng xây mùa vàng!

BẠCH HOÀNG HUY

Bộ phận Marketing Thương hiệu

Chuyện hậu trường:

Chú Ba Cà và lần đầu làm... “DIỄN VIÊN TRUYỀN HÌNH”!

Phụ trách sản xuất media ở VFC, có lẽ điều thú vị nhất không chỉ là những thước phim đẹp hay một chương trình phát sóng thành công, mà còn là những câu chuyện “cười ra nước mắt” trong mỗi chuyến đi đồng.

Một buổi sáng đầu tháng, ekip VFC phối hợp cùng Truyền hình Đồng Tháp về xã Phú Thành A, huyện Tam Nông (cũ) ghi hình chương trình về quản lý bệnh lem lép hạt trên lúa. Từ sáng sớm, mọi người đã tắt bật chuẩn bị máy quay, flycam, micro, dựng ánh sáng, kiểm tra kịch bản, phân chia vị trí quay. Ai cũng tranh thủ từng phút vì chỉ cần nắng lên gắt hoặc một cơn mưa bất chợt là cả lịch quay có thể đảo lộn. Đúng lúc ấy, từ xa có một người đàn ông chạy xe đến.

Áo sơ mi trắng được ủi thẳng tắp!

Quần tây đóng thùng!

Giày da bóng loáng!

Mái tóc vuốt keo mượt rượt!

Nhìn phong thái, cả ekip đều nghĩ thầm: “Chắc cán bộ địa phương hay lãnh đạo xã xuống hỗ trợ.”

Anh bước xuống xe, rất tự nhiên hỏi:

- Đang chuẩn bị quay phim hả? Kịch bản có gửi bữa thứ Ba tuần rồi đúng không?

Cả đoàn nhìn nhau đầy dấu hỏi. “Sao người này biết cả chuyện gửi kịch bản?”

Đúng lúc đó, nhân viên địa bàn chạy xe tới, vừa nhìn thấy đã cười tươi:

- Ủa, chú Ba mới qua hả!

Hóa ra... đây chính là một trong ba nông dân tham gia ghi hình.

Thấy mọi người còn ngơ ngác, chú Ba cười hiền:

- Tại mấy khi được lên tivi đâu, nên mặc đồ đẹp chút.

Không ai bảo ai, cả đoàn bật cười. Tiếng cười không phải vì bộ đồ của chú, mà vì sự chần chừ, háo hức và dễ thương của một người nông dân lần đầu tham gia ghi hình.

Điều bất ngờ hơn là chú còn lấy bản kịch bản đã được gấp gọn trong túi áo ra xem rất kỹ. Chú đọc từng câu rồi hỏi đạo diễn:

- Chú nói vậy được không?

Lát sau chú lại hỏi:

- Hay đổi chữ này nghe tự nhiên hơn hông?

Rồi vài phút sau...

- Đoạn này chú nói trước hay để anh kia nói trước?

Cả ekip chỉ biết nhìn nhau cười thầm. Không ai ngờ trước sự nghiêm túc của một “diễn viên nông dân”. Tác phong ấy chuyên nghiệp đến mức nhiều người trong đoàn còn đùa: “Mai một chú đi quay thường xuyên được rồi!”

Buổi quay hôm đó có ba chú nông dân cùng tham gia. Mọi người ngồi thành vòng tròn với đạo diễn, cùng rà lại từng ý chính trong kịch bản, phân chia ai trả lời đoạn nào. Trong ba người, có chú Ba Cà Gió là người hoạt bát nhất, mình cũng không hiểu tại sao chú lại có cái tên được mấy chú đặt cho như vậy, cũng định hỏi mà loay hoay lại quên. Chú nói chuyện rất lưu loát, góp ý liên tục, còn mạnh dạn hướng dẫn hai chú còn lại:

- Đoạn này để tui nói trước nghe!

- Khúc đó anh nói tiếp là đẹp!

Nhìn cách chú trao đổi, ai cũng nghĩ hôm nay sẽ “ăn” ngay từ lần quay đầu tiên.

Đến lúc máy quay vào vị trí!

MC nữ của Truyền hình Đồng Tháp nở nụ cười rất tươi, đặt đúng câu hỏi như trong kịch bản:

- Theo chú, bà con mình cần lưu ý gì để hạn chế bệnh lem lép hạt trong vụ Hè Thu?

Ổng kính hướng về chú Ba.

Micro đã mở.

Cả đoàn nín thở.

Chú nhìn thẳng vào máy quay...

Im lặng khoảng năm giây...

Rồi chú bỗng lắp bắp:

- Cái... cái... cái... bệnh lem lép hạt này... thì... thì... thì... không thể xem thường được...

Chưa nói hết câu, cả đoàn đã ôm bụng cười. Chính chú cũng bật cười theo, gãi đầu ngượng ngịu:

- Hồi này nói ngon lành, sao giờ thấy cái máy quay là quên sạch trơn!

Không khí buổi ghi hình vì thế càng trở nên vui vẻ. Sau vài lần lấy lại bình tĩnh, chú Ba đã hoàn thành phần chia sẻ rất tự nhiên. Đến cuối buổi, khi xem lại những thước phim vừa quay, chú cười tươi:

- Vậy là mai một con cháu mở tivi sẽ nhận ra ông nội nó rồi!

Mỗi chuyến đi đồng đều để lại những khung hình đẹp, nhưng đôi khi điều còn đọng lại lâu hơn chính là những khoảnh khắc mộc mạc, giản dị như thế. Những người nông dân chơn chất, lần đầu đứng trước máy quay với tất cả sự hồi hộp, chần chừ và chân thành đã vô tình mang đến cho cả ekip một ngày làm việc đầy ắp tiếng cười.

Có lẽ, đó cũng là một trong những “đặc sản” đẹp nhất của nghề làm media nông nghiệp.

NGUYỄN VĂN ĐÀM

Bộ phận Marketing Thương hiệu



CHƯƠNG 05

TỔNG KẾT

TRANG 131 - TRANG 139

THÔNG điệp của Tổng Giám đốc - GIAI ĐOẠN 2026-2030

Chuẩn hóa Để BỨT PHÁ

Mỗi giai đoạn phát triển của doanh nghiệp đều đặt ra những yêu cầu khác nhau.

Có giai đoạn cần mở rộng quy mô. Có giai đoạn cần tập trung phát triển thị trường, đầu tư công nghệ, xây dựng sản phẩm và củng cố nguồn lực. Nhưng cũng có những thời điểm, để có thể đi nhanh hơn và xa hơn, doanh nghiệp phải chủ động củng cố lại chính nền tảng vận hành của mình.



Đối với VFC, sau hành trình 50 năm hình thành và phát triển, chúng ta đang bước vào một giai đoạn mới với những cơ hội lớn hơn, nhưng đồng thời cũng đối diện những yêu cầu cao hơn về năng lực quản trị, chất lượng tăng trưởng, tốc độ đổi mới và khả năng thích ứng.

Những thành tựu của 50 năm qua là nền tảng đáng trân trọng. Uy tín thương hiệu, kinh nghiệm thị trường, hệ thống khách hàng, năng lực đội ngũ, quan hệ đối tác và vị thế của VFC trong các lĩnh vực Nông dược, Khử trùng và PCO là những tài sản quý giá được nhiều thế hệ dày công xây dựng.

Nhưng chúng ta cũng phải nhìn nhận một cách rõ ràng:

“

Những gì đã tạo nên thành công trong quá khứ chưa chắc đã đủ để bảo đảm thành công trong tương lai.

Khi quy mô doanh nghiệp lớn hơn, thị trường biến động nhanh hơn, yêu cầu của khách hàng và đối tác cao hơn, công nghệ thay đổi sâu rộng hơn và các chuẩn mực về minh bạch, tuân thủ, môi trường và phát triển bền vững

ngày càng khắt khe, VFC không thể chỉ dựa vào kinh nghiệm, sự tận tâm hay nỗ lực riêng lẻ của từng cá nhân.

Chúng ta cần một năng lực mới. Đó là năng lực quản trị của một doanh nghiệp hiện đại.

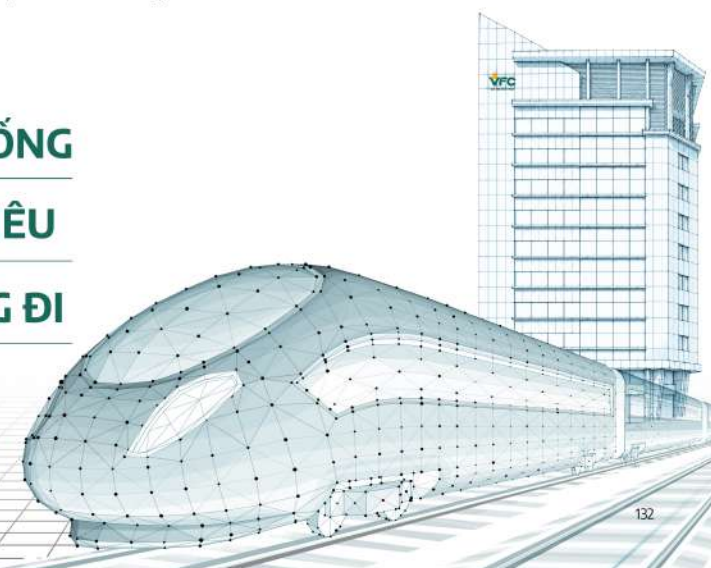
Vì vậy, bước vào giai đoạn chiến lược 2026-2030, VFC xác định chuẩn hóa là một trong những nền tảng trọng yếu của tiến trình đổi mới và phát triển.

Chuẩn hóa không phải để tăng thủ tục

Tôi muốn nhấn mạnh một điều: chuẩn hóa không có nghĩa là xây dựng thêm thật nhiều quy trình, ban hành thêm thật nhiều quy định hay tạo ra thêm các tầng nấc kiểm soát.

Nếu chuẩn hóa chỉ làm cho công việc chậm hơn, trách nhiệm không rõ hơn, phối hợp không tốt hơn và kết quả không cao hơn, thì đó không phải là chuẩn hóa mà VFC hướng đến.

1 HỆ THỐNG MỤC TIÊU HƯỚNG ĐI



Với chúng ta:

- Chuẩn hóa là để rõ người - rõ việc - rõ trách nhiệm - rõ thẩm quyền - rõ kết quả.
- Chuẩn hóa là để một công việc không phụ thuộc quá nhiều vào một cá nhân.
- Chuẩn hóa là để các đơn vị phối hợp trên cùng một nguyên tắc.
- Chuẩn hóa là để người được giao quyền có đủ không gian hành động và đồng thời chịu trách nhiệm về kết quả.
- Chuẩn hóa là để dữ liệu trở thành cơ sở của quyết định.
- Chuẩn hóa là để rủi ro được nhận diện sớm hơn, thay vì chỉ xử lý khi sự việc đã xảy ra.

Và quan trọng nhất, chuẩn hóa là để toàn bộ hệ thống có thể vận hành hiệu quả hơn khi quy mô VFC tiếp tục mở rộng.

Trong tiến trình đổi mới vừa qua, chúng ta đang từng bước chuyển đổi:

- Từ quản trị dựa nhiều vào kinh nghiệm sang quản trị dựa trên hệ thống.
- Từ xử lý sự vụ sang quản trị theo mục tiêu.
- Từ phối hợp dựa nhiều vào quan hệ cá nhân sang phối hợp theo vai trò và trách nhiệm rõ ràng.
- Từ báo cáo thiên về mô tả sang quản trị bằng dữ liệu.
- Từ tư duy đề xuất sang tư duy cam kết.
- Từ phản ứng với rủi ro sang chủ động nhận diện, phòng ngừa và kiểm soát.

Đây không phải là những thay đổi riêng lẻ.

Đây là quá trình VFC từng bước tái định hình năng lực quản trị doanh nghiệp.

Chuẩn hóa phải đi từ bên trong đến mọi giá trị VFC tạo ra

Nhưng chuẩn hóa tại VFC không thể chỉ dừng lại ở cơ cấu tổ chức, quy chế, quy trình hay phương thức quản trị nội bộ.

Nếu chỉ chuẩn hóa bên trong mà khách hàng chưa cảm nhận được sự khác biệt, đối tác chưa thấy rõ tính chuyên nghiệp, cơ quan quản lý chưa gia tăng niềm tin, cổ đông chưa nhìn thấy chất lượng quản trị tốt hơn và xã hội chưa nhận diện rõ hơn trách nhiệm của doanh nghiệp, thì tiến trình chuẩn hóa vẫn chưa tạo ra đầy đủ giá trị.

Vì vậy, VFC phải hướng đến một phạm vi chuẩn hóa rộng hơn và sâu hơn:

“

Chuẩn hóa từ quản trị đến vận hành. Từ sản phẩm đến dịch vụ. Từ chất lượng chuyên môn đến trải nghiệm khách hàng. Từ cách làm việc đến cách giao tiếp. Từ hành vi cá nhân đến hình ảnh doanh nghiệp.

Chuẩn hóa sản phẩm

Mỗi sản phẩm mang thương hiệu VFC không chỉ cần đáp ứng yêu cầu pháp lý và tiêu chuẩn chất lượng. Chúng ta phải từng bước chuẩn hóa toàn bộ chuỗi giá

trị của sản phẩm: từ lựa chọn đối tác, nguồn cung và công nghệ; nghiên cứu, thử nghiệm và đánh giá hiệu quả; đăng ký và tuân thủ; kiểm soát chất lượng; bao bì, nhãn hiệu và thông tin sản phẩm; đến hướng dẫn sử dụng, hỗ trợ kỹ thuật, theo dõi hiệu quả thực tế và tiếp nhận phản hồi từ thị trường.

Đối với VFC, một sản phẩm tốt không chỉ là sản phẩm bán được. **Một sản phẩm tốt phải tạo ra hiệu quả thực tế, được sử dụng đúng, an toàn, có trách nhiệm và góp phần xây dựng niềm tin lâu dài với khách hàng.**

Chuẩn hóa dịch vụ

Trong Nông dược, Khử trùng hay PCO, khách hàng ngày càng không chỉ đánh giá doanh nghiệp qua sản phẩm hay kết quả cuối cùng. Họ đánh giá toàn bộ quá trình làm việc với VFC: tốc độ phản hồi, chất lượng tư vấn, tính chính xác của thông tin, năng lực chuyên môn, thái độ phục vụ, khả năng xử lý vấn đề và trách nhiệm sau khi hoàn thành giao dịch.

Vì vậy, mỗi dịch vụ của VFC cần được định hình bằng những tiêu chuẩn rõ ràng về chất lượng, an toàn, thời gian, trách nhiệm, khả năng phản hồi và trải nghiệm khách hàng.

Chúng ta không chỉ cung cấp một sản phẩm hay hoàn thành một dịch vụ. Chúng ta phải tạo ra sự an tâm khi khách hàng lựa chọn VFC.

Chuẩn hóa giao tiếp, làm việc và ứng xử

Chuẩn hóa cũng phải thể hiện trong cung cách giao tiếp, làm việc và ứng xử: mỗi cuộc gặp với khách hàng, mỗi buổi làm việc với đối tác, mỗi văn bản gửi đến cơ quan quản lý chuyên môn, mỗi báo cáo cung cấp cho Hội đồng Quản trị và cổ đông, mỗi cuộc trao đổi nội bộ, mỗi phản hồi khi có vấn đề phát sinh, mỗi hành vi của cán bộ quản lý và người lao động - tất cả đều góp phần hình thành hình ảnh VFC.

Chúng ta phải nhận thức rằng mỗi cán bộ, nhân viên VFC, trong phạm vi công việc của mình, đều là một đại diện của thương hiệu VFC.

Vì vậy, tính chuyên nghiệp không thể chỉ xuất hiện trong những sự kiện lớn hay những cuộc gặp quan trọng. Tính chuyên nghiệp phải được thể hiện trong những điều hằng ngày: đúng giờ, đúng cam kết, chuẩn bị đầy đủ, trao đổi rõ ràng, phản hồi kịp thời, tôn trọng người khác, chịu trách nhiệm đến cùng và ứng xử phù hợp ngay cả khi có bất đồng.



Chuẩn hóa đối với từng nhóm liên quan

Đối với khách hàng, chúng ta phải chuẩn hóa để tạo ra sự tin cậy và trải nghiệm nhất quán.

Đối với đối tác, chúng ta phải chuẩn hóa để khẳng định năng lực hợp tác, tính chuyên nghiệp và khả năng thực thi cam kết.

Đối với các cơ quan quản lý nhà nước và cơ quan quản lý chuyên môn, chúng ta phải chuẩn hóa để thể hiện tinh thần tuân thủ, minh bạch, trách nhiệm và hợp tác.

Đối với cổ đông, chúng ta phải chuẩn hóa để nâng cao chất lượng quản trị, trách nhiệm giải trình, hiệu quả sử dụng nguồn lực và niềm tin vào năng lực phát triển dài hạn của doanh nghiệp.

Đối với cộng đồng và xã hội, chúng ta phải chuẩn hóa để khẳng định rằng VFC không chỉ theo đuổi hiệu quả kinh doanh, mà còn ý thức đầy đủ về trách nhiệm đối với môi trường, người lao động, nông dân, cộng đồng và sự phát triển bền vững của nền nông nghiệp Việt Nam.

Từ góc nhìn đó, chuẩn hóa không còn là một công việc nội bộ.

“

Chuẩn hóa từ quản trị đến vận hành. Từ sản phẩm đến dịch vụ. Từ chất lượng chuyên môn đến trải nghiệm khách hàng. Từ cách làm việc đến cách giao tiếp. Từ hành vi cá nhân đến hình ảnh doanh nghiệp.

Một hệ thống - Một mục tiêu - Một hướng đi

Trong một tổ chức đang phát triển, sự khác biệt về cách làm đôi khi có thể tạo ra tính linh hoạt. Nhưng khi doanh nghiệp bước vào giai đoạn tăng trưởng với quy mô lớn hơn, tốc độ nhanh hơn và yêu cầu cao hơn, sức mạnh không thể chỉ đến từ những cá nhân xuất sắc.

Sức mạnh phải đến từ cả hệ thống.

Một doanh nghiệp có thể có con người giỏi, sản phẩm tốt, thương hiệu mạnh và nhiều cơ hội trên thị trường. Nhưng nếu mỗi đơn vị vận hành theo một cách riêng, mỗi bộ phận theo đuổi một ưu tiên khác nhau, mỗi cấp quản lý sử dụng một tiêu chuẩn khác nhau và dữ liệu không được kết nối, thì nguồn lực sẽ bị phân tán, tốc độ ra quyết định sẽ chậm lại và cơ hội phát triển có thể bị bỏ lỡ.

Vì vậy, trước khi nghĩ đến việc đi nhanh hơn, chúng ta phải bảo đảm rằng toàn VFC đang cùng nhìn về một hướng. Đó là lý do tôi lựa chọn thông điệp:

“

*Một hệ thống
Một mục tiêu
Một hướng đi*

Một hệ thống là một VFC vận hành trên những nguyên tắc quản trị thống nhất; có sự phân định rõ vai trò, trách nhiệm và thẩm quyền; có cơ chế phối hợp xuyên suốt; có dữ liệu ngày càng đồng bộ; có khả năng kết nối nguồn lực để tạo ra giá trị chung.

Một mục tiêu không có nghĩa tất cả cùng làm một việc. Mỗi ngành kinh doanh, mỗi phòng ban, mỗi đơn vị và mỗi cá nhân có chức năng khác nhau. Nhưng tất cả phải hiểu rõ mình đóng góp như thế nào vào mục tiêu chung của Công ty.

Chiến lược phải được chuyển hóa thành mục tiêu. Mục tiêu phải được chuyển hóa thành kế hoạch. Kế hoạch phải được chuyển hóa thành hành động. Và hành động phải được đo bằng kết quả.

Một hướng đi là sự thống nhất từ chiến lược đến thực thi. Định hướng của Hội đồng Quản trị và Ban Điều hành chỉ thực sự có giá trị khi được chuyển hóa thành nhận thức chung và hành động nhất quán trong toàn hệ thống.

Khi mỗi người hiểu vì sao phải thay đổi, biết mình phải làm gì, được trao quyền trong phạm vi rõ ràng và chịu trách nhiệm về kết quả, đổi mới sẽ không còn là một chương trình do Ban Lãnh đạo thúc đẩy.

Đổi mới khi đó trở thành năng lực tự thân của tổ chức

Một năm đổi mới: Chúng ta đã bắt đầu thay đổi nền tảng

Trong hơn một năm qua, VFC đã triển khai nhiều chương trình đổi mới trên các lĩnh vực trọng yếu.

Chúng ta rà soát mô hình tổ chức và phương thức điều hành; từng bước hoàn thiện cơ chế phân công, phân quyền; chuẩn hóa quy trình vận hành và cơ chế phối hợp; tăng cường quản trị tài chính, quản trị rủi ro và kiểm soát tuân thủ; đổi mới chính sách nhân sự, tiền lương và đánh giá kết quả theo hướng minh bạch hơn, gắn trách nhiệm với đóng góp.

Chúng ta chuẩn hóa hệ thống báo cáo, từng bước nâng cao chất lượng dữ liệu quản trị; thúc đẩy ứng dụng công nghệ và chuyển đổi số trong quản trị, kinh doanh và marketing; củng cố năng lực thương hiệu, phát triển sản phẩm, kỹ thuật, chuỗi cung ứng và phối hợp liên chức năng.

Mỗi chương trình có một mục tiêu riêng. Nhưng tất cả đều hướng đến mục tiêu lớn hơn:

“

Xây dựng VFC trở thành một doanh nghiệp được quản trị minh bạch hơn, vận hành hiệu quả hơn, ra quyết định nhanh hơn, kiểm soát rủi ro chủ động hơn và thích ứng tốt hơn trước những biến động của thị trường.

Đây cũng chính là nền tảng để VFC triển khai chiến lược 2026-2030 trên ba trụ cột xuyên suốt:

Quản trị minh bạch - Chuyển đổi số - Chuyển đổi xanh

Quản trị minh bạch để tạo ra kỷ cương, trách nhiệm giải trình và niềm tin.

Chuyển đổi số để tạo ra dữ liệu, tốc độ, khả năng kết nối và năng suất.

Chuyển đổi xanh để hướng VFC đến mô hình tăng trưởng bền vững hơn, phù hợp với xu thế của nền nông nghiệp hiện đại và yêu cầu ngày càng cao của thị trường, đối tác và xã hội.

Ba trụ cột này không tồn tại độc lập. Chúng phải được kết nối trên cùng một nền tảng quản trị và cùng phục vụ một mục tiêu: nâng cao năng lực cạnh tranh dài hạn của VFC.

Thành quả lớn nhất là sự thay đổi trong nhận thức.

Sau một năm, điều tôi đánh giá cao nhất không phải là số lượng quy trình đã ban hành, số quy chế đã hoàn thiện hay số công cụ mới đã được áp dụng.

Thành quả quan trọng nhất là sự chuyển biến trong nhận thức của đội ngũ.

Kết quả khảo sát các cấp quản lý trong toàn hệ thống cho thấy mức độ đánh giá về sự cần thiết của đổi mới đạt 8,96/10, và không có ý kiến nào cho rằng đổi mới là không cần thiết.

KẾT QUẢ KHẢO SÁT

8.96/10

mức độ đánh giá sự cần thiết của đổi mới - không có ý kiến nào cho rằng đổi mới là không cần thiết



Đối với tôi, con số này mang một ý nghĩa rất quan trọng. Nó cho thấy trong VFC đang dần hình thành một nhận thức chung:

Đổi mới không còn là một lựa chọn. Đổi mới là điều kiện để phát triển.

Khi đội ngũ hiểu rằng chuẩn hóa không nhằm tăng thủ tục mà để giảm sự tùy nghi; phân quyền không phải là buông lỏng quản lý mà để tăng tốc độ và trách nhiệm; kiểm soát không nhằm hạn chế hành động mà để bảo vệ doanh nghiệp; dữ liệu không chỉ để báo cáo mà để ra quyết định; KPI không chỉ để đánh giá mà để kết nối mục tiêu cá nhân với mục tiêu tổ chức – khi đó, tiến trình đổi mới mới thực sự đi vào chiều sâu.

Chúng ta đã thay đổi, nhưng chưa thể hài lòng

Tôi cũng muốn nói rõ rằng: VFC mới chỉ bắt đầu.

Một năm là đủ để tạo ra những chuyển động quan trọng, nhưng chưa đủ để thay đổi hoàn toàn một hệ thống đã hình thành và phát triển trong nhiều thập kỷ.

Chúng ta vẫn còn những điểm phải tiếp tục cải thiện: sự phối hợp giữa một số đơn vị chưa thực sự đồng bộ; kỷ luật thực thi quy trình chưa đồng đều; chất lượng và tính kết nối của dữ liệu còn hạn chế; quản trị theo KPI chưa đi vào chiều sâu ở tất cả các cấp; phân quyền ở một số nơi chưa gần đầy đủ với trách nhiệm giải trình; chuyển đổi số chưa đạt tốc độ như kỳ vọng; năng lực quản lý của đội ngũ trung gian cần tiếp tục được nâng cao.

Và đặc biệt, khoảng cách từ chiến lược đến thực thi vẫn là một thách thức mà toàn hệ thống phải cùng giải quyết.

Chúng ta không né tránh những hạn chế đó.

Bởi đổi mới thực chất không bắt đầu từ việc khẳng định mọi thứ đã tốt. Đổi mới bắt đầu từ khả năng nhìn thẳng vào những gì chưa tốt, nhận diện đúng vấn đề, lắng nghe phản hồi từ thực tiễn và hành động để cải thiện.

Quan điểm của tôi rất rõ ràng:

“

Không cầu toàn ngay từ bước đầu, nhưng phải cầu thị trong từng bước tiến.

Không thay đổi vì hình thức, mà thay đổi để tạo ra hiệu quả.

Không chuẩn hóa để tăng thủ tục, mà chuẩn hóa để nâng cao năng lực vận hành và chất lượng phục vụ.

Không chuyển đổi số để có thêm phần mềm, mà để thay đổi phương thức quản trị và ra quyết định.

Không nói về chiến lược nếu chiến lược không được chuyển hóa thành trách nhiệm và kết quả.

2026 - 2030: VFC phải xây dựng năng lực tăng trưởng mới

Giai đoạn 2026 - 2030 sẽ mở ra nhiều cơ hội, nhưng cũng đặt ra những yêu cầu hoàn toàn mới.

VFC không chỉ hướng đến tăng trưởng về doanh thu hay quy mô.

Chúng ta phải xây dựng một doanh nghiệp có năng lực quản trị tốt hơn, năng lực thương mại hóa mạnh hơn, khả năng tích hợp nguồn lực tốt hơn và sức cạnh tranh bền vững hơn.

Trên nền tảng 50 năm kinh nghiệm, uy tín và năng lực thị trường, VFC sẽ tiếp tục củng cố các lĩnh vực kinh doanh cốt lõi; nâng cao năng lực Nông dược, Khử trùng và PCO; phát triển các giải pháp nông nghiệp cây trồng theo hướng tích hợp; từng bước gia tăng tỷ trọng các giải pháp sinh học, hữu cơ và bền vững; mở rộng hợp tác chiến lược; thúc đẩy ứng dụng công nghệ và dữ liệu; đồng thời nâng cao năng lực thương mại hóa các sản phẩm, công nghệ và giải pháp mới. Để làm được điều đó, VFC cần nhiều hơn những ý tưởng tốt.

- Chúng ta cần một hệ thống đủ mạnh để biến chiến lược thành hành động.
- Cần một cơ chế quản trị đủ minh bạch để tạo niềm tin.
- Cần một nền tảng dữ liệu đủ tốt để hỗ trợ quyết định.

- Cần một đội ngũ đủ năng lực để được trao quyền và chịu trách nhiệm.
- Cần những sản phẩm và dịch vụ đủ chất lượng để tạo ra giá trị thực chất cho khách hàng.
- Cần một chuẩn mực giao tiếp, làm việc và ứng xử đủ chuyên nghiệp để mỗi điểm tiếp xúc đều góp phần nâng cao hình ảnh VFC.
- Cần một văn hóa đủ cởi mở để đổi mới nhưng cũng đủ kỷ luật để thực thi.

Và trên hết, chúng ta cần sự thống nhất của toàn hệ thống về mục tiêu và hướng đi.

Nếu vị thế của VFC hôm nay được tạo dựng bằng tinh thần tiên phong, bản lĩnh vượt khó, uy tín với khách hàng, sự tin cậy của đối tác và sự đồng hành bền bỉ cùng nền nông nghiệp Việt Nam, thì chặng đường phía trước đòi hỏi chúng ta phải bổ sung thêm một năng lực mới:

Năng lực quản trị của một doanh nghiệp hiện đại.

Tôi tin rằng VFC có đủ nền tảng để bước vào giai đoạn phát triển mới.

Nhưng niềm tin chỉ có ý nghĩa khi được chuyển hóa thành hành động.

Chiến lược chỉ có giá trị khi được thực thi.

Mục tiêu chỉ có thể trở thành kết quả khi mỗi cá nhân, mỗi đơn vị và mỗi cấp quản lý cùng chịu trách nhiệm về phần việc của mình.

Và thương hiệu chỉ thực sự có giá trị khi những gì chúng ta cam kết được thể hiện nhất quán qua từng sản phẩm, từng dịch vụ, từng quyết định, từng cuộc gặp và từng hành vi của mỗi con người VFC.

Bởi sự bứt phá không chỉ bắt đầu từ những mục tiêu lớn hơn.

Sự bứt phá bắt đầu từ một nền tảng vững chắc hơn.

Và chuẩn hóa chính là nền tảng để VFC kết nối sức mạnh của con người, hệ thống, sản phẩm, dịch vụ, dữ liệu, công nghệ và văn hóa thực thi; từ đó nâng cao giá trị doanh nghiệp, củng cố niềm tin của khách hàng, đối tác, cơ quan quản lý, cộng đồng và xã hội, đồng thời hình thành năng lực tăng trưởng mới cho giai đoạn 2026-2030.



Một hệ thống. Một mục tiêu. Một hướng đi.

Chuẩn hóa để vững nền tảng.

Đổi mới để nâng cao năng lực.

Bứt phá để kiến tạo tương lai.

TRẦN VĂN DŨNG

Tổng Giám Đốc VFC

BAN BIÊN TẬP

Trần Văn Dũng

Trưởng Ban

Nguyễn Duy Nhất Vương

Thành viên

Nguyễn Thị Ngọc Huyền

Thành viên

Huỳnh Ngọc Thảo Uyên

Thành viên

Hồ Cao Khánh Thy

Thành viên

Nguyễn Trường An

Thiết kế

Diệp Thế Vinh

Thiết kế

TẬP SAN #1 - KỶ I.2026

Tòa nhà VFC, 29 Tôn Đức Thắng, phường Sài Gòn, TP. Hồ Chí Minh

Điện thoại: (028) 3822 8097

Email: brand.marketing@vfc.com.vn

Website: www.vfc.com.vn

