

# NGÀNH SỮA VIỆT NAM TRONG NỀN KINH TẾ HỘI NHẬP CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

Th.S Lê Thị Thanh Hảo

Khoa Kế toán & Quản trị kinh doanh

## 1. Xu thế hội nhập của ngành sữa Việt Nam.

Hội nhập kinh tế quốc tế là một chủ trương lớn của Đảng và là một bộ phận quan trọng, xuyên suốt của công cuộc đổi mới, trở thành động lực quan trọng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế cũng như tạo sức mạnh tổng hợp nhằm nâng cao sức cạnh tranh và khẳng định vị thế của Việt Nam.

Với quan điểm hội nhập là con đường nhanh nhất để rút ngắn khoảng cách với các nước trong khu vực và trên thế giới, đồng thời phát huy lợi thế và tìm cách khắc phục hạn chế thông qua việc học hỏi kinh nghiệm của các nước, giai đoạn 1995 tới 2021 đã chứng kiến sự chủ động và tích cực của Việt Nam trong việc tham gia vào các thiết chế kinh tế đa phương và khu vực như: Gia nhập Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) năm 1995, là thành viên sáng lập của Diễn đàn Kinh tế Á-Âu (ASEM) năm 1998; thành viên Diễn đàn Hợp tác Kinh tế Châu Á- Thái Bình Dương (APEC), và đặc biệt là việc trở thành thành viên thứ 150 của Tổ chức Thương mại thế giới năm (WTO) năm 2007. Không những vậy, năm 2019 Việt Nam đã chính thức tham gia Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP); đàm phán thành công và được Quốc hội Việt Nam, Hội đồng Châu Âu thông qua Hiệp định tự do thương mại giữa Việt Nam – Liên minh Châu Âu 2020 (EVFTA)...Tất cả những điều đó là minh chứng cho sự đánh giá cao của thế giới, khu vực và đối tác nước ngoài về những nỗ lực của Việt Nam trong tiến trình hội nhập và khẳng định sự chuẩn bị chu đáo, đầy đủ của nước ta trong việc hội nhập toàn diện với khu vực và thế giới.

Trong quá trình hội nhập sâu, rộng của nền kinh tế, ngành nông nghiệp không chỉ khẳng định vai trò là trụ đỡ của nền kinh tế mà còn vươn mình trở thành ngành kinh tế năng động, phát triển bền vững và tham gia sâu vào hội nhập thế giới. Đặc biệt trong 2 năm qua, trong khi nhiều ngành, nhiều lĩnh vực bị ảnh hưởng trầm trọng của đại dịch Covid-19 thì nông nghiệp đã đảm bảo vững chắc an ninh lương thực quốc gia, thặng dư xuất khẩu cao, mang lại ngoại tệ cho đất nước, tạo việc làm và thu nhập ổn định cho người dân góp phần quan trọng ổn định kinh tế-chính trị-xã hội và phát triển đất nước...đóng góp vào tăng trưởng kinh tế đạt 2,91% (thuộc nhóm tăng trưởng cao nhất) năm 2020 (Tổng cục Thống kê, 2020).

Ngành sữa Việt Nam trong thời gian qua cũng đã chuyển mình để tận dụng các cơ hội trong quá trình hội nhập theo xu hướng:

+ ***Quốc tế hóa: liên kết và hợp nhất trong sản xuất và tiêu thụ*** giữa Việt Nam và một số nước như mô hình của Tập đoàn TH tại Nga. Theo, Quyết Thắng (2019) Tập đoàn TH đầu tư sang Liên bang Nga từ năm 2015 trong bối cảnh nước Nga gặp khó khăn vì cấm vận, thiếu hụt lương thực, đặc biệt là các sản phẩm về sữa. Theo số liệu thống kê từ 2013 đến năm 2017, lượng sữa nguyên liệu tại Nga tự sản xuất được khoảng 20 triệu tấn, chiếm 76% lượng sữa nguyên liệu sản xuất, lượng sữa thiếu nhập khẩu từ nước ngoài chiếm 24%, tương đương 7 triệu tấn/năm. Tập đoàn TH định hướng chiến lược đầu tư các dự án tổ hợp chăn nuôi bò sữa và chế biến sữa vào các tỉnh hiện đang thiếu hụt sữa tại Liên bang Nga. Chiến lược đi theo bản đồ thiếu sữa của Liên bang Nga không chỉ đảm bảo tính khả thi của dự án, giảm thiểu tối đa chi phí, thời gian vận chuyển và công tác phân phối sản phẩm, mà còn góp phần cùng nhà nước và nhân dân Nga tăng tự chủ về sữa và các sản phẩm sữa, đồng thời hướng tới xuất khẩu đến các thị trường quốc tế, đặc biệt là thị trường Trung Quốc và Châu Á – Thái Bình Dương. Tập đoàn TH đã thành lập công ty, xây dựng trang trại, nhà máy, khu chứa thức ăn gia súc, nhập khẩu Bò Mỹ vào Nga. Tính đến cuối năm 2019, tổng đàn bò của TH tại 4 vùng đang triển khai dự án của TH tại

Nga lên đến 2.000 con, khi sản lượng bình quân đạt 38-40 lít/ngày, có con lên tới 45 lít/ngày, cao hơn rất nhiều so với năng suất sữa hiện tại của bò sữa trên toàn nước Nga, chỉ là 15-20 lít/ ngày và chất lượng sữa, thì giống như ở Việt Nam, chất lượng sữa của TH luôn được đánh giá thuộc top đầu.

+ **Tăng tính cạnh tranh trong ngành:** Ngành sữa Việt Nam được đánh giá là đã có bước phát triển khá nhanh với chỉ 1-2 nhà sản xuất và phân phối sữa vào thời điểm trước những năm 1992 thì đến năm 2005 cả nước có 39 doanh nghiệp. Sau hơn 10 năm số doanh nghiệp này đã tăng gấp đôi. Tính đến năm 2016 đã tăng lên hơn 80 doanh nghiệp với hàng trăm nhãn hiệu, hầu hết đều đã tham gia là thành viên của Hiệp hội Sữa Việt Nam. Trong đó, các doanh nghiệp sản xuất sữa có quy mô vừa và lớn gồm 10 doanh nghiệp với tổng cộng 26 nhà máy chế biến sữa (trong đó riêng Vinamilk có 13 nhà máy) còn lại chủ yếu là các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ.

Bên cạnh đó là sự thâm nhập của các thương hiệu sữa nước ngoài như Abbott, Babysan, Dumex, Dutch Lady (Frieslandcampina), Meiji, Nestlé... Sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp sản xuất, chế biến sữa trong nước với các thương hiệu sữa nhập ngoại làm cho ngành sữa Việt Nam đứng trước các thách thức lớn nhưng cũng có không ít cơ hội để phát triển và chiếm lĩnh thị trường.

+ **Tăng cường đầu tư vào việc nghiên cứu, áp dụng tiến bộ KH kỹ thuật:** như: Nhập khẩu trang thiết bị, dây chuyền sản xuất hiện đại từ nước ngoài; Ứng dụng công nghệ 4.0 trong chăn nuôi bò sữa; tiêu thụ sản phẩm qua kênh thương mại điện tử bên cạnh việc duy trì kênh tiêu thụ truyền thống;

Xu thế hội nhập này cũng đã tạo ra nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp sản xuất sữa trong tăng chất lượng, số lượng sản phẩm và đạt hiệu quả cao, trong đó Công ty cổ phần sữa Việt Nam là một điển hình. Tính đến năm 2020, Vinamilk đang sở hữu 12 trang trại tổng đàn bò quản lý và khai thác sữa đạt xấp xỉ 150.000 con, giúp cung ứng cho thị trường trên 1.000 tấn sữa tươi nguyên liệu/ngày (Công ty cổ phần sữa Việt Nam, 2020). Dù điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng của Việt Nam không thuận lợi cho chăn nuôi bò sữa, nhưng nhờ ứng

dụng công nghệ và đầu tư bài bản, hiện năng suất và chất lượng sữa của đàn bò sữa Vinamilk đều tăng trưởng tốt, công nghệ chăn nuôi đã tiệm cận với các nước phát triển trên thế giới.

Trang trại bò sữa Tây Ninh được Vinamilk đầu tư hơn 1.200 tỷ đồng (tương đương 50 triệu USD) để xây dựng, hiện có hơn 8.000 bò, bê sữa với diện tích đồng cỏ lên đến hơn 500ha, là trang trại tiên phong ứng dụng công nghệ 4.0 trong tất cả các khâu quản lý và chăn nuôi bò sữa (hình 1).



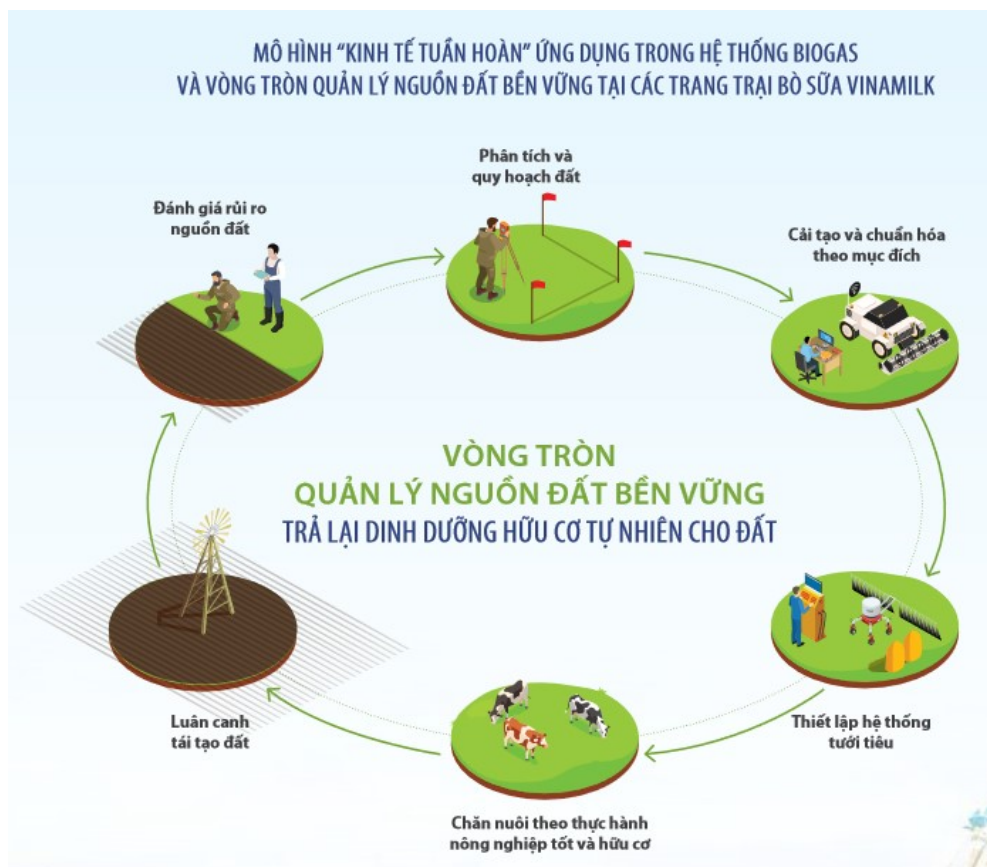
**Hình 1: Mô hình ứng dụng công nghệ 4.0 và công nghệ chăn nuôi bò sữa tiên tiến của Công ty cổ phần sữa Việt Nam tại Trang trại bò sữa Tây Ninh.**

(Nguồn: M.C, 2020)

Với mô hình chăn nuôi bò sữa hiệu quả và đạt chuẩn quốc tế, trang trại bò sữa Tây Ninh cũng được chọn là hạt nhân để xây dựng vùng chăn nuôi an toàn dịch bệnh (theo chuẩn của Tổ chức Thú y thế giới) trong dự án do Vinamilk và Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn hợp tác triển khai (M.C, 2020).

+ Hoạt động chăn nuôi bò sữa và chế biến sữa cũng dần được chuyển dịch theo hướng **quan tâm tới môi trường**: thông qua việc kiểm soát ô nhiễm, thích ứng với sự thay đổi khí hậu, thực hành marketing xanh và sản xuất sản phẩm tự nhiên, có lợi cho sức khỏe.

Hướng tới mục tiêu phát triển bền vững, Vinamilk đã ứng dụng mô hình kinh tế tuần hoàn vào hệ thống các trang trại của mình. Mô hình này hướng đến việc sử dụng hiệu quả tài nguyên thiên nhiên xuyên suốt chuỗi giá trị, từ sản xuất, tiêu dùng đến quá trình phục hồi, sử dụng các sản phẩm và dịch vụ công nghệ cao, từ đó tối ưu hoá việc sử dụng các nguồn lực; cân bằng được lợi ích kinh tế và lợi ích môi trường; đạt được hiệu quả kinh tế mà vẫn tiết kiệm tài nguyên thiên nhiên (Công ty cổ phần sữa Việt Nam, 2020).



**Hình 2: Mô hình kinh tế tuần hoàn ứng dụng trong hệ thống Biogas và vòng tròn quản lý nguồn đất bền vững tại các trang trại bò sữa Vinamilk**

(Nguồn: Công ty cổ phần sữa Việt Nam, 2020)

Không những vậy, một số công ty sữa lớn ở Việt Nam như Công ty cổ phần sữa Việt Nam, Tập đoàn TH True Milk đã đi đầu trong việc đầu tư vào Hệ Sinh Thái Organic từ trang trại bò sữa đến nhà máy, phát triển công nghệ và R&D (Nghiên cứu và phát triển), cùng với việc giới thiệu đến người tiêu dùng về những tiêu chuẩn Organic Châu Âu nghiêm ngặt, bảo đảm giá trị vượt trội và sự thuần khiết từ thiên nhiên cho nguồn dinh dưỡng Organic.



**Hình 3: Một số sản phẩm sữa organic của Vinamilk, TH True Milk**

(Nguồn: Công ty cổ phần sữa Việt Nam, Tập đoàn TH True Milk)

Ví dụ ưu điểm của các sản phẩm sữa tươi organic của Vinamilk được công ty công bố là: *Không sử dụng hoóc môn tăng trưởng; không dư lượng kháng sinh, không biến đổi gen; không chất bảo quản, giá trị dinh dưỡng hoàn toàn thuần tự nhiên. Vinamilk Organic Gold ứng dụng công nghệ Blockchain giúp truy xuất nguồn gốc rất minh bạch. Mỗi lon sản phẩm Organic Gold chỉ có một “giấy khai sinh” là QR code độc nhất, chỉ cần scan mã QR code ở đáy hộp sản phẩm, người tiêu dùng hoàn toàn an tâm về nguồn gốc nguyên liệu sữa 100% ORGANIC, thời gian sản xuất và kiểm chứng giấy chứng nhận Organic chuẩn Châu Âu* (Nguyễn Hiếu, 2019).

Theo Brandsvietnam (2020), sữa thực vật được là một trong 3 dòng sữa có xu hướng nở rộ trong tương lai gần. Sử dụng sữa thực vật thay cho sữa động vật đang là xu hướng thịnh hành toàn cầu và cũng đã được một số công ty sữa

ở Việt Nam đưa sản phẩm ra thị trường nhằm cạnh tranh với sữa thực vật nước ngoài hiện đang được tiêu thụ ở Việt Nam.

Đây là những sản phẩm sữa có nguồn gốc 100% từ thực vật, như ngũ cốc, họ đậu, hoặc rau củ quả. Sáu lý do lớn nhất thúc đẩy người tiêu dùng chuyển từ sữa động vật sang sữa thực vật là **(1)** cơ thể không dung nạp Lactose hoặc dị ứng sữa, **(2)** lo ngại về vấn đề thuốc kháng sinh, thuốc tăng trưởng, **(3)** chế độ ăn thuần chay, **(4)** người bị viêm đại tràng hoặc hội chứng viêm ruột, **(6)** yếu tố đạo đức. Sữa thực vật cũng được nhận định có hàm lượng chất dinh dưỡng không kém sữa động vật.



**Hình 4: Sữa hạt, xu hướng mới trong tiêu dùng sữa trên thị trường**

(Nguồn: Brandsvietnam, 2020)

Như vậy có thể thấy, cùng với quá trình hội nhập quốc tế sâu, rộng của toàn bộ nền kinh tế, trong thời gian qua, ngành sữa Việt Nam cũng đã thể hiện sự sẵn sàng và chủ động của mình để khẳng định vai trò quan trọng của mình trong quá trình hội nhập. Xu hướng hội nhập chủ yếu của ngành sữa đã và đang được thể hiện rõ là: quốc tế hóa, liên kết trong hoạt động sản xuất và tiêu thụ, tăng cường tính cạnh tranh; đẩy mạnh đầu tư áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật, công nghệ hiện đại vào sản xuất; quan tâm tới môi trường và an toàn thực phẩm....

## **2. Cơ hội và thách thức cho ngành sữa trong xu thế hội nhập**

Là ngành sản xuất ra những thực phẩm quan trọng, cung cấp dưỡng chất thiết yếu cho sự phát triển của con người, ngành công nghiệp sản xuất, chế biến sữa và các sản phẩm từ sữa của Việt Nam những năm gần đây đã và đang đóng góp tích cực vào nền kinh tế của đất nước, với mức tăng trưởng nhanh chóng. Bên cạnh việc có nhiều đóng góp đáng kể vào ngân sách nhà nước, ngành sữa thời gian qua đã tạo việc làm cho người lao động, góp phần đảm bảo đời sống nhân dân, ổn định kinh tế xã hội và là mắt xích quan trọng của nền nông nghiệp Việt Nam. Tổng doanh thu ngành sữa năm 2020 đạt 113.715 tỷ đồng, đạt mức tăng trưởng 5% so với năm 2019 (Chương Phương, 2021). Tốc độ tăng trưởng bình quân của tổng doanh thu ngành sữa đạt 12,7%/năm trong giai đoạn 2010-2018, cao nhất đối với sản phẩm thực phẩm có nguồn gốc chăn nuôi (Hiệp hội sữa Việt Nam, 2019). Không những vậy, ngành sữa Việt Nam trong thời gian qua đã cung cấp đa dạng sản phẩm, đáp ứng nhu cầu trong nước, từng bước giảm tỷ lệ nhập khẩu sữa, tham gia xuất khẩu sữa vào một số thị trường tiềm năng như Trung Quốc, các nước Trung Đông và Đông Nam Á. Năm 2020 kim ngạch xuất khẩu sữa của Việt Nam đạt 302,7 triệu USD, tăng 10,5% so với năm 2019, ở chiều ngược lại kim ngạch nhập khẩu sữa và sản phẩm sữa đạt 1.048 triệu USD, tăng 0,1% so với năm 2019.

Tuy nhiên, dù Việt Nam đã vươn lên đứng thứ 6 các nước Châu Á về sản lượng sữa và đứng thứ 4 về năng suất của đàn bò vắt sữa nhưng sản xuất trong nước vẫn chưa đáp ứng đủ nhu cầu tiêu dùng trong nước. Tính riêng trong năm 2019, Việt Nam đã nhập khẩu 962 triệu USD sữa và sản phẩm từ sữa (Cục Chăn nuôi, 2019). Xu hướng cải thiện sức khỏe và tầm vóc của người Việt Nam đang giúp nhu cầu tiêu thụ các sản phẩm sữa luôn giữ mức tăng trưởng cao. Điều đó cho thấy, thị trường sữa và ngành chăn nuôi bò sữa ở nước ta có nhiều cơ hội phát triển mạnh mẽ.

Cùng với quá trình hội nhập toàn cầu mạnh mẽ của nền kinh tế, ngành nông nghiệp, lĩnh vực chăn nuôi, ngành sữa Việt Nam cũng phát huy tối đa thế mạnh của mình để tận dụng các cơ hội từ hội nhập.



**Thứ nhất**, hội nhập kinh tế quốc tế mang đến cho ngành sữa Việt Nam cơ hội tái cơ cấu ngành chăn nuôi bò sữa và các sản phẩm về sữa. Hoạt động chăn nuôi bò sữa có cơ hội chuyển dần từ chăn nuôi nhỏ lẻ sang chăn nuôi theo quy mô trang trại, công nghiệp và phù hợp với địa phương.

**Thứ hai**, ngành chăn nuôi, trong đó có chăn nuôi bò sữa có cơ hội phát triển theo hướng gắn chăn nuôi với chế biến, đa dạng hóa, nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm, hình thành và phát triển công nghiệp chế biến, đáp ứng nhu cầu thực phẩm và nguyên liệu cho công nghiệp.

**Thứ ba**, hội nhập sẽ giúp các doanh nghiệp sữa có cơ hội nhập khẩu các thiết bị, dây chuyền sản xuất, bò giống và các sản phẩm sữa với thuế suất thấp. Tính riêng trong năm 2019, Việt Nam đã nhập khẩu 962 triệu USD sữa và sản phẩm từ sữa (Cục Chăn nuôi, 2019).

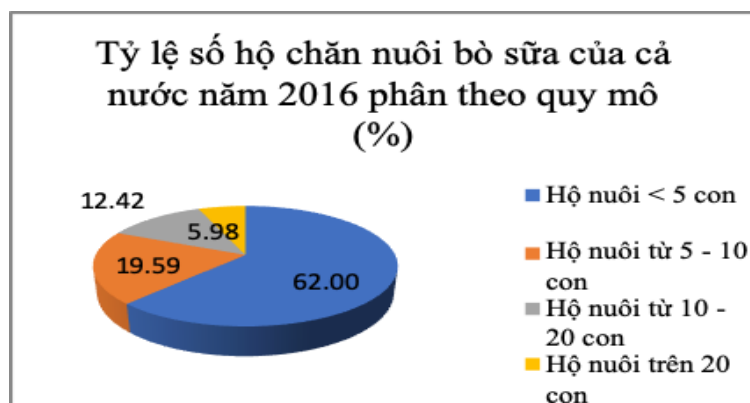
**Thứ tư**, thông qua hội nhập, ngành sữa Việt Nam có thể đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu sữa ra thế giới. Thực hiện việc sản xuất và cung cấp sản phẩm sữa ngay tại thị trường nước ngoài (như mô hình của Tập đoàn TH True Milk) hay mở rộng thị trường ra những nước có đông dân như Trung Quốc, các nước Trung Đông và Đông Nam Á.

**Thứ năm**, hội nhập cũng tạo cơ hội cho việc tái cấu trúc sản xuất, giải thể, mua bán, sáp nhập các doanh nghiệp kém hiệu quả nhằm tạo ra các doanh nghiệp lớn hơn, có tiềm lực hơn nhằm tăng tính cạnh tranh trên thị trường trong và ngoài nước. Theo phân tích của Công ty cổ phần chứng khoán Sài Gòn SSI (2021) việc Công ty cổ phần sữa Việt Nam mua lại Công ty Cổ phần Giống Bò sữa Mộc Châu (MCM) năm 2019 đã giúp MCM đạt mức tăng trưởng lợi nhuận ròng là 68% so với cùng kỳ trong 9T2020, hay Công ty cổ phần sữa Quốc tế (IDP) được các quỹ đầu tư Blue Point và VietCapital mua lại đã giúp cho trong khi IDP đạt 151 tỷ đồng lợi nhuận ròng trong 6T2020 (so với 113 tỷ đồng trong năm 2019).

Bên cạnh những cơ hội trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, Ngành sữa Việt Nam phải đối diện với rất nhiều thách thức như:

**Thứ nhất**, khả năng cạnh tranh của các sản phẩm sữa Việt Nam không cao do phải phụ thuộc chủ yếu vào nguyên liệu và thiết bị nhập khẩu. Chất lượng sữa, đặc biệt là sữa bột có khả năng cạnh tranh rất kém so với sữa ngoại nhập do 100% nguyên liệu, thiết bị, công nghệ phải nhập khẩu. Năm 2010, sữa bột nhập khẩu chiếm 72% thị phần, trong khi sữa bột sản xuất trong nước của Vinamilk là 10%, Nutifoof 5%, dưới 10% là doanh nghiệp nhỏ trong nước không có thương hiệu về đóng gói (L.H, 2010). Sản lượng sữa năm 2018 đạt 936 nghìn tấn, tăng bình quân 15%/năm cho giai đoạn 2011-2018, nhưng mới chỉ đáp ứng khoảng 40% nhu cầu tiêu dùng trong nước. Tính riêng trong năm 2019, nước ta đã nhập khẩu 962 triệu USD sữa và sản phẩm từ sữa (Cục chăn nuôi, 2019)

**Thứ hai**, chăn nuôi bò sữa là ngành đòi hỏi kỹ thuật, đầu tư cao trong khi phần lớn bò sữa ở Việt Nam được nuôi phân tán trong các nông hộ với quy mô nhỏ lẻ, thiếu chuyên nghiệp. Người dân không được hướng dẫn bài bản về kỹ thuật chăn nuôi, biện pháp phòng trừ bệnh tật, hoàn toàn thụ động trước tác động kinh tế, xã hội khác ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình chăn nuôi như việc tăng giá của con giống, thức ăn đầu vào hay chi phí đầu ra cho sản phẩm sữa thu hoạch. Để xây dựng một hệ thống chăn nuôi bò sữa đạt chuẩn, các doanh nghiệp phải đầu tư lượng vốn lớn. Việc nhập khẩu công nghệ, thiết bị, nguyên liệu để đáp ứng yêu cầu thị trường do kỹ thuật trong nước còn hạn chế sẽ ảnh hưởng tới giá thành sản phẩm, doanh thu của doanh nghiệp.



**Biểu đồ 1: Tỷ lệ số hộ chăn nuôi bò sữa cả nước năm 2016 theo quy mô**

(Nguồn: Cục chăn nuôi, 2019)

Năm 2016 cả nước có 28.695 hộ chăn nuôi bò sữa, trong đó 17.792 hộ nuôi dưới 5 con bò sữa/hộ, chiếm 62,00% tổng số hộ chăn nuôi bò sữa của cả nước; có 5.622 hộ nuôi từ 5-10 con bò sữa/hộ, chiếm 19,89% tổng số hộ chăn nuôi bò sữa của cả nước; có 3.564 hộ nuôi từ 10-20 con/hộ, chiếm 12,42% tổng số hộ chăn nuôi bò sữa của cả nước (Cục chăn nuôi, 2019).

**Thứ ba**, vấn đề về chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm khi hội nhập cũng ảnh hưởng lớn tới tâm lý người tiêu dùng và trở thành thách thức đối với ngành sữa. Việc thiếu tiêu chí đánh giá, quy trình kiểm định sữa lỏng lẻo, nhiều loại sữa không rõ bao bì nhãn mác được bày bán công khai, đặc biệt là vụ việc sữa có Melamine, có chất lượng thấp hơn công bố đã khiến cho hoạt động tiêu thụ sữa gặp nhiều khó khăn.

**Thứ tư**, các doanh nghiệp sản xuất sữa trong nước chịu sức ép cạnh tranh ngày một gia tăng do việc giảm thuế cho sữa ngoại theo chính sách cắt giảm thuế quan của Việt Nam khi thực hiện các cam kết Hiệp định ưu đãi thuế quan có hiệu lực chung trong khu vực mậu dịch tự do ASEAN, cam kết với WTO.

Từ 1/1/2018 thuế nhập khẩu sữa từ các thị trường Á-Âu và khu vực ASEAN sẽ giảm từ 5-7% về 0% theo quy định của các hiệp định thương mại tự do (FTA). Năm 2019 Hiệp hội Thương mại Hoa Kỳ tại Việt Nam kiến nghị xem xét giảm thuế suất thuế nhập khẩu của các mặt hàng trên từ 3-5% tùy loại, ví dụ sữa công thức cho trẻ em (1901.10.20); sản phẩm dinh dưỡng y tế (có mã hàng gồm: 1901.10.91, 1901.90.11, 1901.90.39, 1901.90.91) có mức thuế suất MFN hiện tại là 10% được đề xuất giảm xuống 7%. Tuy nhiên, sau khi cân nhắc, Bộ Tài chính đề xuất giữ nguyên mức thuế nhập khẩu để hỗ trợ ngành sữa trong nước phát triển ổn định (Hà Lâm, 2019)

Ngoài ra, tâm lý “sính ngoại” của người Việt cũng sẽ trở thành thách thức đối với việc tiêu thụ các sản phẩm sữa trong nước, đặc biệt khi việc nhập khẩu trở nên dễ dàng và hàng rào thuế quan được dỡ bỏ.

Như vậy có thể thấy, hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng đã và sẽ tạo ra những cơ hội cho ngành sữa như tiếp cận công nghệ giống mới, sản phẩm

mới, phương thức tổ chức sản xuất và quản lý tiên tiến; hỗ trợ hoạt động xuất khẩu sữa & các sản phẩm từ sữa ra thế giới; tạo động lực tái cơ cấu ngành, thúc đẩy ngành phát triển theo hướng tạo ra nhiều giá trị cho sản phẩm, người tiêu dùng nhưng cũng đem lại những thách thức không nhỏ như: gia tăng áp lực cạnh tranh; đòi hỏi cao về vệ sinh an toàn thực phẩm, nâng cấp ngành chăn nuôi bò sữa theo hướng hiện đại, quy mô trang trại, tăng sản lượng, ...Để tạo động lực cho ngành sữa phát triển bền vững, chủ động hội nhập thì cần có nhiều giải pháp tháo gỡ khó khăn, thách thức từ nhà nước, cơ quan quản lý, doanh nghiệp, địa phương và cả người chăn nuôi bò sữa, các tổ chức hỗ trợ khác như ngân hàng...

### **3. Một số giải pháp ứng phó với sự thay đổi của ngành sữa theo xu hướng hội nhập**

Chăn nuôi bò sữa và chế biến sữa vẫn luôn là một trong những lĩnh vực có tiềm năng thu hút đầu tư lớn nhất của ngành nông nghiệp. Sữa và các sản phẩm sữa của người Việt Nam ngày càng được người tiêu dùng trong nước và nhiều nước trong khu vực tin dùng, nhất là thị trường Trung Quốc và các nước Trung Đông. Tuy nhiên, cũng không ít khó khăn, thách thức đặt ra đối với ngành sữa trong xu thế hội nhập. Để tháo gỡ những khó khăn này, trong thời gian vừa qua, nhiều giải pháp đã được nghiên cứu, đề xuất và thực hiện từ các cơ quan quản lý tới các doanh nghiệp sữa, người chăn nuôi và các tổ chức hỗ trợ.

#### ***Về tăng cường liên kết, tăng sản lượng sữa sản xuất trong nước***

Tập trung phát triển chăn nuôi theo hướng công nghiệp, ứng dụng công nghệ cao, chăn nuôi tuần hoàn ở cả quy mô trang trại và hộ chăn nuôi chuyên nghiệp, bảo đảm an toàn sinh học, an toàn dịch bệnh, thân thiện với môi trường và chuyển đổi cơ cấu đàn vật nuôi, hướng tới giảm tỷ trọng đàn lợn, tăng tỷ trọng đàn gia cầm và gia súc ăn cỏ là một trong những căn cứ quan trọng để phát triển ngành chăn nuôi, trong đó có chăn nuôi bò sữa được thể hiện trong Quyết định 255/QĐ-Ttg về việc phê duyệt Kế hoạch cơ cấu lại ngành nông nghiệp giai đoạn 2021 – 2025

Thực tế là trong thời gian vừa qua ngành chăn nuôi bò sữa và chế biến sữa đã không ngừng thúc đẩy sự liên kết giữa các bên liên quan để phát triển theo chuỗi giá trị. Một số hình thức liên kết giữa các doanh nghiệp chế biến sữa và các hộ chăn nuôi ở Việt Nam có thể kể đến như:

– Doanh nghiệp chế biến sữa ký hợp đồng thu mua sữa nguyên liệu với các hộ nông dân theo các tiêu chuẩn quy định về sữa tươi nguyên liệu gắn với giá thu mua cụ thể cho từng thang chất lượng.

– Doanh nghiệp chế biến sữa ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm và hỗ trợ phát triển vùng nguyên liệu, tập huấn kỹ thuật, hỗ trợ tín dụng, xây dựng mạng lưới (trạm) thu mua sữa (các tank lạnh, ô tô chuyên dụng, thiết bị kiểm tra chất lượng sữa nguyên liệu...).

Các địa phương có chăn nuôi bò sữa phát triển cũng đã tổ chức sản xuất để xây dựng các chuỗi liên kết qua đó giúp các công ty sữa trên địa bàn có vùng nguyên liệu ổn định và người chăn nuôi bò sữa đảm bảo hiệu quả chăn nuôi, yên tâm đầu tư phát triển sản xuất. Ví dụ, Hà Nội xây dựng chuỗi liên kết chăn nuôi tiêu thụ sản phẩm sữa IDP thực hiện bởi Công ty Cổ phần sữa Quốc tế. Thành phố Hồ Chí Minh, liên kết chuỗi giá trị trong chăn nuôi bò sữa được hình thành thông qua các hợp tác xã chăn nuôi bò sữa (Cục chăn nuôi, 2014).

Ngành sữa đang đẩy mạnh hiện đại hóa các trang trại bò sữa cũng như hỗ trợ các hộ chăn nuôi bò sữa trong việc mở rộng quy mô, tiếp cận kỹ thuật chăm nuôi, chăm sóc tiên tiến, hiện đại. Đây là một lực lượng rất quan trọng giúp ngành sữa Việt Nam phát triển bền vững. Chăn nuôi hộ gia đình quy mô vừa phải sẽ đỡ phải chịu áp lực về môi trường, đất đai... như các trang trại quy mô tập trung quá lớn. Theo InvestVietnam (2016), Việt Nam cũng đề ra kế hoạch đáp ứng 60% nhu cầu trong nước đối với sữa tươi, tương ứng dự báo dân số tăng lên 113 triệu người vào năm 2045. Để đáp ứng mục tiêu này, đất nước cần phải phát triển số lượng bò sữa có khả năng sản xuất 5,65 triệu tấn sữa hàng năm. Dự báo tăng trưởng sản lượng sữa Việt Nam từ năm 2015 – 2045 như sau: Giai đoạn 2015 –

2025: Tăng trưởng 12,0%/năm; Giai đoạn 2026 – 2035: Tăng trưởng 5%/năm; Giai đoạn 2036 – 2045: Tăng trưởng 3,0%/năm.

Các doanh nghiệp chế biến sữa không ngừng đẩy mạnh việc sử dụng các dây chuyền thiết bị đồng bộ và công nghệ tiên tiến được nhập khẩu từ các nước có công nghệ và thiết bị ngành sữa phát triển như Thụy Điển, Đan Mạch, Đức, Ý, Thụy Sĩ... với dây chuyền sản xuất khép kín tự động và bán tự động nhằm kiểm soát chặt chẽ các thông số để sản phẩm sản xuất ra có chất lượng ổn định, đạt các chỉ tiêu như mong muốn. Trong lĩnh vực bao bì và đóng gói, những năm qua, các Công ty trong ngành đã không ngừng đầu tư đổi mới dây chuyền sản xuất đồng bộ, đầu tư đổi mới thiết bị hiện đại trong lĩnh vực đa dạng hoá bao bì sản phẩm, sử dụng bao bì giấy tiết trùng để đóng gói sản phẩm. Loại bao bì này có cấu tạo đặc biệt 6 lớp giúp bảo vệ sản phẩm chống lại các ảnh hưởng có hại từ ánh sáng, không khí, độ ẩm trong không khí trong quá trình tồn trữ sản phẩm. Ví dụ năm 2008, Công ty CP thực phẩm Dinh dưỡng Đồng Tâm (Nutifood) đã đầu tư dây chuyền công nghệ sản xuất sữa bột mới nhất với hệ thống thiết bị của hãng WOLF (Đức) tự động hoàn toàn từ khâu vệ sinh, tiết trùng lon đến khâu thành phẩm, bao gồm cả việc bơm khí trơ trong quá trình chiết rót nhằm hạn chế ôxy trong sản phẩm, tăng thời hạn sử dụng của sữa. Năm 2013, Vinamilk khánh thành Nhà máy sữa bột trẻ em Việt Nam có tổng vốn đầu tư gần 2.000 tỷ đồng, công suất 54.000 tấn sữa bột/năm và là một trong những nhà máy có công suất và mức độ tự động hóa cao, hiện đại nhất khu vực Châu Á.

Bên cạnh đó để đáp ứng nhu cầu và thị hiếu của người tiêu dùng thế giới, các doanh nghiệp sữa đã đầu tư thiết kế bao bì, cũng như có quy cách đóng gói mới lạ, cùng với đó là chất lượng sản phẩm luôn đạt chuẩn ở mức tốt nhất. Hiện tại, các đơn vị như TH true Milk, Vinasoy, Mộc Châu Milk... đang tiếp tục có những đầu tư bài bản vào vùng nguyên liệu, nhà máy sản xuất, công nghệ để cho ra đời những sản phẩm chất lượng chuẩn quốc tế, đáp ứng yêu cầu của người tiêu dùng thế giới.

### ***Về quản lý chất lượng và an toàn thực phẩm***

Cơ quan quản lý nhà nước đối với ngành sữa đã thực hiện việc ban hành các thông tư, quyết định và các văn bản hướng dẫn khác nhằm làm rõ các tiêu chuẩn định mức về vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm đối với các sản phẩm sữa. Các văn bản này được sử dụng như bảng tham chiếu để đánh giá về việc đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm đối với sữa nguyên liệu, các sản phẩm từ sữa như: Quyết định 1597/QĐ-BNN-KHCN năm 2008; Thông tư 29/2017/TT-Bộ NN&PTNT; QCVN 01-151: 2017/BNNPTNT. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp lớn, có thương hiệu và hệ thống chế biến hiện đại trong ngành đã và đang xây dựng hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế ISO như: Công ty FrieslandCampina Việt Nam nhận chứng chỉ ISO 9001 năm 2000 và chứng chỉ HACCP năm 2002. Công ty CP sữa Hà Nội nhận chứng chỉ ISO 9001:2000 và chứng chỉ HACCP năm 2004. Đến nay, một số Công ty đã áp dụng hệ thống quản lý chất lượng VSATTP theo tiêu chuẩn ISO 22.000. Hệ thống chất lượng ISO & HACCP là những tiêu chuẩn quốc tế chuẩn mực được áp dụng phổ biến hiện nay trên toàn thế giới cho các doanh nghiệp sản xuất thực phẩm. (Investvietnam, 2016).

Bên cạnh đó, các công ty chế biến sữa tập trung nâng cao chất lượng sản phẩm, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm ngay từ lựa chọn nguyên liệu đầu vào từ các nhà cung cấp hàng đầu, có uy tín trên thế giới. Với nguồn nguyên liệu sữa tươi trong nước, chất lượng sữa được kiểm tra ngay tại các hộ chăn nuôi và các đại lý trung chuyên sữa, áp dụng chế độ thưởng vào giá thu mua sữa cho các hộ có sữa chất lượng tốt. Các công đoạn sản xuất sữa đều được kiểm soát chặt chẽ, sản phẩm đảm bảo theo tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm và hệ thống quản lý chất lượng ISO (Investvietnam, 2016).

### ***Đa dạng hóa sản phẩm, quan tâm tới vấn đề môi trường trong sản xuất và yếu tố thiên nhiên trong sản phẩm***

Đa dạng hóa sản phẩm, cho ra thị trường các loại sản phẩm thân thiện với môi trường, phù hợp với nhu cầu của người tiêu dùng như xu hướng người dùng tại khu vực thành thị ngày càng ưa chuộng các sản phẩm trung và cao cấp (sữa

hữu cơ) hay sữa dinh dưỡng cho người lớn tuổi là hướng đi của các doanh nghiệp sữa trong những năm gần đây. Việt Nam được cho là một trong 10 quốc gia có tốc độ già hoá dân số nhanh nhất thế giới. Cả nước có khoảng 11 triệu người cao tuổi (tương đương 11,95% dân số) vào năm 2017, nhưng con số này dự báo sẽ tăng gấp đôi thành 21 triệu (chiếm 20% dân số) vào 2035. Các nước phát triển phải mất nhiều thập kỷ mới đạt tốc độ này, trong khi Việt Nam chỉ mất chưa tới 20 năm (Lê Hoàng Trâm, 2020). Khi nhu cầu chăm sóc sức khỏe và dinh dưỡng cho người lớn tuổi gia tăng, thị trường sản phẩm sữa dinh dưỡng cũng bắt đầu khởi sắc. Thị trường sữa bột dành cho người cao tuổi tại Việt Nam đã tăng trưởng đạt mức 11% vào 2019 và các DN cũng bắt đầu đầu tư nhiều hơn để làm phong phú và đa dạng nhóm sản phẩm này.

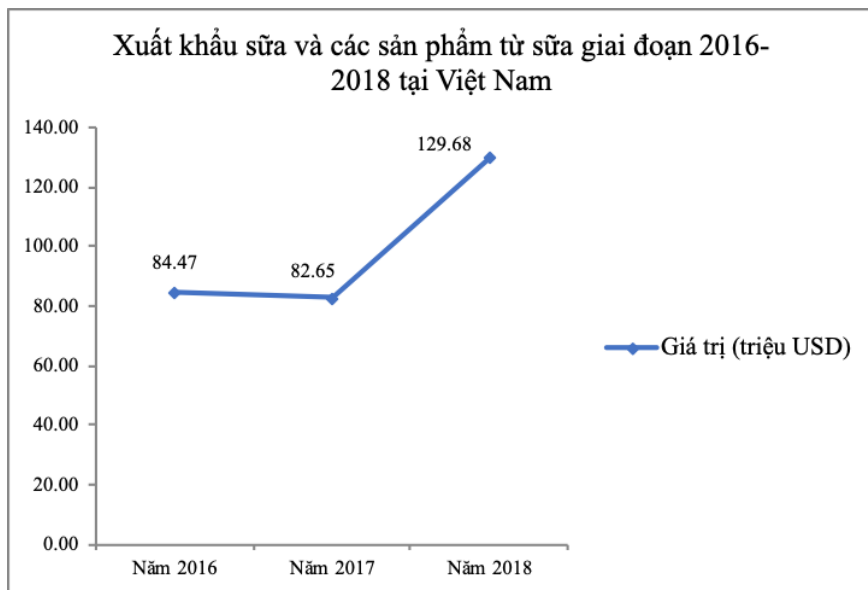
***Đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu sữa nhằm khuyến khích sản xuất trong nước, tăng doanh thu cho ngành, tăng thu nhập cho các tác nhân tham gia chuỗi giá trị sữa.***

Tăng cường thúc đẩy xuất khẩu các sản phẩm sữa ra nước ngoài là giải pháp mà nhiều doanh nghiệp sữa Việt Nam thực hiện trong vài năm gần đây và đã thu được nhiều kết quả đáng mừng như Công ty cổ phần sữa Việt Nam và Tập đoàn TH True Milk. Sau hơn 6 năm đàm phán, Nghị định thư về xuất khẩu sữa, sản phẩm sữa của Việt Nam sang Trung Quốc đã được kí kết, tạo cơ hội rộng mở cho sữa và các sản phẩm sữa của Việt Nam xuất khẩu vào thị trường 1,4 tỷ dân này. Hay Công ty Vinamilk đầu tư xây dựng tổ hợp “resort” bò sữa Organic với qui mô 5.000 ha tại tỉnh Xiêng-Khoảng, Lào. Dự kiến cuối năm 2020 trang trại sẽ hoàn thành việc xây dựng và đạt chứng nhận hữu cơ theo chuẩn châu Âu và tiêu chuẩn Mỹ, cung cấp nguyên liệu sữa tươi organic cho nhu cầu tiêu dùng tại Việt Nam và xuất khẩu. Tại Việt Nam, Vinamilk đang có 12 trang trại trên cả nước, trong đó, có 2 trang trại được xây dựng theo tiêu chuẩn organic châu Âu và 10 trang trại theo chuẩn Global G.A.P, đây là hệ thống trang trại lớn nhất của châu Á về số lượng được áp dụng tiêu chuẩn quốc tế này. Tập đoàn TH cũng đã chi



khoảng 2,7 tỉ USD đầu tư cho Tổ hợp Chăn nuôi bò sữa, chế biến sữa công nghệ cao và một số dự án về thực phẩm tại Liên bang Nga (Theo Agroinfo, 2019).

Theo thống kê của Tổng cục Thống kê, trong 3 tháng đầu năm 2019, giá trị kim ngạch xuất khẩu sữa đạt 48,6 triệu USD, sữa và các sản phẩm sữa của Việt Nam đã xuất khẩu sang 43 nước và vùng lãnh thổ, đặc biệt là sản phẩm sữa bột công thức xuất sang thị trường Trung Quốc, Mỹ, Philippines.



**Biểu đồ 2: Xuất khẩu sữa và các sản phẩm từ sữa giai đoạn 2016-2018**

(Nguồn: Cục chăn nuôi, 2019).

### ***Thực hiện hỗ trợ về giống, phòng chống dịch bệnh, nguồn vốn...***

Đẩy mạnh các hoạt động hỗ trợ về giống, phòng chống dịch bệnh, tinh bò sữa và tháo gỡ khó khăn về tín dụng cho cả người chăn nuôi bò sữa, doanh nghiệp chế biến sữa là các giải pháp được thực hiện trong thời gian qua nhằm tháo gỡ khó khăn, thách thức về năng suất, chất lượng, nguồn vốn, tạo điều kiện cho ngành sữa, chăn nuôi bò sữa phát triển bền vững, chủ động hội nhập.

Theo báo cáo của Cục chăn nuôi (2019), nhập khẩu bò sữa giống và liệu tinh bò sữa giống tăng cao trong giai đoạn 2016-2018 với mức tăng trưởng trung bình lần lượt là 57,57% và 30,96%, chủ yếu từ Newzealand, Australia, Mỹ và một lượng nhỏ từ Thái Lan. Tổng số tinh bò sữa được nhập về là 1.269.671 liều,

kim ngạch 3,93 triệu USD. có nguồn gốc chủ yếu ở Mỹ và một lượng nhỏ ở Canada, Israel, Cộng hoà Séc và New Zealand.

Bên cạnh đó, Ngân hàng nhà nước cũng đã chỉ đạo các tổ chức tín dụng triển khai có hiệu quả các chương trình tín dụng hỗ trợ khác phục vụ nông nghiệp, nông thôn: Chính sách tín dụng hỗ trợ ngư dân đánh bắt xa bờ theo Nghị định 67/2014/NĐ-CP; Chính sách cho vay tái canh cà phê tại các tỉnh Tây Nguyên; Chính sách cho vay giảm tổn thất trong nông nghiệp... Nghị định số 55/2015/NĐ-CP thay thế Nghị định số 41/2010/NĐ-CP với nhiều điểm mới. Trong đó, các điểm nổi bật của Nghị định này có thể chỉ ra như: Bổ sung thêm đối tượng được vay vốn phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn, bao gồm cả những cá nhân, hộ gia đình cư trú trên địa bàn nông thôn hoặc có tham gia sản xuất kinh doanh trong lĩnh vực nông nghiệp; Thúc đẩy tổ chức sản xuất nông nghiệp theo mô hình liên kết, mô hình ứng dụng công nghệ cao. Nội dung chính của định hướng này tập trung vào quy định cho vay không có tài sản đảm bảo lên đến 70-80% giá trị dự án, phương án sản xuất, kinh doanh; Khuyến khích khách hàng vay vốn tham gia mua bảo hiểm trong nông nghiệp; Khuyến khích các TCTD đầu tư vào lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn... Nghị định số 116/2018/NĐ-CP ngày 07/9/2018 sửa đổi, bổ sung một số điểm của Nghị định số 55 về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn, với nhiều điểm đột phá, như: Nâng gấp đôi mức cho vay không có tài sản bảo đảm đối với khách hàng cá nhân, hộ gia đình; Bổ sung chính sách khuyến khích các doanh nghiệp thực hiện đầu mối liên kết, ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất nông nghiệp

***Tập trung xây dựng thương hiệu quốc gia mạnh cho một số doanh nghiệp trong ngành*** để cạnh tranh hiệu quả trong hội nhập kinh tế quốc tế và khẳng định hình ảnh ngành sữa Việt Nam trên bản đồ ngành sữa toàn thế giới.

Năm 2017, Vinamilk là công ty Việt Nam đầu tiên góp mặt trong danh sách Top 50 công ty sữa hàng đầu thế giới, theo thống kê từ Plimsoll. Sự phát triển bền vững ở cả thị trường trong và ngoài nước trong các năm qua đã giúp Vinamilk thăng hạng liên tiếp sáu bậc và đồng thời trở thành đại diện duy nhất

của Việt Nam cũng như của khu vực Đông Nam Á góp mặt trong danh sách này trong năm 2020 (Trần Vũ Nghi, 2021).

***Đẩy mạnh các hoạt động quảng bá, triển lãm, giới thiệu hình ảnh, sản phẩm sữa Việt Nam ra thế giới.*** Năm 2019 Hiệp hội sữa Việt Nam đã phối hợp với Công ty CP Hội chợ Triển lãm và Quảng cáo Việt Nam – VIETFAIR phối hợp tổ chức. Triển lãm quy tụ trên 200 gian hàng, hơn 80 đơn vị là những doanh nghiệp hàng đầu trong ngành sữa và sản phẩm sữa của khu vực và quốc tế tham dự (Cục an toàn thực phẩm, 2019). Đây không chỉ là hoạt động xúc tiến thương mại quan trọng, là cầu nối cho các doanh nghiệp trong nước và quốc tế gặp gỡ, trao đổi, tìm kiếm đối tác mà còn giúp doanh nghiệp tìm hiểu nhu cầu thị trường, tăng cường khả năng cạnh tranh.

Hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, tạo ra những cơ hội cho ngành chăn nuôi bò sữa tiếp cận công nghệ giống mới, sản phẩm mới, phương thức tổ chức sản xuất và quản lý tiên tiến. Các doanh nghiệp sữa Việt Nam đang từng bước phát triển bền vững, theo hướng hiện đại, đồng bộ từ sản xuất nguyên liệu đến thành phẩm, có khả năng cạnh tranh để chủ động hội nhập với khu vực và thế giới, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của xã hội. Trong thời gian tiếp theo, để giúp ngành sữa ngày càng khẳng định được tầm quan trọng của mình trong nền kinh tế Việt Nam cũng như hội nhập với khu vực và thế giới thì cần có các giải pháp đồng bộ được thực hiện từ cơ quan quản lý, doanh nghiệp sữa và hộ chăn nuôi bò sữa...

## **DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Agroinfo, 2019. Ngành sữa Việt Nam đang thăng thế và tiến vào thị trường thế giới. [http://agro.gov.vn/vn/tID27936\\_Nganh-sua-Viet-Nam-dang-thang-the-va-tien-sau-vaothi-truong-the-gioi.html](http://agro.gov.vn/vn/tID27936_Nganh-sua-Viet-Nam-dang-thang-the-va-tien-sau-vaothi-truong-the-gioi.html), truy cập ngày 20/7/2020
2. Bộ Nông nghiệp &PTNT, 2008. Quyết định 1579/QĐ-BNN-KHCN ngày 26/5/2008 về Ban hành quy trình thực hành chăn nuôi tốt cho chăn nuôi bò sữa an toàn

3. Bộ Nông nghiệp & PTNT, 2017. QCVN 01-151:2017/BNNPTNT: Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia cơ sở vắt sữa và thu gom sữa tươi-Yêu cầu để bảo đảm an toàn thực phẩm
4. Bộ Nông nghiệp & PTNT, 2017. Thông tư 29/2017/TT-BNNPTNT về Ban hành Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia đối với sản phẩm sữa tươi nguyên liệu.
5. Brandsvietnam, 2020. 3 xu hướng nở rộ trong ngành sữa Việt Nam. <https://www.brandsvietnam.com/congdong/topic/24671-3-xu-huong-no-ro-trong-nganh-Sua-Viet-2020>; Truy cập ngày 27/3/2021
6. Chính phủ, 2021. Quyết định 255/QĐ-Ttg về việc phê duyệt kế hoạch cơ cấu lại ngành nông nghiệp giai đoạn 2021-2025, ban hành ngày 25/2/2021.
7. Công ty cổ phần sữa Việt Nam, 2020. Báo cáo thường niên năm 2020
8. Cục chăn nuôi, 2019. Báo cáo tình hình chăn nuôi gia súc ăn cỏ giai đoạn 2016-2018 và định hướng phát triển 2019-2025.
9. Công ty cổ phần chứng khoán Sài Gòn SSI, 2021. Triển vọng ngành sữa năm 2021: Hợp nhất ngành tiến triển nhanh.
10. Chương Phương, 2021. Chăn nuôi bò sữa Việt Nam vươn tầm thế giới. <https://vneconomy.vn/chan-nuoi-bo-sua-viet-nam-vuon-tam-the-gioi.htm>; truy cập ngày 29/7/2021.
11. Cục an toàn thực phẩm, 2019. Triển lãm quốc tế ngành sữa và sản phẩm sữa-Vietnam Dairy 2019: Nơi quy tụ các thương hiệu uy tín hàng đầu ngành sữa Việt Nam. <https://vfa.gov.vn/tin-tuc/trien-lam-quoc-te-nganh-sua-va-san-pham-sua-vietnam-dairy-2019-noi-quy-tu-cac-thuong-hieu-uy-tin-hang-dau-nganh-sua-tai-viet-nam.html>; truy cập 20/7/2019.
12. Cục chăn nuôi, 2014. Liên kết theo chuỗi giá trị trong chăn nuôi bò sữa; <http://cucchannuoi.gov.vn/lien-ket-theo-chuoi-gia-tri-trong-chan-nuoi-bo-sua/>, truy cập ngày 27/6/2020
13. Hiệp hội sữa Việt Nam, 2019. Những nỗ lực của ngành sữa Việt Nam. <http://vda.org.vn?nam-2018-nhung-no-luc-cua-nganh-sua-viet-nam/>; Truy cập ngày 20/3/2020
14. Hà Lâm, 2019. Chưa giảm thuế nhập khẩu sữa bột. <https://kinhhtedothi.vn/chua-giam-thue-nhap-khau-sua-bot-353373.html>. Truy cập 1/7/2021.
15. Invesvietnam, 2016. Sữa và các sản phẩm từ sữa;

<https://investvietnam.gov.vn/vi/nganh.nghd/15/sua-va-cac-san-pham-sua.html>; Truy cập ngày 28/9/2019

16. L.H, 2010. Ngành sữa tìm chỗ đứng trong thời kỳ hội nhập.

<http://hanoimoi.com.vn/ban-in/Kinh-te/393374/nganh-sua-tim-cho-dung-trong-thoi-ky-hoi-nhap>; Truy cập ngày 25/3/2019

17. Lê Hoàng Trâm, 2020. Xu hướng nở rộ trong ngành sữa Việt 2020.

<https://www.brandsvietnam.com/congdong/topic/24671-3-xu-huong-no-ro-trong-nganh-Sua-Viet-2020>

18. M.C, 2019. Đầu tư phát triển cả quy mô lẫn công nghệ hệ thống trang trại Vinamilk tăng trưởng ấn tượng. <https://kiemsat.vn/dau-tu-phat-trien-ca-quy-mo-lan-cong-nghe-he-thong-trang-trai-vinamilk-tang-truong-an-tuong-58051.html>;

truy cập ngày 26/7/2021

19. Nguyễn Hiếu, 2019. Sữa tươi organic của Vinamilk bắt sóng nguwofi tiêu dùng Singapore. [https://congan.com.vn/thi-truong/thuong-hieu-viet/sua-tuoi-organic-cua-vinamilk-bat-song-nguoi-tieu-dung-singapore\\_84826.html](https://congan.com.vn/thi-truong/thuong-hieu-viet/sua-tuoi-organic-cua-vinamilk-bat-song-nguoi-tieu-dung-singapore_84826.html);

truy cập 28/7/2021.

20. Quyết Thắng, 2019. Các doanh nghiệp Châu Âu đã đặt mua sữa tươi TH tại Nga.

<https://baotainguyenmoitruong.vn/cac-doanh-nghiep-chau-au-da-dat-mua-sua-tuoi-th-tai-nga-297323.htm>, truy cập 6/7/2021.

21. Trần Vũ Nghi, 2021. Vinamilk thăng hạng trong Top 50 doanh nghiệp sản xuất sữa hàng đầu thế giới <https://tuoitre.vn/vinamilk-thang-hang-trong-top-50-doanh-nghiep-san-xuat-sua-hang-dau-the-gioi-20210420170923309.htm>;

truy cập ngày 10/7/2021.

22. Tổng cục Thống kê, 2020. Niên giám thống kê năm 2020.