

Xuất xứ minh bạch, sáng tạo bản sắc

SGGP 09/07/2025 06:25

Theo dõi Báo Sài Gòn Giải Phóng trên 

Minh bạch xuất xứ và nội địa hóa thông minh là điều kiện sống còn để hàng Việt Nam vượt qua rào cản FTA và tránh nguy cơ bị Mỹ áp thuế với hàng trung chuyển. Đây cũng là nền tảng để xây dựng sản phẩm sáng tạo mang bản sắc Việt, giúp Việt Nam vươn lên bằng giá trị thực thay vì chỉ gia công giá rẻ.

Để sản phẩm Việt vươn tầm quốc tế

Trong bối cảnh chuỗi cung ứng toàn cầu đòi hỏi minh bạch, bền vững và có trách nhiệm, sản phẩm ngày nay không chỉ được đánh giá qua chất lượng mà còn qua câu chuyện nguồn gốc từ nơi sản xuất, quy trình đến giá trị xã hội và môi trường. Việt Nam, dù đã trở thành mắt xích quan trọng trong nhiều chuỗi giá trị nhờ hội nhập sâu rộng, vẫn chủ yếu dựa vào gia công, lắp ráp với giá trị gia tăng thấp và dễ bị thay thế.

Thách thức không còn là thu hút đơn hàng gia công mà làm sao để sản phẩm Việt thực sự vươn tầm quốc tế với bản sắc, thương hiệu và hàm lượng sáng tạo cao. Để đạt được điều đó cần phải xây dựng hai trụ cột: minh bạch xuất xứ nhằm đáp ứng quy tắc FTA ngày càng khắt khe và tránh nguy cơ bị Mỹ áp thuế hàng trung chuyển; và nội địa hóa thông minh, tập trung làm chủ các khâu cốt lõi tạo nên giá trị khác biệt.

Minh bạch xuất xứ không chỉ là hoàn thiện hồ sơ, chứng từ hay mã HS trong xuất khẩu (Harmonized System). Đó là cam kết minh định rõ nguồn gốc nguyên liệu, quy trình sản xuất, điều kiện lao động và bảo vệ môi trường. Chỉ khi đó sản phẩm Việt mới đủ điều kiện vượt qua các tiêu chuẩn khắt khe và có thể trở thành biểu tượng văn hóa, niềm tự hào quốc gia.



Khách tham quan gian hàng khởi nghiệp sáng tạo tại triển lãm do Cesti (thuộc Sở KH-CN TPHCM) tổ chức. Ảnh:

BÙI TUẤN

Bên cạnh đó, nội địa hóa thông minh là cách Việt Nam thoát khỏi sự lệ thuộc vào nguồn cung ngoại nhập và nâng cao khả năng kiểm soát chuỗi giá trị. Nội địa hóa thông minh không đòi hỏi tự túc mọi khâu mà làm chủ những yếu tố then chốt. Đó có thể là phần mềm điều khiển do kỹ sư Việt phát triển, thiết kế công nghiệp mang dấu ấn văn hóa và nguyên liệu bản địa thân thiện môi trường. Khi những yếu tố này được tích hợp vào sản phẩm, nội địa hóa không chỉ nâng cao tỷ lệ sản xuất trong nước mà quan trọng hơn là nội địa hóa về bản sắc và sáng tạo.

Kiến tạo hệ sinh thái

Muốn thực hiện điều này, Việt Nam cần thiết lập một hệ sinh thái hỗ trợ sản phẩm sáng tạo có xuất xứ rõ ràng. Đó là nền tảng kết nối chặt chẽ giữa các trung tâm nghiên cứu, nhà máy thông minh, hiệp hội ngành hàng, nền tảng thương mại điện tử và hệ thống truy xuất nguồn gốc quốc gia. Mỗi ý tưởng thiết kế, mỗi đơn hàng sản xuất và mỗi sản phẩm ra thị trường đều cần được cấp “hộ chiếu số” ghi nhận đầy đủ hành trình từ nguyên liệu đến thành phẩm, được xác thực bởi các bên độc lập và tuân thủ tiêu chuẩn chất lượng cũng như đạo đức.

Để hiện thực hóa tầm nhìn này, Việt Nam cần triển khai đồng bộ ba bước chiến lược ở cấp quốc gia. Trước tiên, Nhà nước phải ban hành các tiêu chuẩn truy xuất nguồn gốc và xác định xuất xứ cho mọi loại sản phẩm sáng tạo, không chỉ nông sản mà còn bao gồm hàng công nghiệp, đồ thủ

công mỹ nghệ và công nghệ cao. Tiếp đó, thành lập một Trung tâm Sáng tạo Việt Nam cấp quốc gia, chịu trách nhiệm đánh giá, chứng nhận và kết nối những sản phẩm đạt chuẩn về xuất xứ, hàm lượng sáng tạo và bản sắc văn hóa.

Đây cũng là nơi phát triển nhãn hiệu “Sáng tạo Việt Nam”, tương tự như “Japan Good Design” hay “K-Innovation” của Hàn Quốc, giúp người tiêu dùng trong nước và quốc tế dễ dàng nhận diện sản phẩm do người Việt làm chủ. Cuối cùng, cần thiết lập chính sách ưu đãi thực chất, bao gồm miễn giảm thuế, ưu tiên cấp tín dụng, hỗ trợ truyền thông và xúc tiến thương mại cho doanh nghiệp, hợp tác xã và startup đáp ứng tiêu chí sáng tạo, minh bạch.

Để giải quyết tận gốc, chúng ta phải thay đổi tư duy phát triển: không còn chạy theo số lượng, mà hướng tới khác biệt và giá trị thực. Chẳng hạn, một sản phẩm thủ công vùng cao với hồ sơ rõ ràng về nghệ nhân dệt, nguồn nhuộm tự nhiên và thiết kế ứng dụng hiện đại có thể đạt giá trị xuất khẩu cao hơn nhiều so với hàng dệt công nghiệp đại trà. Tương tự, một phần mềm do kỹ sư Việt xây dựng, nếu chứng minh được quy trình nghiên cứu phát triển minh bạch và mang lại giải pháp thiết thực, hoàn toàn xứng đáng ghi dấu tên Việt Nam trên bản đồ công nghệ thế giới.

Minh bạch xuất xứ không chỉ là công cụ kỹ thuật để tiếp cận thị trường mà còn là cam kết phát triển bền vững. Khi sản phẩm được minh bạch hóa, người sản xuất buộc phải chịu trách nhiệm với môi trường, người lao động và cộng đồng. Nhờ đó, sáng tạo không chỉ dừng ở kỹ thuật hay hình thức mà trở thành sáng tạo có đạo đức và mang ý nghĩa xã hội sâu sắc. Chỉ khi đó, Việt Nam mới có thể tạo ra thể hệ sản phẩm thực sự đậm dấu ấn trí tuệ và trách nhiệm, vững vàng bước ra thị trường toàn cầu bằng chính nội lực của mình.

Sản phẩm sáng tạo Việt Nam không còn là giấc mơ xa vời mà đã hiện hữu qua ý tưởng của các nhà thiết kế trẻ, sự khéo léo của những nghệ nhân lành nghề, trí tuệ của kỹ sư công nghệ và tâm huyết của người nông dân đổi mới. Để biến những sáng tạo này thành thương hiệu quốc gia, chúng ta cần một thể chế minh bạch, nơi mọi ý tưởng được bảo hộ, mọi giá trị được xác thực và mỗi sản phẩm mang “hộ chiếu Việt Nam” đích thực, sẵn sàng chinh phục thị trường toàn cầu.

TS HUỲNH THANH ĐIỀN