

## PHIẾU HỎI DOANH NGHIỆP

(Phục vụ Bảng xếp hạng Top 10 Công ty uy tín ngành Thực phẩm - Đồ uống năm 2026)

Vietnam Report cam kết phiếu điều tra chỉ phục vụ mục đích nghiên cứu, không công bố những thông tin công ty cung cấp theo đúng quy chế bảo mật thông tin. Kính đề nghị Quý Doanh nghiệp điền đầy đủ thông tin và gửi về cho Vietnam Report **trước 17h ngày 28/08/2026**.

Trân trọng cảm ơn sự hợp tác của Quý Doanh nghiệp!

Quý Doanh nghiệp vui lòng quét mã QR để tải bản mềm (nếu cần):



### A - THÔNG TIN DOANH NGHIỆP

**1. Tên Doanh nghiệp:**

**2. Mã số thuế:**

**3. Lĩnh vực kinh doanh chính của Doanh nghiệp:**

- ☐ Sản xuất và chế biến thực phẩm (chiếm .....% doanh thu)
- ☐ Chế biến và kinh doanh đồ uống (chiếm .....% doanh thu)
- ☐ Kinh doanh chuỗi nhà hàng, dịch vụ đồ ăn, nhượng quyền (chiếm .....% doanh thu)
- ☐ Kinh doanh chuỗi cửa hàng café, dịch vụ đồ uống, nhượng quyền (chiếm .....% doanh thu)
- ☐ Khác (vui lòng ghi rõ):

**4. Nhóm sản phẩm chính của Doanh nghiệp:**

- |                                                                |                                                                              |
|----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Sữa và sản phẩm từ sữa                | <input type="checkbox"/> Thực phẩm sơ chế, chế biến sẵn                      |
| <input type="checkbox"/> Bánh kẹo và thực phẩm dinh dưỡng khác | <input type="checkbox"/> Xuất khẩu thủy sản                                  |
| <input type="checkbox"/> Đường, nước chấm, gia vị              | <input type="checkbox"/> Đồ uống có cồn (Rượu, bia...)                       |
| <input type="checkbox"/> Dầu ăn                                | <input type="checkbox"/> Đồ uống không cồn (nước giải khát, nước hoa quả...) |
| <input type="checkbox"/> Thực phẩm khô, đồ ăn liền             | <input type="checkbox"/> Chuỗi nhà hàng, dịch vụ đồ ăn, nhượng quyền         |
| <input type="checkbox"/> Thực phẩm tươi sống, đông lạnh        | <input type="checkbox"/> Chuỗi cửa hàng café, dịch vụ đồ uống, nhượng quyền  |
| <input type="checkbox"/> Khác (vui lòng ghi rõ):               |                                                                              |

**5. Thông tin tài chính của Doanh nghiệp**

(Các công ty niêm yết có thể bỏ qua nếu thông tin đã công khai)

| Chỉ tiêu                                            | Năm 2025 | 6 tháng đầu năm 2026 |
|-----------------------------------------------------|----------|----------------------|
| Tổng tài sản (triệu đồng)                           |          |                      |
| Vốn chủ sở hữu (triệu đồng)                         |          |                      |
| Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ (triệu đồng) |          |                      |

| Chỉ tiêu                          | Năm 2025 | 6 tháng đầu năm 2026 |
|-----------------------------------|----------|----------------------|
| Tổng doanh thu (triệu đồng) *     |          |                      |
| Lợi nhuận trước thuế (triệu đồng) |          |                      |
| Lợi nhuận sau thuế (triệu đồng)   |          |                      |

(\*) Tổng doanh thu: Tổng cộng các khoản thu nhập của doanh nghiệp (không bao gồm các khoản giảm trừ)

## B - TÌNH HÌNH SXKD CỦA DOANH NGHIỆP

6. Năng lực hoạt động SXKD của Quý Doanh nghiệp ở thời điểm hiện tại bằng bao nhiêu phần trăm so với cùng kỳ năm trước? (Ước tính một cách tương đối)

|                          | Dưới 40%                 | Từ 40% đến dưới 60%      | Từ 60% đến dưới 80%      | Từ 80% đến dưới 100%     | Từ 100% đến dưới 120%    | Từ 120% đến dưới 150%    | Từ 150% đến dưới 200%    | Trên 200%                |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Doanh thu                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Lợi nhuận                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hoạt động SXKD nói chung | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

7. Doanh thu của Quý Doanh nghiệp theo các kênh phân phối ở thời điểm hiện tại thay đổi như thế nào so với cùng kỳ năm trước? (Ước tính một cách tương đối)

|                                                | Tăng lên                 | Không thay đổi           | Giảm đi                  |
|------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <b>Kênh tiêu dùng tại chỗ (On-premise)</b>     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Kênh phân phối mua về nhà (Off-premise)</b> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Truyền thống (General Trade)                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Đại lý tổng hợp                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tạp hóa ven đường                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Chợ truyền thống                               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hiện đại (Modern Trade)                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Đại siêu thị                                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Siêu thị                                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cửa hàng tiện lợi                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Thương mại điện tử                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

8. Trong 6 tháng đầu năm 2026, phân khúc khách hàng nào đóng vai trò lớn nhất trong cơ cấu doanh thu của Quý Doanh nghiệp?

- ☐ Nhóm khách hàng từ 13-28 tuổi  
☐ Nhóm khách hàng từ 29-44 tuổi  
☐ Nhóm khách hàng từ 45-60 tuổi  
☐ Nhóm khách hàng trên 60 tuổi

9. Top 5 khó khăn mà Quý Doanh nghiệp phải đối mặt trong năm 2026 là gì? (Vui lòng chọn tối đa 5 lựa chọn cho mỗi giai đoạn)

| Khó khăn | 6 tháng đầu năm | 6 tháng cuối năm |
|----------|-----------------|------------------|
|          |                 |                  |

|                                                                   |                          |                          |
|-------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Sự thay đổi hành vi và nhu cầu của người tiêu dùng                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cạnh tranh ngày càng gay gắt trong ngành                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sự mất niềm tin của người dân về vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Chi phí vận hành gia tăng                                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Biến động giá nông sản, nguyên vật liệu toàn cầu                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Khó tiếp cận nguồn vốn hoặc chi phí vốn cao                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Lượng hàng tồn kho lớn                                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Rủi ro lạm phát, tỷ giá và lãi suất                               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Gián đoạn chuỗi cung ứng, logistics                               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Áp lực chuyển đổi số và ứng dụng AI                               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Rủi ro an ninh mạng, quyền riêng tư và bảo mật dữ liệu            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Thiếu hụt nhân lực chất lượng cao                                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Yêu cầu cao hơn về phát triển bền vững và ESG                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Thay đổi về chính sách, thuế và quy định pháp luật                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Khác (Vui lòng ghi rõ: .....)                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**10. Top 4 động lực cho sự tăng trưởng của Quý Doanh nghiệp trong 6 tháng cuối năm 2026 là gì? (Vui lòng chọn tối đa 4 lựa chọn)**

- ☐ Sức mua trong nước cải thiện
- ☐ Thương mại điện tử và bán lẻ đa kênh tiếp tục phát triển
- ☐ Gia tăng nhu cầu thực phẩm tốt cho sức khỏe và bền vững
- ☐ Mở rộng thị trường xuất khẩu
- ☐ Đổi mới sản phẩm đáp ứng xu hướng tiêu dùng mới
- ☐ Hoạt động du lịch phục hồi mạnh mẽ
- ☐ Ứng dụng AI và chuyển đổi số trong sản xuất, bán hàng và quản trị
- ☐ Chi phí nguyên liệu và logistics ổn định hơn
- ☐ Nâng cao uy tín thương hiệu và niềm tin của người tiêu dùng
- ☐ Chính sách hỗ trợ doanh nghiệp và cải thiện môi trường kinh doanh
- ☐ Khác (Vui lòng ghi rõ):

**11. Quý Doanh nghiệp đánh giá thế nào về triển vọng kinh tế Việt Nam trong năm 2026?**

- |                                                          |                                                          |
|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Tăng trưởng dưới 7,0%           | <input type="checkbox"/> Tăng trưởng từ 8,5% – dưới 9,0% |
| <input type="checkbox"/> Tăng trưởng từ 7,0% – dưới 7,5% | <input type="checkbox"/> Tăng trưởng từ 9,0% – dưới 9,5% |
| <input type="checkbox"/> Tăng trưởng từ 7,5% – dưới 8,0% | <input type="checkbox"/> Tăng trưởng từ 9,5% – dưới 10%  |
| <input type="checkbox"/> Tăng trưởng từ 8,0% – dưới 8,5% | <input type="checkbox"/> Tăng trưởng trên 10%            |

**12. Theo Quý Doanh nghiệp, triển vọng toàn ngành Thực phẩm – Đồ uống cả năm 2026 so với năm trước sẽ như thế nào?**

- ☐ Tăng trưởng dưới 5%
- ☐ Tăng trưởng từ 5% đến 10%
- ☐ Tăng trưởng từ trên 10% đến 15%
- ☐ Tăng trưởng trên 15%

**13. Triển vọng kinh doanh của Quý Doanh nghiệp trong 6 tháng cuối năm 2026 so với 6 tháng đầu năm sẽ như thế nào?**

- ☐ Khó khăn hơn rất nhiều
- ☐ Khó khăn hơn một chút
- ☐ Không thay đổi
- ☐ Khả quan hơn một chút
- ☐ Khả quan hơn rất nhiều

**14. Quý Doanh nghiệp dự báo thế nào về thay đổi trong nhu cầu của khách hàng về các nhóm sản phẩm sau trong ít nhất 6 tháng tới đây?**

|                                                                    | Tăng<br>lên              | Không<br>thay<br>đổi     | Giảm<br>đi               | Không<br>rõ              |
|--------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Bia, rượu                                                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Nước giải khát                                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Trà                                                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cà phê                                                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sữa và các sản phẩm từ sữa (bao gồm cả sữa hạt)                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Thực phẩm tăng cường dinh dưỡng, hệ miễn dịch                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Thực phẩm sạch và lành mạnh (VD: không có gluten...)               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Thực phẩm có nguồn gốc tự nhiên và hữu cơ (VD: không biến đổi gen) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Thực phẩm có nguồn gốc địa phương                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Thực phẩm nhập khẩu                                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Thực phẩm tiện lợi, đóng gói                                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Thực phẩm tươi sống                                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Thực phẩm đông lạnh                                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Gạo, ngũ cốc và các sản phẩm nghiền                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**D – CHIẾN LƯỢC CỦA DOANH NGHIỆP TRONG THỜI GIAN TỚI**

**15. Top 5 chiến lược ưu tiên của Quý Doanh nghiệp trong năm 2026 là gì?**

**A. Quản trị, vận hành SXKD (Vui lòng chọn tối đa 3 lựa chọn)**

- ☐ Chuyển đổi số, AI và phân tích dữ liệu trong quản trị, vận hành
- ☐ Tối ưu chi phí và nâng cao hiệu quả hoạt động
- ☐ Đa dạng hóa chuỗi cung ứng
- ☐ Tăng cường kiểm soát chất lượng, an toàn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc nguyên liệu
- ☐ Đầu tư nâng cấp công nghệ sản xuất, bảo quản và logistics
- ☐ Mở rộng thị trường trong nước, xuất khẩu
- ☐ Huy động thêm nguồn vốn phục vụ mở rộng hoạt động
- ☐ Tìm kiếm cơ hội hợp tác chiến lược hoặc M&A
- ☐ Đầu tư đào tạo và phát triển nguồn nhân lực
- ☐ Đầu tư cho phát triển bền vững (ESG, năng lượng sạch, bao bì xanh...)
- ☐ Khác (vui lòng cho biết)

**B. Chiến lược sản phẩm (Vui lòng chọn tối đa 3 lựa chọn)**

- ☐ Phát triển sản phẩm mới đáp ứng xu hướng tiêu dùng (sức khỏe, dinh dưỡng, tiện lợi...)
- ☐ Phát triển sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn và quy định của thị trường xuất khẩu
- ☐ Đổi mới công nghệ và quy trình sản xuất nhằm nâng cao chất lượng, giảm chi phí
- ☐ Tăng tỷ lệ sử dụng nguyên liệu trong nước hoặc nguyên liệu bền vững
- ☐ Điều chỉnh danh mục sản phẩm tập trung vào các dòng sản phẩm có lợi thế cạnh tranh
- ☐ Khác (vui lòng cho biết):

**C. Tương tác với khách hàng (Vui lòng chọn tối đa 3 lựa chọn)**

- ☐ Đẩy mạnh marketing số và phát triển thương hiệu

- ☐ Phát triển thương mại điện tử và kênh bán hàng trực tuyến
- ☐ Nâng cao trải nghiệm và chất lượng dịch vụ khách hàng
- ☐ Tăng các tùy chọn tự phục vụ
- ☐ Phát triển chương trình khách hàng thân thiết
- ☐ Cá nhân hóa sản phẩm, dịch vụ và hoạt động marketing
- ☐ Khác (vui lòng cho biết):

**16. Theo nhận định của Quý Doanh nghiệp, xu hướng marketing số nào sẽ có ảnh hưởng rõ nét nhất đến ngành Thực phẩm và Đồ uống trong 6 tháng cuối năm 2026?**

- ☐ Gia tăng sử dụng video ngắn trên các nền tảng như TikTok, Facebook/Instagram Reels, YouTube Shorts
- ☐ Ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong quảng cáo và tối ưu hóa nội dung
- ☐ Tăng cường trải nghiệm thương hiệu thông qua công nghệ thực tế ảo (VR) hoặc thực tế tăng cường (AR)
- ☐ Đẩy mạnh hợp tác với người ảnh hưởng (KOL, KOC) để tiếp cận nhóm khách hàng mục tiêu
- ☐ Mở rộng hình thức bán hàng trực tuyến qua livestream trên nền tảng số
- ☐ Khuyến khích và tận dụng nội dung do người tiêu dùng tạo ra (UGC – User Generated Content)
- ☐ Khác (vui lòng ghi rõ):

**17. Trong năm 2026, chiến lược marketing nào đóng vai trò quan trọng nhất trong việc xây dựng thương hiệu của Quý Doanh nghiệp?**

- ☐ Quảng cáo và truyền thông trên các nền tảng mạng xã hội (Facebook, Instagram, TikTok...)
- ☐ Hợp tác với người ảnh hưởng (KOLs/Influencers) để tăng nhận diện thương hiệu
- ☐ Triển khai các chương trình khuyến mãi, giảm giá nhằm thu hút và giữ chân khách hàng
- ☐ Xây dựng và lan tỏa nội dung thương hiệu thông qua hoạt động content marketing
- ☐ Tham gia các sự kiện trải nghiệm, lễ hội ẩm thực, chương trình tương tác trực tiếp với khách hàng
- ☐ Khác (vui lòng ghi rõ):

**18. Quý Doanh nghiệp dự kiến chi phí marketing của mình trong năm 2026 thay đổi như thế nào so với năm 2025?**

- ☐ Tăng mạnh
- ☐ Tăng lên một chút
- ☐ Không thay đổi
- ☐ Giảm đi một chút
- ☐ Giảm mạnh

**19. Quý Doanh nghiệp đã, đang và sẽ đầu tư vào những điều nào sau đây để cải thiện hiệu suất của hoạt động digital marketing trên các kênh trực tuyến?**

|                                                             | Hiện tại                 | Trong 2-3 năm tới        |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| AI, phân tích dữ liệu và tự động hóa                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Xây dựng và khai thác dữ liệu khách hàng                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tối ưu hóa trang web, app và trải nghiệm người dùng (UX/UI) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tối ưu công cụ tìm kiếm (SEO/SEM) và quảng cáo trực tuyến   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Marketing trên mạng xã hội, KOL/KOC và nội dung số          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Marketing Automation (Email, SMS, Zalo OA, Chatbot...)      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

|                                                                 |                          |                          |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Bảo mật dữ liệu khách hàng, tuân thủ quy định về quyền riêng tư | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Khác (Vui lòng ghi rõ: .....)                                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## E – THỰC TRẠNG KIỂM SOÁT VỆ SINH AN TOÀN THỰC PHẨM CỦA DOANH NGHIỆP

**20. Quý Doanh nghiệp hiện đang áp dụng tiêu chuẩn nào nhằm đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm trong toàn bộ chuỗi cung ứng?**

- ☐ Tiêu chuẩn HACCP
- ☐ Tiêu chuẩn ISO 22000
- ☐ Tiêu chuẩn quốc gia (TCVN)
- ☐ Tiêu chuẩn quốc tế khác (ví dụ: BRC, FSSC 22000...)
- ☐ Chưa áp dụng tiêu chuẩn cụ thể

**21. Tần suất kiểm tra, giám sát vệ sinh an toàn thực phẩm tại cơ sở sản xuất của Quý Doanh nghiệp hiện nay là bao nhiêu?**

- ☐ Hằng ngày
- ☐ Hằng tuần
- ☐ Hằng tháng
- ☐ Hằng quý
- ☐ Không có lịch kiểm tra cố định

**22. Trong những tháng đầu năm 2026, Quý Doanh nghiệp có gặp phải thách thức nào trong quá trình duy trì tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm không?**

- ☐ Không gặp thách thức đáng kể
- ☐ Thiếu hụt nhân sự phụ trách kiểm soát chất lượng
- ☐ Chi phí tuân thủ và duy trì tiêu chuẩn còn cao
- ☐ Khó khăn trong việc kiểm soát chất lượng nguyên liệu từ nhà cung cấp
- ☐ Khác (vui lòng ghi rõ):

**23. Trong 6 tháng cuối năm 2026, Quý Doanh nghiệp có kế hoạch nâng cấp hoặc cải tiến quy trình kiểm soát vệ sinh an toàn thực phẩm không?**

- ☐ Có – đầu tư thêm công nghệ, trang thiết bị kiểm soát chất lượng
- ☐ Có – tổ chức đào tạo, nâng cao năng lực đội ngũ nhân sự liên quan
- ☐ Có – áp dụng thêm các tiêu chuẩn mới về ATTP
- ☐ Hiện chưa có kế hoạch cụ thể

## F – THỰC TRẠNG TRIỂN KHAI TRUY XUẤT NGUỒN GỐC VÀ ĐỊNH DANH SẢN PHẨM

**24. Quý Doanh nghiệp hiện đang áp dụng hình thức truy xuất nguồn gốc nào đối với sản phẩm của mình?**

- ☐ Chưa triển khai hệ thống truy xuất nguồn gốc
- ☐ Truy xuất bằng mã QR nội bộ của doanh nghiệp
- ☐ Truy xuất theo tiêu chuẩn GS1 (GTIN, QR/GS1 Digital Link)
- ☐ Truy xuất thông qua nền tảng của đơn vị cung cấp dịch vụ
- ☐ Truy xuất kết nối với hệ thống của cơ quan quản lý Nhà nước
- ☐ Truy xuất phục vụ xuất khẩu theo yêu cầu của đối tác
- ☐ Khác (vui lòng ghi rõ):

**25. Hiện nay doanh nghiệp đã quản lý những thông tin nào để phục vụ truy xuất nguồn gốc?**

- ☐ Nguồn gốc nguyên liệu
- ☐ Nhà cung cấp

- ☐ Lô sản xuất (Batch/Lot)
- ☐ Ngày sản xuất và hạn sử dụng
- ☐ Quy trình chế biến
- ☐ Kết quả kiểm nghiệm chất lượng
- ☐ Điều kiện bảo quản
- ☐ Nhật ký vận chuyển và phân phối
- ☐ Hồ sơ thu hồi sản phẩm khi cần thiết
- ☐ Chưa quản lý đầy đủ dữ liệu truy xuất

**26. Theo Quý Doanh nghiệp, những khó khăn lớn nhất khi triển khai hệ thống truy xuất nguồn gốc là gì?**

- ☐ Chi phí đầu tư ban đầu cao
- ☐ Thiếu nhân sự có chuyên môn
- ☐ Thiếu hạ tầng công nghệ
- ☐ Khó thu thập dữ liệu từ nhà cung cấp
- ☐ Thiếu hướng dẫn kỹ thuật
- ☐ Khách hàng chưa quan tâm nhiều
- ☐ Chưa thấy hiệu quả kinh tế rõ ràng

**27. Theo Quý Doanh nghiệp, việc áp dụng truy xuất nguồn gốc mang lại những lợi ích nào?**

- ☐ Nâng cao uy tín thương hiệu
- ☐ Tăng niềm tin của người tiêu dùng
- ☐ Thuận lợi khi xuất khẩu
- ☐ Giảm rủi ro về an toàn thực phẩm
- ☐ Quản lý hiệu quả chuỗi cung ứng
- ☐ Hỗ trợ thu hồi sản phẩm nhanh chóng
- ☐ Chưa mang lại hiệu quả rõ rệt

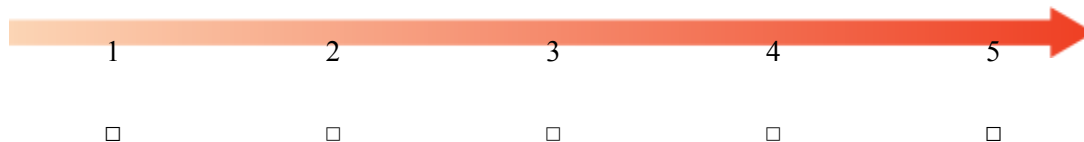
## G - ĐÁNH GIÁ QUÁ TRÌNH THỰC THI ESG CỦA DOANH NGHIỆP

**28. Việc thực thi và đáp ứng tiêu chí đánh giá tiêu chuẩn môi trường, xã hội và quản trị (ESG) có ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của Quý Doanh nghiệp không?**

- ☐ Có ☐ Không ☐ Không rõ

**Nếu có, vui lòng đánh giá mức độ ảnh hưởng**  
Mức ảnh hưởng thấp

Mức ảnh hưởng cao



**29. Đây là mô tả đúng nhất về tình hình cam kết ESG hiện tại của Quý doanh nghiệp?**

- ☐ Không đặt ra cam kết ESG/ chưa có kế hoạch cụ thể
- ☐ Đang ở giai đoạn lập kế hoạch
- ☐ Đã lập kế hoạch và triển khai một phần cam kết ESG
- ☐ Đã lập kế hoạch và triển khai toàn diện cam kết ESG

**30. Đây là những hành động Quý Doanh nghiệp sẵn sàng thực hiện để hướng tới cam kết ESG?**

- ☐ Xây dựng hệ thống các nhà máy sản xuất trung hòa carbon
- ☐ Sử dụng bao bì thân thiện với môi trường
- ☐ Sử dụng năng lượng tái tạo trong hoạt động sản xuất và vận hành

- ☐ Tối ưu hóa sử dụng nước và nguyên liệu, giảm thiểu lãng phí thực phẩm và thực hiện các chương trình tái chế
- ☐ Đầu tư vào nghiên cứu và phát triển các sản phẩm có nguồn gốc từ nông nghiệp bền vững, hữu cơ hoặc ít tác động đến môi trường.
- ☐ Không sử dụng nhựa dùng một lần trong mọi hoạt động của doanh nghiệp
- ☐ Ứng dụng chữ ký số để hạn chế sử dụng giấy
- ☐ Minh bạch thông tin quản trị
- ☐ Tổ chức các buổi hội thảo để trang bị kiến thức về ESG cho nhân sự trong doanh nghiệp
- ☐ Có các chính sách đãi ngộ, đào tạo và giữ chân nhân sự
- ☐ Ứng dụng DEI (Diversity – Equity – Inclusion) trong văn hóa doanh nghiệp
- ☐ Tham gia vào các chương trình phát triển cộng đồng, hỗ trợ giáo dục, y tế và các hoạt động từ thiện
- ☐ Khác (vui lòng cho biết)

## H – ĐÁNH GIÁ DOANH NGHIỆP TIÊU BIỂU

**31. Theo đánh giá của Quý Doanh nghiệp, đâu là Doanh nghiệp thực phẩm và đồ uống tiêu biểu nhất trên thị trường Thực phẩm - Đồ uống Việt Nam hiện nay?**

*(Quý Doanh nghiệp vui lòng kể tên 5-10 Doanh nghiệp mà Quý Doanh nghiệp đánh giá tiêu biểu nhất với mỗi hạng mục dưới đây)*

### I. NHÓM NGÀNH THỰC PHẨM

#### NGÀNH HÀNG: SỮA VÀ SẢN PHẨM TỪ SỮA

| STT | TÊN DOANH NGHIỆP | NHÃN HÀNG TIÊU BIỂU |
|-----|------------------|---------------------|
| 1   |                  |                     |
| 2   |                  |                     |
| 3   |                  |                     |
| 4   |                  |                     |
| 5   |                  |                     |
| 6   |                  |                     |
| 7   |                  |                     |
| 8   |                  |                     |
| 9   |                  |                     |
| 10  |                  |                     |

#### NGÀNH HÀNG: BÁNH KẸO, THỰC PHẨM DINH DƯỠNG

| STT | TÊN DOANH NGHIỆP | NHÃN HÀNG TIÊU BIỂU |
|-----|------------------|---------------------|
| 1   |                  |                     |
| 2   |                  |                     |
| 3   |                  |                     |
| 4   |                  |                     |
| 5   |                  |                     |
| 6   |                  |                     |
| 7   |                  |                     |
| 8   |                  |                     |
| 9   |                  |                     |
| 10  |                  |                     |

#### NGÀNH HÀNG: ĐƯỜNG, NƯỚC CHẤM, GIA VỊ

| STT | TÊN DOANH NGHIỆP | NHÃN HÀNG TIÊU BIỂU |
|-----|------------------|---------------------|
| 1   |                  |                     |
| 2   |                  |                     |
| 3   |                  |                     |
| 4   |                  |                     |
| 5   |                  |                     |
| 6   |                  |                     |
| 7   |                  |                     |
| 8   |                  |                     |
| 9   |                  |                     |
| 10  |                  |                     |

**NGÀNH HÀNG: DẦU ĂN**

| STT | TÊN DOANH NGHIỆP | NHÃN HÀNG TIÊU BIỂU |
|-----|------------------|---------------------|
| 1   |                  |                     |
| 2   |                  |                     |
| 3   |                  |                     |
| 4   |                  |                     |
| 5   |                  |                     |

**NGÀNH HÀNG: THỰC PHẨM KHÔ, ĐỒ ĂN LIỀN**

| STT | TÊN DOANH NGHIỆP | NHÃN HÀNG TIÊU BIỂU |
|-----|------------------|---------------------|
| 1   |                  |                     |
| 2   |                  |                     |
| 3   |                  |                     |
| 4   |                  |                     |
| 5   |                  |                     |

**NGÀNH: THỰC PHẨM TƯƠI SỐNG, ĐÔNG LẠNH**

| STT | TÊN DOANH NGHIỆP | NHÃN HÀNG TIÊU BIỂU |
|-----|------------------|---------------------|
| 1   |                  |                     |
| 2   |                  |                     |
| 3   |                  |                     |
| 4   |                  |                     |
| 5   |                  |                     |

**NGÀNH: THỰC PHẨM SƠ CHẾ, CHẾ BIẾN SẴN**

| STT | TÊN DOANH NGHIỆP | NHÃN HÀNG TIÊU BIỂU |
|-----|------------------|---------------------|
| 1   |                  |                     |
| 2   |                  |                     |
| 3   |                  |                     |
| 4   |                  |                     |
| 5   |                  |                     |

**NGÀNH: XUẤT KHẨU THỦY SẢN**

| STT | TÊN DOANH NGHIỆP | NHÃN HÀNG TIÊU BIỂU |
|-----|------------------|---------------------|
| 1   |                  |                     |
| 2   |                  |                     |

| STT | TÊN DOANH NGHIỆP | NHÃN HÀNG TIÊU BIỂU |
|-----|------------------|---------------------|
| 3   |                  |                     |
| 4   |                  |                     |
| 5   |                  |                     |

## II. NHÓM NGÀNH ĐỒ UỐNG

### NGÀNH HÀNG: ĐỒ UỐNG CÓ CỒN (RƯỢU, BIA...)

| STT | TÊN DOANH NGHIỆP | NHÃN HÀNG TIÊU BIỂU |
|-----|------------------|---------------------|
| 1   |                  |                     |
| 2   |                  |                     |
| 3   |                  |                     |
| 4   |                  |                     |
| 5   |                  |                     |

### NGÀNH HÀNG: ĐỒ UỐNG KHÔNG CỒN (NƯỚC GIẢI KHÁT, NƯỚC HOA QUẢ...)

| STT | TÊN DOANH NGHIỆP | NHÃN HÀNG TIÊU BIỂU |
|-----|------------------|---------------------|
| 1   |                  |                     |
| 2   |                  |                     |
| 3   |                  |                     |
| 4   |                  |                     |
| 5   |                  |                     |
| 6   |                  |                     |
| 7   |                  |                     |
| 8   |                  |                     |
| 9   |                  |                     |
| 10  |                  |                     |

## III. NHÓM NGÀNH: CHUỖI NHÀ HÀNG, DỊCH VỤ ĐỒ ĂN, NHƯỢNG QUYỀN

| STT | TÊN DOANH NGHIỆP | CHUỖI NHÀ HÀNG TIÊU BIỂU |
|-----|------------------|--------------------------|
| 1   |                  |                          |
| 2   |                  |                          |
| 3   |                  |                          |
| 4   |                  |                          |
| 5   |                  |                          |

## IV. NHÓM NGÀNH: CHUỖI CỬA HÀNG CAFÉ, DỊCH VỤ ĐỒ UỐNG, NHƯỢNG QUYỀN

| STT | TÊN DOANH NGHIỆP | CHUỖI CỬA HÀNG TIÊU BIỂU |
|-----|------------------|--------------------------|
| 1   |                  |                          |
| 2   |                  |                          |
| 3   |                  |                          |
| 4   |                  |                          |
| 5   |                  |                          |

## THÔNG TIN NGƯỜI ĐIỀN PHIẾU

Họ và tên:

Bộ phận làm việc:

Điện thoại:

Email:

....., ngày.....tháng.....năm 2026

**ĐẠI DIỆN DOANH NGHIỆP**  
*(Ký tên và đóng dấu)*

*Trân trọng cảm ơn sự hợp tác của Quý Doanh nghiệp!*