MỤC LỤC

TÀI CHÍNH VĨ MÔ

3. Ô nhiễm môi trường ở nông thôn thực trạng và giải pháp

Vũ Thị Thu Hoài - CQ56/09.01

7. Sản phẩm xanh - Cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam

Trần Hương Giang - CQ55/11.07

11. Hoàn thiện cơ chế, chính sách thuế tạo điều kiện cho doanh nghiệp khởi nghiệp tại Việt Nam

Hoàng Thu Hương - CQ56/02.01; Phạm Phương Hà - CQ56/02.05

14. Cách mạng nông nghiệp 4.0

Bùi Thị Xuân Cúc - CQ54/16.01

19. Thực trạng và giải pháp cho vấn đề nợ thuế của nền kinh tế Việt Nam hiện nay

Lê Hải Yến - CQ55/02.03

TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP

24. Thực trạng "Tín dụng đen" hiện nay

Dương Thị Hồng Hạnh - CQ56/15.03

28. Phát triển ví điện tử ở Việt Nam - Cơ hội và thách thức cho các doanh nghiệp trong cuộc cạnh tranh hiện nay

Nguyễn Nhật Minh - CQ55/09.01

32. Sự phát triển của các doanh nghiệp Fintech Việt Nam trong nền kinh tế số

Vũ Mai Quỳnh - CQ55/11.06

36. Vai trò thanh toán điện tử trong nền kinh tế số

Nguyễn Thị Thạo - CQ55/05.02

CÁC VẤN ĐỀ KINH TẾ

41. Sự bùng nổ của mô hình cửa hàng tiện lợi ở Việt Nam

Nguyễn Thị Thu Hằng - CQ56/08.06

45. Thực trạng môi trường Việt Nam và một số giải pháp

Vũ Minh Quỳnh - CQ55/11.07

49. Thực trạng hàng hóa Trung Quốc giả mạo xuất xứ Việt Nam

Nguyễn Thị Mai Anh - CQ54/32.04

53. Kỹ năng cần thiết cho sinh viên trong thời đại Cách mạng Công nghiệp 4.0

Lê Mạnh Chiến - CQ54/02.04; Lê Thiện Thư - CQ54/11CL.01

53. Xoài Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ: Thực trạng, cơ hội và thách thức

Nguyễn Thị Huyền Trang - CQ55/11.12

TÀI CHÍNH QUỐC TẾ

58. FTA giữa EU - Việt Nam: Cơ hội và thách thức cho nền kinh tế nước nhà

Đỗ Thị Thúy Nga - CQ55/21.10

62. Việt Nam chính thức trở thành ủy viên không thường trực Hội đồng Bảo an Liên hợp quốc nhiệm kỳ 2020-2021

Trịnh Nguyệt Minh - CQ55/22.05; Trịnh Minh Nguyệt - CQ55/22.04

69. Cơ hội và thách thức khi xuất khẩu xoài sang Mỹ

Khương Hoàng An - CQ56/21.04

73. Tham gia hiệp định EVFTA - Cơ hội đi cùng thách thức cho doanh nghiệp Việt Nam

Dương Hà Chi - CQ55/21.11

77. Cơ hội và thách thức của ngành thương mại điện tử Việt Nam khi có sự gia nhập của Amazon

Nguyễn Quang Huy - CQ56/22.02CLC

THỂ LỆ GỬI BÀI

Bài viết ngắn gọn, rõ ràng, đánh máy trên một mặt giấy A4 (độ dài không quá 5 trang, lề trái bằng 3,5cm, lề phải bằng 2,0cm, lề trên + dưới 3,0cm, cỡ chữ 14, khoảng cách dòng tối thiểu là 1,3cm), đánh số trang; các ký hiệu, công thức và hình vẽ phải chính xác, đúng quy định, đánh số và ghi rõ vị trí đặt hình, tiêu đề bài báo viết bằng chữ in hoa, họ và tên tác giả, số điện thoại... được đặt ngay dưới dòng tiêu đề sát với lề phải của trang 1.

Tư liệu nước ngoài và dẫn liệu cần ghi rõ xuất xứ (tên tác giả, tên ấn phẩm, nhà xuất bản, năm xuất bản; báo chí phải ghi rõ số ra ngày, tháng, năm; tên trang Web và tên chuyên mục của trang Web. v.v...).

Không nhận những bài viết đã đăng trên các ấn phẩm khác ở trong và ngoài Học viện.

Bài viết và ý kiến trao đổi xin gửi về:

Phòng 317 - Ban Quản lý Khoa học - Học viện Tài chính - Đức Thắng - Bắc Từ Liêm - Hà Nội

Điện thoại: 024.02191967; Email: noisansvnckh@gmail.com

Ô nhiễm môi trường ở nông thôn thực trạng và giải pháp

Vũ Thị Thu Hoài - CQ56/09.01

Trong những năm vừa qua, quán triệt thực hiện chỉ đạo của Đảng và Nhà nước về công cuộc công nghiệp hóa - hiện đại hóa đất nước, tình hình kinh tế - xã hội ở khu vực nông thôn Việt Nam đã có những bước chuyển biến tích cực. Đời sống đại bộ phận người dân khu vực nông thôn được cải thiện góp phần nâng cao hiệu quả công tác đảm bảo an ninh trật tự, an toàn xã hội. Tuy nhiên quá trình công nghiệp hóa nông thôn đã và đang đặt ra những thách thức đối với công tác phòng, chống tội phạm và vi phạm pháp luật về môi trường và bảo vệ môi trường nông thôn trong giai đoạn hiện nay.

1. Thực trạng ô nhiễm môi trường ở nông thôn hiện nay

Nông thôn nước ta đang trong quá trình chuyển đổi và phát triển. Theo đó phát sinh không ít vấn đề về môi trường mà bức xúc nhất là tình trạng ô nhiễm môi trường. Giai đoạn 2014-2017, cảnh sát môi trường đã phát hiện hơn 60.000 vụ vi phạm với 65.000 đối tượng vi phạm; khởi tố và đề nghị khởi tố là 1.390 vụ với 1.996 đối tượng, xử lí hành chính với 15.844 cá nhân,11.018 tổ chức, xử phạt và truy thu phí môi trường là 526,29 tỷ đồng. Các vi phạm phổ biến là: Xả thải gây ô nhiễm môi trường; vi phạm các quy định về quản lí chất thải; vi phạm các quy định về lập và thực hiện cam kết bảo vệ môi trường; sử dụng hóa chất, phân bón ngoài danh mục cho phép theo quy định; sử dụng chất cấm trong chăn nuôi, nuôi trồng thủy sản,…

Theo thời gian, chăn nuôi trang trại phát triển mạnh, kiểu chăn nuôi nhỏ lẻ mỗi gia đình vài ba con lợn không còn nhiều. Nhưng với lối sinh hoạt tự do, người dân nông thôn vẫn không có thói quen gom rác lại để xử lí và ngay cả khi không cần phân bón thì chất thải nuôi lại được "tống" ra cống rãnh. Cùng với hệ thống nhà vệ sinh tự hoại, nước thải sinh hoạt cũng chảy theo ra cống rãnh gây ô nhiễm nguồn nước mặt ao, hồ lâu dần thì ngấm xuống làm ô nhiễm nguồn nước ngầm. Những minh chứng điển hình đó là làng Ngọc Than, xã Ngọc Mỹ (Quốc Oai - Hà Nội) và xã Chàng Sơn (Thạch Thất- Hà Nội), là những vùng ngoại thành thủ đô phải đi mua nước sinh hoạt do ô nhiễm nghiêm trọng nguồn nước mặt và cạn kiệt nguồn nước ngầm.

Đánh giá chất lượng môi trường khu vực nông thôn cho thấy, môi trường không khí khu vực nông thôn chủ yếu bị ảnh hưởng bởi một số hoạt động làng nghề, điểm công nghiệp xen kẽ trong các khu dân cư, các cơ sở sản xuất, các trang trại chăn nuôi tập trung, khai thác khoáng sản ở các vùng lân cận, chôn lấp và đốt chất thải sinh hoạt,… Ô nhiễm nguồn nước ở nông thôn đang ở mức báo động, nguồn ô nhiễm xuất phát từ hoạt động làng nghề, trang trại chăn nuôi tập trung, nước thải từ các nhà máy xây gần vùng nguyên liệu (chế biến thủy sản, chế biến nông sản…), sinh hoạt của người dân nhưng không được xử lý. Sự suy giảm nhanh chóng của chất lượng môi trường khu vực nông thôn đã tác động đến sức khỏe người dân; làm gia tăng tỉ lệ bệnh tật thường là các bệnh về đường hô hấp, da và mắt; suy giảm chất lượng cuộc sống tác động trực tiếp đến mục tiêu phát triển bền vững đất nước.

2. Nguyên nhân gây ô nhiễm môi trường ở nông thôn hiện nay

Thứ nhất, do ý thức của người dân

Điều kiện tiếp cận với tri thức mới, cập nhật thông tin của người nông dân nông thôn cũng còn nhiều hạn chế dẫn đến ý thức bảo vệ môi trường và ý thức chấp hành pháp luật của người nông dân chưa cao.

Khi Chính phủ triển khai thực hiện chương trình nông thôn mới thì tiêu chí về môi trường, bảo vệ môi trường chưa thật sự được quan tâm, chú trọng; nguồn kinh phí, nguồn lực về con người, trang bị khoa học - công nghệ phục vụ cải tiến hệ thống sản xuất, đầu tư xử lý chất thải rắn, chất thải sinh hoạt tại khu vực nông thôn còn nhiều hạn chế, yếu kém… Đặc biệt rác thải sau khi thu gom vẫn chưa được xử lý đúng cách, mới chỉ dừng lại ở việc chôn lấp, đốt rác gây ô nhiễm môi trường đất, nước, không khí. Vẫn còn một lượng nhỏ các loại vỏ bao đựng hóa chất thuốc bảo vệ thực vật vứt bừa bãi ra các kênh, mương mà chưa có cách gì xử lý triệt để. Và còn cả thói quen thả rông trâu, bò,… và chất thải của các động vật này vẫn còn nhiều ở ngoài đường, trong các khu vực công cộng.

Thứ hai, do nhận thức của người dân tại các khu vực nông thôn về môi trường, bảo vệ môi trường, pháp luật bảo vệ môi trường còn hạn chế.

Đây là nguyên nhân cơ bản làm phát sinh các hành vi vi phạm pháp luật về bảo vệ môi trường tác động trực tiếp đến chất lượng môi trường. Khu vực nông thôn có lượng dân số lớn (khoảng 67% dân số toàn quốc), tập trung nhiều loại hình sản xuất đa dạng

nhưng chủ yếu gắn với kinh nghiệm, truyền thống, nguồn vốn và trang bị khoa học - kĩ thuật thấp… Do đó, tình trạng xả thải gây ô nhiệm môi trường còn diễn ra phổ biến

Thứ ba, do công tác quản lý, bảo vệ môi trường tại khu vực nông thôn chưa đáp ứng được yêu cầu của quá trình công nghiệp hóa - hiện đại hóa nông thôn. Mặt bằng trình độ của cán bộ quản lý cấp xã không đồng đều, còn hạn chế về nhận thức và chuyên môn quản lý, số lượng cán bộ chủ yếu cấp xã còn hạn chế về chuyên môn về lí luận chính trị và quản lý nhà nước, trình độ đại học trở lên còn thấp, thậm chí có nhiều cán bộ chủ chốt cấp xã không được đào tạo chuyên môn cấp xã không được đào tạo về chuyên môn về lý luận chính trị và quản lí nhà nước, dẫn đến hiệu quả công tác quản lí của địa phương chưa đạt hiệu quả cao, còn tồn tại nhiều vấn đề bất cập do không đủ trình độ, năng lực quản lí.

3. Một số giải pháp để tăng cường bảo vệ môi trường ở nông thôn hiện nay

Một là, tổ chức công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật cho toàn thể nhân dân tại khu vực nông thôn có nhận thức bảo vệ môi trường, ý thức thực hiện chấp hành nghiêm các quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường trong sản xuất, chăn nuôi và kinh doanh. Chú trọng công tác nâng cao ý thức trách nhiệm của mỗi cá nhân đối với môi trường. Phát động nhân dân tham gia, thu gom xử lý rác thải, vệ sinh môi trường, thực hiện các biện pháp canh tác khoa học, không lạm dụng hóa chất độc hại đồng thời cải tạo và bảo vệ môi trường sống.

Hai là, các cơ quan quản lý Nhà nước chuyên ngành, các đơn vị chức năng làm tốt công tác tham mưu cho cấp ủy, chính quyền các cấp tăng cường công tác quản lý nhà nước về bảo vệ môi trường; rà soát các quy định hiện hành để bổ sung, sửa đổi, khắc phục các sơ hở thiếu sót tồn tại bất cập trong bảo vệ môi trường ở nông thôn.

Ba là, tập trung giải quyết triệt để tình trạng ô nhiễm môi trường tại các làng nghề ở khu vực nông thôn. Quy hoạch các làng nghề, cụm nghề theo hướng xây dựng các điểm sản xuất tập trung; di dời các cơ sở sản xuất gây ô nhiễm ra xa khu dân cư. Đối với các nhà máy, khu công nghiệp phải có biện pháp xử lý nước thải, rác thải trước khi đưa ra ngoài môi trường. Tăng cường đầu tư nguồn vốn để đổi mới và nâng cao lực lượng sản xuất kinh doanh tại nông thôn; đổi mới công nghệ sản xuất, đầu tư hệ thống thu gom xử lý chất thải ở nông thôn. Đặc biệt quá trình đầu tư, xây dựng nông thôn mới cần đảm bảo các tiêu chí về môi trường.

Bốn là, xử lý triệt để chất thải rắn, nước thải trong chăn nuôi, nuôi trồng thủy sản bằng mô hình xử lý sinh học kết hợp sử dụng khí sinh học trong sinh hoạt tại các gia đình, trang trại chăn nuôi. Bên cạnh đó cần quản lý chặt chẽ hoạt động sử dụng hóa chất, chất cấm, chất kích thích sinh trưởng, kháng sinh trong chăn nuôi thông qua kiểm soát, đánh giá chất lượng sản phẩm.

Năm là, đối với lực lượng Cảnh sát môi trường cần tập trung làm tốt các mặt công tác trong phòng chống tội phạm và vi phạm pháp luật về môi trường, tài nguyên tại khu vực nông thôn.

Tóm lại, để công tác bảo vệ môi trường ở nông thôn có hiệu quả, phải coi công việc này là nhiệm vụ của các cấp, các ngành, các tổ chức cộng đồng và của mọi người dân. Mỗi người dân hãy tự có ý thức bảo vệ môi trường vì bảo vệ môi trường là bảo vệ chính mạng sống của mình.

Tài liệu tham khảo:

http://www.csnd.vn/Home/Nghien-cuu-Trao-doi/4273/Thuc-trang-o-nhiem-moi-truong-o-nong-thon-nuoc-ta-hien-nay

https://dantri.com.vn/dien-dan/xay-dung-nong-thon-moi-than-thien-voi-moi-truong1371648818.htm?fbclid=IwAR0FT72_9Gna7nWrGy3TcWSuGbC6jVcprB7Y8wwKyg7BIoPo9W2PESGWZfc

Thư giãn:

NGĂN NGỪA HÀNH VI XẤU

Hai vợ chồng đi cùng một cô gái xinh đẹp trong chiếc thang máy nhỏ. Người chồng mê mẩn ghé sát vào cô gái. Bỗng nhiên, cô này quay phắt lại, tát bốp vào mặt ông ta và mắng:

- Đồ đê tiện! Chừa cái thói cấu véo phụ nữ trong thang máy đi nhé!

- Lúc ra ngoài, ông chồng nhăn nhó với vợ: Khổ quá, anh có véo cô ta đâu cơ chứ!

- Bà vợ nói: Tôi véo đấy! Tôi sợ rằng nếu không làm như vậy thì anh còn có hành vi tồi tệ hơn!

Sản phẩm xanh - Cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam

Trần Hương Giang - CQ55/11.07

2018 là năm thói quen của người tiêu dùng Việt được định hình và cũng có nhiều sự thay đổi rõ rệt. Nhờ sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin và sự kết nối xã hội ngày càng mạnh mẽ, người Việt đang có những cái nhìn cụ thể và ấn tượng hơn về vấn đề môi trường, thể hiện rõ nét nhất ở sự quan tâm sử dụng ngày càng đông đảo và rộng rãi những sản phẩm xanh có lợi cho đời sống và môi trường. Xu hướng này cũng đồng thời mở ra một thị trường mới đầy tiềm năng cho các doanh nghiệp đang tìm kiếm một phương án phát triển lâu dài và bền vững.

Sản phẩm xanh là gì?

Theo Trang Thông tin Điện tử Bảo vệ Môi trường Việt Nam - MTX, sản phẩm xanh là sản phẩm được làm từ vật liệu thân thiện với môi trường.

Cụ thể hơn, sản phẩm xanh trong quá trình sản xuất, tiêu dùng hay thải bỏ sẽ không tạo ra hoặc rất ít gây tác động xấu tới môi trường so với những sản phẩm cùng loại. Những sản phẩm này giúp bảo vệ môi trường bởi chúng giảm thiểu một cách đáng kể lượng chất thải chúng tạo ra. Sản phẩm xanh cũng được hiểu là quá trình sản xuất ra chúng không tạo ra hoặc tạo ra không đáng kể lượng khí carbon vào không khí. Tức là ứng dụng các phương pháp sản xuất thân thiện với môi trường, thực hiện cải tiến quy trình kỹ thuật, hệ thống máy móc, hoàn thiện các tiêu chuẩn trong sản xuất để để giảm tỷ lệ lỗi, sử dụng nguyên liệu đầu vào thân thiện với môi trường, tiết kiệm nguyên vật liệu, tài nguyên thiên nhiên và giảm lượng chất thải ra môi trường.

Nguồn gốc và lợi ích của sản phẩm xanh

Ô nhiễm môi trường xảy ra do nhiều nguyên nhân, nhưng dễ thấy nhất và được nhiều người ý thức nhất hiện nay chính là ô nhiễm do nhựa. Bởi vậy, những sản phẩm xanh dễ thấy và được ưa chuộng nhiều nhất được làm từ những nguyên liệu thay thế cho nhựa như cốc giấy, thìa nĩa inox, bình thủy tinh, ống hút kim loại… Các nguyên liệu thay thế được phát triển ngày càng đa dạng và chủ yếu là nguyên liệu thực vật. Những sản phẩm thay thế này hứa hẹn sẽ bảo vệ môi trường nhờ giảm lượng nhựa thải ra và kéo dài thời gian sử dụng của sản phẩm.

Đối với ô nhiễm nguồn nước và đất, nhằm giảm lượng chất hóa học gia đầu độc hai nguồn tài nguyên này, các nhà sản xuất cũng cho ra mắt thị trường loạt sản phẩm tẩy rửa như nước rửa chén, nước giặt có nguồn gốc thiên nhiên hay thậm chí là làm từ phế phẩm sinh học - phần thừa bỏ đi của rau củ quả. Một số sản phẩm chăm sóc cá nhân như sữa tắm, dầu gội hay kem đánh răng hữu cơ cũng được người tiêu dùng để mắt đến nhiều trong thời gian gần đây.

Trong một vài trường hợp, các sản phẩm xanh cũng góp phần cải thiện môi trường dựa trên thành phần cấu tạo của chúng. Ví dụ, nông sản hữu cơ - nông sản được nuôi trồng, bảo quản và chế biến trong điều kiện không dùng thuốc trừ sâu, phân bón tổng hợp, công nghệ sinh học và phóng xạ hóa học, khi phân hủy sẽ giúp cải thiện độ mùn của đất mà không thêm vào đất các chất hóa học độc hại. Trên thế giới hiện nay cũng đã tồn tại rất nhiều sản phẩm như bút chì, giấy bọc, giấy báo… Trong thành phần của chúng có chứa hạt giống, bởi vậy khi bị vứt đi và tiếp xúc với đất, chúng sẽ mọc thành cây xanh.

Sản xuất sản phẩm xanh: Cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam

Hiện nay, người tiêu dùng đang dần ý thức và để ý nhiều hơn về những gì họ có thể làm với môi trường, về sản phẩm họ sẽ dùng và sau đó thải ra môi trường. Hàng loạt sản phẩm thân thiện với môi trường đang có mặt ngày càng nhiều trong các siêu thị hiện đại, trong các thành phố lớn, kéo theo sự gia tăng trong ý thức cộng đồng về bảo vệ môi trường sống. Bên cạnh đó, chúng cũng được phổ biến rộng rãi trên nền tảng thương mại điện tử, giúp người mua có thể chủ động và nhanh chóng tra cứu thông tin về nguyên liệu cũng như nguồn gốc sản phẩm. Người tiêu dùng đang yêu cầu ngày càng nhiều tính thân thiện với môi trường trong sản phẩm và đây chính là dấu hiệu để các doanh nghiệp Việt Nam coi xanh hóa như một chiến lược kinh doanh nghiêm túc và lâu dài. Trong điều kiện thị trường sản phẩm xanh ở Việt Nam đang còn non trẻ, doanh nghiệp sẽ nhận thấy cơ hội thành công trong lĩnh vực này là rất nhiều.

Thứ nhất, người tiêu dùng sẵn sàng chi trả cho các sản phẩm xanh

Bà Đặng Thúy Hà, giám đốc bộ phận Nghiên cứu hành vi người tiêu dùng của công ty Nielsen Việt Nam khu vực phía Bắc cho biết khoảng 80% người tiêu dùng Việt Nam sẵn sàng chi trả nhiều hơn cho các thương hiệu cam kết có quy trình sản xuất và nguyên liệu đầu vào thân thiện với môi trường. Về nhu cầu, trong năm 2017, công ty Tetra Pak đã cung cấp cho thị trường Việt Nam 8 tỷ bao bì giấy. Con số này phần nào cho thấy nhu cầu về sản phẩm xanh ở Việt Nam là rất lớn. Theo điều tra của Nielsen, 30% dân số Việt Nam ở lứa tuổi 22 - 37 tuổi (thế hệ Millennials) cũng có ảnh

hưởng mạnh mẽ tới thị trường sản phẩm xanh. Đây là thế hệ mong muốn có lối sống lành mạnh, cân bằng. Họ quan tâm nhiều hơn đến sức khỏe, sắc đẹp và có ý thức sống xanh rất mạnh mẽ. Theo Savills Việt Nam, 73% Millennials sẵn sàng tiêu một số tiền lớn hơn cho du lịch xanh và cộng đồng. Khảo sát trên phạm vi toàn cầu, có tới 61% Millennials sẵn sàng chi tiền cho sản phẩm xanh.

Bởi vậy, cam kết chất lượng xanh sẽ là lợi thế cạnh tranh quan trọng giúp doanh nghiệp chiếm lĩnh thị phần và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Như Unilever, trong năm 2017, 26 thương hiệu "Sống bền vững" của tập đoàn này đã tăng trưởng nhanh hơn 46% so với các mảng kinh doanh khác và đóng góp tới 70% tổng doanh thu. Hay công ty cổ phần Điện Quang hằng năm đạt mức tăng trưởng lên tới 20 - 30%/năm nhờ sản xuất và kinh doanh sản phẩm có nguyên liệu đảm bảo và thân thiện với môi trường.

Thứ hai, có những ưu đãi cho doanh nghiệp tham gia Nhãn xanh Việt Nam

Nhãn xanh Việt Nam là tên gọi của chương trình nhãn sinh thái được triển khai tại Việt Nam từ năm 2009 với mục tiêu liên tục cải thiện và duy trì chất lượng môi trường sống thông qua giảm thiểu sử dụng và tiêu dùng năng lượng, vật liệu cũng như các loại chất thải sinh ra trong quá trình sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng các sản phẩm, dịch vụ tiêu dùng phục vụ đời sống. Các sản phẩm được gắn nhãn xanh Việt Nam không chỉ tốt về chất lượng mà còn đáp ứng đủ các tiêu chuẩn về bảo vệ môi trường trong khâu sản xuất, sử dụng và tái chế, giúp tiết kiệm năng lượng và ít gây hại cho môi trường.

Theo quy định của pháp luật, những sản phẩm được cấp nhãn sinh thái được công nhận là sản phẩm thân thiện với môi trường. Cơ sở sản xuất, kinh doanh các sản phẩm có gắn nhãn sẽ được hỗ trợ về mặt bằng, huy động vốn; được miễn, giảm thuế và các loại phí bảo vệ môi trường; được hỗ trợ giá và quảng bá sản phẩm.

Thứ ba, tạo cơ hội cho doanh nghiệp gia nhập thị trường quốc tế

Để phù hợp với nền kinh tế thị trường và bắt nhịp với xu hướng toàn cầu hóa, xanh hóa chu trình sản xuất là một điều kiện bắt buộc cho doanh nghiệp mở rộng thị phần, gia nhập vào thị trường quốc tế đang ngày càng khắt khe với vấn đề bảo vệ môi trường như hiện nay. Hoạt động thương mại giữa các quốc gia trên giới đang diễn ra ngày càng mạnh mẽ, các hàng rào bảo hộ thuế quan dần được dỡ bỏ. Thay vào đó là rào cản về môi trường với hàng loạt các tiêu chuẩn đảm bảo thân thiện môi trường để bảo hộ nền sản xuất trong nước cũng như chất lượng môi trường của nước bảo hộ. Đây là xu hướng tất yếu mà các quốc gia văn minh theo đuổi và cũng là những gì doanh nghiệp cần lưu ý khi tham vọng tham gia vào chuỗi sản xuất toàn cầu.

Lấy ví dụ, Công ty An Phát Holdings tiên phong sản xuất sản phẩm túi tự hủy Aneco. Nguyên liệu được công ty sử dụng để thay thế cho nhựa chính là bột ngô, giúp túi có thể tự phân hủy sau 1 năm chôn xuống đất. Đầu tư vào thị trường này, sản phẩm Aneco của công ty được tiêu thụ và xuất khẩu đi 120 nước trên thế giới. Một ví dụ khác chính là Công ty TNHH Sản xuất dịch vụ thương mại Tiến Thịnh. Công ty được Samsung lựa chọn làm đối tác cung ứng chính sản phẩm lõi thép điện tử cho Sam sung. Để làm được điều này, công ty đã tích cực thực hiện các cải tiến kĩ thuật, tập chung thiết lập tiêu chuẩn quản lí thiết bị, nâng cao năng suất thiết bị và thực hiện tiết kiệm trong khâu sản xuất. Công tác góp phần giảm phế phẩm, tiết kiệm năng lượng, nhiên liệu hàng năm khoảng 150.000 USD.

Kết luận

Mặc dù cũng còn nhiều thách thức như vấn đề về vốn, công nghệ nhưng đây chỉ là những thách thức ban đầu, doanh nghiệp có thể vượt qua với những hỗ trợ từ phía Chính phủ và xu hướng tiêu dùng xanh đang ngày càng rõ nét từ phía người tiêu dùng. Các sản phẩm thân thiện với môi trường là một sự đầu tư mới mẻ và hiệu quả đang được các nước phát triển áp dụng. Những doanh nghiệp áp dụng công nghệ xanh sẽ có cơ hội thu hút nguồn vốn đầu tư dài hạn, gia tăng lượng khách hàng tin cậy và xây dựng hình ảnh thương hiệu tốt. Hơn nữa, Việt Nam không phải là thị trường mới đối với sản phẩm xanh nên các doanh nghiệp sẽ có nhiều bài học kinh nghiệm từ các nước phát triển. Nền kinh tế nước ta đang đạt mức tăng trưởng mạnh mẽ hơn bao giờ hết, môi trường cần nhận được sự quan tâm nhiều hơn không chỉ từ phía Chính phủ mà còn từ phía các doanh nghiệp và nhà sản xuất. Trong vài năm trở lại đây, người tiêu dùng Việt đang sốt sắng hơn bao giờ hết với những sản phẩm thân thiện với môi trường. Đây chính là cơ hội mà các doanh nghiệp cần nhanh chóng nắm bắt để đáp ứng nhu cầu thị trường cũng như thực hiện kế hoạch tăng trưởng bền vững về lâu dài.

Tài liệu tham khảo:

https://blog.globalwebindex.com/chart-of-the-week/green-consumerism/

http://lyluanchinhtri.vn/home/index.php/thuc-tien/item/2512-tac-dong-cua-xu-huong-tieu-dung-xanh-den-doanh-nghiep-viet-nam.html

http://vneconomy.vn/tui-aneco-tu-phan-huy-cua-aaa-do-bo-chuoi-gia-tri-vinmart-20181126141732512.htm

Hoàn thiện cơ chế, chính sách thuế tạo điều kiện cho doanh nghiệp khởi nghiệp tại Việt Nam

Hoàng Thu Hương - CQ56/02.01
Phạm Phương Hà - CQ56/02.05

Những năm gần đây, việc hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp là một trong những nhiệm vụ quan trọng được ưu tiên thực hiện ở nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam. Cơ chế, chính sách thuế của nhà nước đề ra nhằm khuyến khích, giúp đỡ, tạo mọi điều kiện thuận lợi nhất góp phần giúp các doanh nghiệp (DN) giải quyết khó khăn lúc ban đầu trong đó bao gồm cả lĩnh vực thuế.

Với sự triển khai mạnh mẽ các cơ chế, chính sách cũng như các giải pháp hỗ trợ của Đảng và Nhà nước trong thời gian qua, hoạt động hỗ trợ ươm tạo công nghệ và hỗ trợ phát triển các cơ sở ươm tạo công nghệ đến nay phần nào đã tác động tích cực đến đời sống, sản xuất kinh doanh; Thúc đẩy hoạt động đầu tư nghiên cứu đổi mới quản lý, đổi mới công nghệ, đổi mới sáng tạo để nâng cao sức cạnh tranh của DN. Các vườn ươm đã bước đầu tạo dựng được các điều kiện thuận lợi về cơ sở hạ tầng kỹ thuật và cung cấp dịch vụ để các DN KHCN được hình thành và phát triển. Mô hình Vườn ươm đã dần tạo nên một hệ thống dịch vụ kinh doanh đồng bộ, gắn kết thay thế các mô hình hỗ trợ dịch vụ đơn lẻ. Cùng với việc hình thành hệ thống chia sẻ thông tin, thông qua các vườn ươm DN, các mối liên kết giữa các DN ươm tạo và với các chủ thể liên quan khác đã bước đầu được tăng cường, góp phần tăng năng lực hoạt động và cạnh tranh cho các DN trong bối cảnh hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế khu vực và toàn cầu.

Tại Việt Nam, giai đoạn 2011-2017 là mốc quan trọng đánh dấu sự phát triển của khu vực DN so với 20 năm trước đó. Số lượng DN đăng ký thành lập có xu hướng tăng cả về số lượng lẫn vốn đăng ký. Năm 2014, cả nước có thêm 74.800 DN đăng ký thành lập mới, năm 2015 là 94.750 và đến năm 2017, cả nước có 126.859 DN đăng ký thành lập mới, tăng 15% về số DN so với cùng kỳ năm 2016.

1. Ưu điểm của cơ chế chính sách thuế của nhà nước nhằm hỗ trợ doanh nghiệp trong giai đoạn hiện nay đó là:

Thứ nhất, sửa đổi quy định về thuế suất thuế GTGT 0%: gỡ khó cho DN sản xuất sản phẩm xuất khẩu:

Sản phẩm xuất khẩu được sản xuất từ tài nguyên, khoáng sản có tổng trị giá tài nguyên, khoáng sản cộng với chi phí năng lượng chiếm 51% giá thành sản xuất sản phẩm trở lên được áp dụng thuế suất thuế giá trị gia tăng 0%.

Thứ hai, cải cách thủ tục hải quan và kê khai nộp thuế tạo thuận lợi cho hoạt động ngoại thương:

Một là, về thủ tục hải quan, phương thức nộp hồ sơ hải quan điện tử (bản scan có gắn chữ ký số) trở thành phương thức chủ yếu.

Hai là, thủ tục khai bổ sung được thực hiện hoàn toàn thông qua hệ thống điện tử, không phải nộp đề nghị dưới dạng bản giấy như hiện tại.

Ba là, hệ thống xử lý dữ liệu điện tử hải quan tiếp nhận, kiểm tra, đăng ký, phân luồng tờ khai hải quan 24 giờ trong ngày và 7 ngày trong tuần.

Bốn là, việc lấy mẫu hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu sẽ thực hiện đề nghị của mình thông qua hệ thống mà không cần phải đến cơ quan hải quan.

Năm là, quy định cụ thể hơn những nội dung liên quan đến loại hình gia công xuất khẩu.

Thứ ba, hóa đơn điện tử: Giảm chi phí cho DN

Theo Nghị định 119/2018/NĐ-CPCH chỉ rõ, trừ những trường hợp hộ kinh doanh rất nhỏ, các doanh nghiệp và hộ kinh doanh chỉ sử dụng hóa đơn điện tử khi bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ với 2 loại hóa đơn điện tử là: hóa đơn điện tử có mã xác thực của cơ quan thuế và hóa đơn điện tử không có mã xác thực của cơ quan thuế. Các doanh nghiệp có lộ trình 2 năm kể từ ngày nghị định này có hiệu lực để chuyển đổi từ hóa đơn giấy sang sử dụng hóa đơn điện tử. Với thực tiễn đã áp dụng hóa đơn điện tử thời gian qua cho thấy, việc triển khai mở rộng hóa đơn điện tử vừa giúp cơ quan thuế quản lý các giao dịch kinh doanh của người nộp thuế một cách chặt chẽ và minh bạch, vừa giảm rất nhiều chi phí cho doanh nghiệp và giảm các rủi ro khi giao nhận hóa đơn giấy.

2. Tồn tại và vướng mắc đối với doanh nghiệp trong hệ thống, chính sách thuế hiện nay

Theo ông Hoàng Quang Phòng, Phó Chủ tịch phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) thì cơ chế, chính sách thuế vẫn còn hạn chế sau:

Thứ nhất, dù những thay đổi trong chính sách, pháp luật thuế trong thời gian gần đây đã theo hướng tạo thuận lợi cho các DN, nhưng bản thân những thay đổi nhanh chóng cũng khiến không ít DN gặp khó khăn trong việc cập nhật thông tin để tuân thủ.

Thứ hai, một trong những vấn đề DN gặp nhiều vướng mắc nhiều nhất hiện nay là nợ thuế, phạt nộp chậm thuế. Theo ông Phòng, một số DN cho biết, khi có sự chênh lệch giữa số liệu thuế của DN và cơ quan thuế thì không có được sự hướng dẫn và đối chiếu giữa cán bộ thuế và DN nên dẫn tới việc DN thường xuyên nhận được thông báo nợ thuế trong khi DN không nợ số thuế này. Chưa nhận được sự hướng dẫn cụ thể của cán bộ nơi tiếp nhận hồ sơ dẫn đến doanh nghiệp phải đi lại nhiều.

Thứ ba, tình trạng tính nhầm thuế của DN vẫn diễn ra và DN mang chứng từ lên thuế đối chiếu nhiều lần nhưng hàng tháng vẫn báo DN nợ thuế. Một số DN cho biết vấn đề này do hệ thống nộp thuế điện tự tính nhầm, vì vậy cơ quan thuế cần tự động giải quyết và khắc phục cho DN. Tuy nhiên, vẫn có hiện tượng "các số liệu nộp và nợ thuế, phạt hành chính trong các thông báo hàng tháng thiếu chính xác, điều chỉnh chưa kịp thời khi đã có ý kiến của DN". Thậm chí, có DN phản ánh cơ quan thuế địa phương căn cứ vào đó để làm khó và mất công sức và thời gian của DN.

3. Những giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp tháo gỡ những khó khăn, vướng mắc trong cơ chế, chính sách thuế hiện nay

Thứ nhất, cải cách thủ tục hành chính là khâu đột phá:

Một trong những giải pháp được cho là nổi bật, quan trọng trong việc thực hiện nhiệm vụ năm 2019 là tiếp tục đẩy mạnh việc hỗ trợ, tháo gỡ khó khăn, cải cách hành chính để người nộp thuế duy trì, ổn định, mở rộng và phát triển sản xuất kinh doanh, nuôi dưỡng và tạo nguồn thu bền vững cho NSNN. Để làm được điều này, lãnh đạo Cục Thuế Hà Nội cho biết, sẽ thực hiện có hiệu quả công tác tuyên truyền, hỗ trợ người nộp thuế ở tất cả các khâu, các bộ phận và các lĩnh vực dưới nhiều hình thức đa dạng, phong phú; tạo dựng môi trường khởi nghiệp thuận lợi để phát triển, tăng số lượng doanh nghiệp thành lập mới, khuyến khích các hộ kinh doanh lớn chuyển đổi lên doanh nghiệp.

Không chỉ tuyên truyền, hỗ trợ và động viên kịp thời,mà còn thường xuyên phối hợp với các cấp, các ngành tham mưu, đề xuất, kiến nghị các cấp có thẩm quyền sửa đổi, bổ sung những chính sách, giải pháp hỗ trợ, tháo gỡ khó khăn cho người nộp thuế, đặc biệt trong việc cắt giảm, đơn giản hóa thủ tục hành chính và thực hiện các chính sách pháp luật.

Thứ hai, giao chỉ tiêu đối với từng lĩnh vực cụ thể: Giao các chỉ tiêu, nhiệm vụ cụ thể cho từng cấp để triển khai ngay từ những ngày đầu như: thu ngân sách, thu hồi nợ đọng, thanh tra, kiểm tra, kê khai thuế đồng thời có định hướng và giải pháp cụ thể đối với mục tiêu, từng nhóm nhiệm vụ, đảm bảo phù hợp với từng thời điểm để triển khai thực hiện. Trên đây là những giải pháp cơ bản và trọng điểm nhất góp phần giải quyết những khó khăn, vướng mắc cho doanh nghiệp trong cơ chế và chính sách thuế hiện nay.

Tài liệu tham khảo:

http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/xuan-ky-hoi-2019/2019-01-28/chinh-sach-thue-ho-tro-doanh-nghiep-phat-trien-67221.aspx?fbclid=IwAR2nsxO1c7RdOR0cO6H-PSk9kH-KTxnfsXxoMqwkKcF4IBi-G0xupo272I

https://vov.vn/kinh-te/doanh-nghiep-van-gap-kho-do-chinh-sach-thue-thay-doi-nhanh-844177.vov#ref-https://l.facebook.com/

http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/thue-voi-cuoc-song/2019-02-15/cuc-thue-ha-noi-thao-go-kho-khan-de-doanh-nghiep-phat-trien-tao-nguon-thu-on-dinh-67782.aspx?fbclid=IwAR0OsDmQE7ihgYoau-q75HHUTBPRPwx9vce-Nhw6tLutDo22cX_vpj0Q17g

Thư giãn:

KHÁCH BỘ HÀNH MUỐN TỰ TỬ

Sau tay lái, cô vợ bức bối hỏi ông chồng ngồi bên cạnh:

- Thằng cha này cứ chạy bộ trước mũi xe mình suốt, chắc là hắn muốn tự tử. Em phải làm gì bây giờ?

- Nếu em không muốn đuổi theo đâm hắn ta nữa, thì hãy lái xe rời khỏi vỉa hè mà xuống lòng đường thôi!

Cách mạng nông nghiệp 4.0

Bùi Thị Xuân Cúc - CQ54/16.01

Nông nghiệp 4.0 chính là tập trung chủ yếu vào sản xuất thông minh dựa trên các thành tựu đột phá trong công nghệ thông tin, công nghệ sinh học, công nghệ nano. Nông nghiệp 4.0 còn được coi là hàm số của Nông nghiệp thông minh x Công nghệ thông minh x Thiết kế thông minh x Doanh nghiệp thông minh. Khác với nông nghiệp công nghệ cao đó là tập trung thay đổi phương thức sản xuất từ truyền thống sang hiện đại, nông nghiệp 4.0 chính là thay đổi phương thức quản lý nông nghiệp. Theo đó, nông nghiệp 4.0 sẽ mở đường cho những hoạt động sản xuất chính xác, chặt chẽ mà con người không cần có mặt trực tiếp. Bức tranh về "nông nghiệp 4.0" sẽ là một quy trình khép kín bằng công nghệ như giống chất lượng cao, phân bón thông minh, thuốc trừ sâu thảo dược; canh tác chính xác, giảm hao hụt giống và giảm khí thải nhà kính; tự động hóa từ thu hoạch, bảo quản, vận chuyển và chế biến; ứng dụng điện toán đám mây để truy xuất nguồn gốc.

1. Sự cần thiết và lợi ích về việc ứng dụng công nghệ 4.0 vào nông nghiệp

Ngành Nông nghiệp Việt Nam đang bị cạnh tranh về nhân công, tài nguyên đất và nước bởi quá trình đô thị hóa, phát triển công nghiệp và dịch vụ. Việc sử dụng quá mức vật tư đầu vào và tài nguyên thiên nhiên đang trở thành vấn đề "nóng" và vấn đề môi trường cũng làm cản trở tăng năng suất lao động, vị thế cạnh tranh của Việt Nam. Để hàng hóa nông sản của Việt Nam có độ tin cậy, chất lượng và an toàn cần phải tiếp cận khoa học công nghệ mới giúp "tăng giá trị, giảm đầu vào". Do vậy, việc xác định các công nghệ mà ngành Nông nghiệp cần ưu tiên phát triển trong trung hạn và dài hạn là nhằm đón đầu các xu hướng công nghệ mới trên thế giới.

Với CMCN 4.0, Việt Nam sẽ có điều kiện tiếp thu và ứng dụng những tiến bộ, thành tựu công nghệ của nhân loại, trước hết là công nghệ thông tin, công nghệ số, công nghệ điều khiển và tự động hóa để nâng cao năng suất trong sản xuất đến phân phối và tiêu thụ hàng nông sản.

Việt Nam là một nước nông nghiệp nhưng quá trình vận chuyển và xuất khẩu nông sản thường làm hư hại khoảng 40% sản phẩm nông sản, gây thiệt hại lớn đến nền kinh tế. Hàng hóa nông sản, thủy sản của Việt Nam khi vận chuyển sang nước ngoài bị trả về, do quá trình vận chuyển qua đường biển, kéo dài hàng tháng, do đó bị va đập

hay nhiệt độ trong thùng cao và cuối cùng không bán được đã gây thiệt hại lớn cho các DN trong nước.

Sự phát triển của công nghệ sinh học cho phép chọn, tạo ra những giống cây trồng, vật nuôi mới phù hợp với mục đích sử dụng. Điều này tác động mạnh mẽ đến năng suất cũng như chất lượng cây trồng vật nuôi, từ đó tăng giá trị gia tăng trong mỗi sản phẩm nông nghiệp. Những phát minh mới trong lĩnh vực công nghệ thông tin có thể làm tăng khả năng thích ứng của nông dân trước những thay đổi, bằng cách tăng khả năng tiếp cận thông tin thời tiết và thị trường. Các công nghệ kỹ thuật số có thể giúp nông dân đưa ra quyết định sáng suốt hơn về thời gian và cây trồng nào, cũng như thời gian và nơi bán cây trồng.

CMCN 4.0 biến nông nghiệp không còn là nông nghiệp thuần túy. Công nghệ mới có thể giúp bón phân đúng thời điểm, lượng cần thiết vừa đủ cho cây, tiết kiệm chi phí… được xem là một trong những giải pháp hiệu quả để nông nghiệp thích ứng với biến đổi khí hậu.

2. Thách thức mang lại cho ngành Nông nghiệp Việt Nam từ cuộc CMCN 4.0

Thứ nhất, cũng như các lĩnh vực khác, nông nghiệp cũng đối diện với những thách thức như: dư thừa nguồn lao động nông nghiệp, bất bình đẳng giữa nông dân công nghệ thấp với nông dân công nghệ cao… CMCN 4.0 có thể mang lại sự bất bình đẳng lớn hơn, đặc biệt là ở khả năng phá vỡ thị trường lao động.

Thứ hai, CMCN 4.0 cũng giúp các nước phát triển có thể tự sản xuất lương thực, thực phẩm bằng diện tích đất chỉ bằng 1/100 hay 1/1000 các nước đang phát triển làm, với năng suất cao hơn nhiều lần, dẫn đến hiện tượng các nước phát triển sẽ không sử dụng sản phẩm từ các nước đang phát triển như Việt Nam. Điều này có thể làm cho khả năng xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sẽ giảm, tác động đến tăng trưởng kinh tế. Bên cạnh đó, tiềm năng phát triển của Việt Nam còn rất lớn, song thách thức đặt ra là làm sao tranh thủ phát huy tối đa và hiệu quả CMCN 4.0, đặc biệt là tận dụng được tiềm năng cơ cấu dân số trẻ.

Thứ ba, việc ứng dụng điện toán đám mây nhằm cung cấp sản phẩm đầu ra chất lượng cao và an toàn vệ sinh thực phẩm. Trước những lợi ích to lớn của điện toán đám mây, thực tế hiện vẫn đang tồn tại khá nhiều rào cản trong việc thúc đẩy điện toán đám mây phát triển: việc dùng phần mềm không bản quyền còn phổ biến; sự thiếu hiểu biết về lợi ích của điện toán đám mây, lo ngại về vấn đề bảo mật thông tin và chất lượng dịch vụ điện toán đám mây tại Việt Nam chưa thực sự đảm bảo.

Thứ tư, khả năng tiếp thu công nghệ của nông dân và DN kinh doanh nông nghiệp hiện đang là một khâu yếu trong hệ thống đổi mới sáng tạo nông nghiệp của Việt Nam.

3. Những bước đi ban đầu hướng tới Nông nghiệp 4.0 tại Việt Nam

Tập đoàn TH True Milk đã xây dựng trang trại bò sữa ứng dụng công nghệ cao lớn nhất châu Á với quy mô hơn 45000 con bò. Tỷ lệ sữa nước chế biến từ sữa tươi tăng từ 8% năm 2008 lên hơn 30% hiện nay.

Vinamilk đầu tư công nghệ cao vào nhiều trang trại bò sữa (2016). Toàn bộ hệ thống trang trại được xây dựng khép kín, tự động hóa với giống bò được tuyển chọn kỹ lưỡng, mở rộng tổ hợp các trang trại bò sữa công nghệ cao. Tổ hợp này được đầu tư xây dựng với công nghệ và máy móc thiết bị hiện đại nhất thế giới, hệ thống làm mát dạng phun tắm tự động, hệ thống dự trữ, chế biến thức ăn, giám sát sức khỏe hoàn toàn tự động…

VinEco thuộc tập đoàn VinGroup có khả năng phát triển khai thác sản xuất nông nghiệp trên quy mô lớn và áp dụng các công nghệ tiên tiến nhằm tối ưu hóa hiệu quả và chất lượng sản phẩm. VinEco cung đang cung cấp ra thị trường hơn 100 chủng loại, nổi bật là rau mầm và rau thủy canh - 2 loại sản phẩm cao cấp sản xuất trong nhà kính Israel.

Năm 2015, Tập đoàn FPT và Tập đoàn Fujitsu hoàn thành xây dựng Trung tâm Hợp tác Nông nghiệp thông minh FPT - Fujitsu tại Hà Nội. Trung tâm này ứng dụng công nghệ điện toán đám mây trong ngành thực phẩm và nông nghiệp.

Công ty cổ phần Chè Cầu Đất Đà Lạt (Cầu Đất Farm) khởi đầu từ sản xuất nông sản sạch bằng phương pháp thủy canh. Đến nay, công ty đã sở hữu nông trại ở Đà Lại có quy mô lớn, kết nối hệ thống phát triển rau sạch bằng các giải pháp nông nghiệp thông minh, ứng dụng IoT (công nghệ vạn vật kết nối internet) trong nhiều khâu của quy trình trồng trọt và tiêu thụ. Hệ thống giám sát và điều khiển qua internet. Hệ thống có thể tự động kiểm soát độ ẩm, nước, phân, chất lượng rau trên quy mô lớn. Họ có thể đi bất cứ đâu nhưng vẫn biết rõ tình hình nông trại.

4. Mốt số đề xuất

Để ngành Nông nghiệp nước ta tận dụng được tối đa cơ hội từ CMCN 4.0 và hóa giải được những thách thức đem lại, ngành Nông nghiệp cần thực hiện có hiệu quả một số vấn đề sau:

Một là, tiếp tục tái cơ cấu nông nghiệp, đổi mới đầu tư công và dịch vụ công theo hướng chuyển nền nông nghiệp chủ yếu dựa vào đất đai và lao động rẻ sang nền

nông nghiệp đổi mới và sáng tạo để vừa đón đầu và nắm bắt được các thành tựu của nền nông nghiệp 4.0, phát huy được các tác động tích cực của nông nghiệp 4.0 vừa điều chỉnh để hạn chế tối đa các tác động tiêu cực của sự thay đổi này.

Hai là, ưu tiên phát triển nông nghiệp 4.0 ở các nơi có điều kiện nhưng không loại trừ các hình thái sản xuất nông nghiệp truyền thống. Cần lựa chọn các công nghệ phù hợp với trình độ dân trí và trình độ kinh tế - xã hội của từng vùng miền gắn với thị trường. Tập trung đầu tư vào đổi mới và sáng tạo, ứng dụng và chuyển giao các công nghệ phù hợp với từng địa phương, tạo ra chuỗi giá trị nông sản thực phẩm bền vững.

Ba là, phát triển thị trường đất đai, nhất là đất nông nghiệp để tạo điều kiện cho nông nghiệp hàng hóa phát triển, khắc phục tình trạng manh mún như hiện nay. Khuyến khích khởi nghiệp và đổi mới, tích hợp các xu hướng và thành tựu của CMCN 4.0 vào nội dung chương trình giáo dục, đào tạo và hướng nghiệp để có lực lượng lao động có khả năng tiếp cận, phát triển và ứng dụng được các thành quả nền nông nghiệp 4.0.

Bốn là, các trường đại học cần thay đổi về đào tạo nguồn lực để phù hợp với nhu cầu mới - vai trò của các trường đại học rất lớn. Các tỉnh muốn phát triển nông nghiệp thông minh thì phải đào tạo toàn diện từ cấp quản lý, các doanh nghiệp và người nông dân, chú trọng bồi dưỡng kiến thức và kỹ năng đối với đội ngũ lao động nông nghiệp hiện hành để đáp ứng được yêu cầu áp dụng các thành quả của nông nghiệp 4.0 và hoặc chuyển sang làm các ngành nghề khác. Tiếp tục hỗ trợ và cung cấp tín dụng cho nông dân, các DN, trang trại trong phát triển và ứng dụng công nghệ 4.0 ở tất cả các lĩnh vực trong chuỗi nông sản thực phẩm.

Năm là, xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp ngành nông nghiệp để hỗ trợ cho các start-up, phát triển các ý tưởng sáng tạo trong nông nghiệp. Đó cũng chính là một các khơi dậy miền đam mê, hỗ trợ bước đầu cho doanh nghiệp nông nghiệp 4.0. Ngoài ra, cũng cần có cơ chế đột phá về thể chế, chính sách khuyến khích các cơ sở đào tạo, nghiên cứu khoa học và công nghệ, doanh nghiệp nghiên cứu chuyển giao công nghệ cao vào sản xuất nông nghiệp. Khuyến kích các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân trong và ngoài nước thành lập cơ sở dạy nghề, thực hiện chương trình hợp tác đào tạo tại khu, vùng nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao. Tạo điều kiện để công nghệ được thương mại hóa, hỗ trợ nông dân, doanh nghiệp, hợp tác xã tiếp nhận công nghệ, quảng bá sản phẩm công nghệ.

Tài liệu tham khảo:

http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu--trao-doi/trao-doi-binh-luan/cach-mang-cong-nghiep-40-co-hoi-va-thach-thuc-cho-nganh-nong-nghiep-141202.html

http://cafebiz.vn/ung-dung-40-vao-nong-nghiep-viet-nam-can-di-ngay-di-nhanh-di-chinh-xac-20180712155107311.chn

Thực trạng và giải pháp cho vấn đề nợ thuế của nền kinh tế Việt Nam hiện nay

Lê Hải Yến - CQ55/02.03

Nợ thuế là vấn đề đáng quan tâm đối với mỗi Quốc gia trong kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội. Mặc dù đã được Cục Thuế sát sao, phân công nhiệm vụ đối với các Chi cục Thuế của từng địa phương nhưng tình hình nợ đọng thuế vẫn có xu hướng gia tăng. Thuế là nguồn thu chủ yếu của Ngân sách Nhà nước (NSNN). Việc đóng thuế vừa là quyền lợi được thực thi trách nhiệm công dân đóng góp cho sự phát triển phồn vinh của đất nước, vừa là nghĩa vụ phải thực hiện của mỗi công dân.Từ những nguyên nhân chủ quan lẫn khách quan từ người nộp thuế đã dẫn đến tình trạng nợ thuế tăng gây ảnh hưởng đến sự phát triển của nền kinh tế. Vậy cần phải làm gì để đưa ra "lời giải" cho các "bài toán" nợ thuế hiện nay?

1. Thực trạng tình hình nợ thuế của Việt Nam

Ngày 01/01/2018, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 01/NQ-về những nhiệm vụ, giải pháp chủ đạo, điều hành thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và dự toán NSNN năm 2018, trong đó Bộ Tài chính tập trung chỉ đạo "xử lý, thu hồi nợ thuế, giảm tỷ lệ nợ đọng thuế ngay trong năm 2018 xướng dưới 5% tổng số thu NSNN". Thực hiện nhiệm vụ Chính phủ giao, Bộ Tài chính đã quán triệt và chỉ đạo cơ quan Thuế khẩn trương đồng bộ, quyết liệt các biện pháp nợ thuế ngay từ đầu năm. Theo báo cáo của Tổng cục Thuế, tình hình nợ đọng thuế từ đầu năm nay có xu hướng tăng lên. Theo báo cáo của Cục Thuế các tỉnh, Thành phố trực thuộc Trung ương, tổng số tiền nợ do cơ quan thuế quản lý tính đến thời điểm ngày 30/09/2018 là 82.961 tỷ đồng, tăng 13,4% so với thời điểm 31/12/2017. Trong đó nhóm tiền thuế nợ có khả năng thu là 48.019 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng khoảng 57,9% tổng số tiền nợ, tăng 15,1% so với thời điểm 31/12/2017. Còn với tiền thuế nợ không có khả năng thu hồi là 34.942 tỷ đồng , chiếm tỷ trọng khoảng 42,1% tổng số tiền thuế nợ, tăng 11% so với thời điểm 31/12/2017. Tổng nợ năm 2015 là 76.452 tỷ đồng, bằng 10,3% tổng thu nội địa cơ quan thuế quản lý; Tổng nợ đã thu được 37.582 tỷ đồng. Tổng nợ năm 2016 là 77.283 tỷ đồng, bằng 8,7% tổng thu nội địa cơ quan thuế quản lý;Tổng nợ đã thu được 40.049 tỷ đồng. Tổng nợ năm 2017 là 73.145 tỷ đồng, bằng 7,6% tổng thu nội địa cơ quan thuế quản lý; Tổng nợ đã thu được 44.773 tỷ đồng.

Theo đánh gía của Tổng cục Thuế, hầu hết địa phương có số nợ đọng thuế tăng so với thời điểm ngày 31/12/2017. Số nợ thuế tăng cao này ngoài nguyên nhân khách quan có nguyên nhân chủ quan dẫn đến tình trạng nợ thuế trên địa bàn một số đại phương cao và kéo dài:

2. Nguyên nhân dẫn đến tình trạng nợ đọng thuế

***Thứ nhất*,** là do sự phối hợp giữa các ngành chức năng với các cơ quan quản lý thu có lúc, có nơi chưa được thường xuyên, chặt chẽ, thiếu tích cực trong việc thu hồi theo quy định của Luật Quản lý thuế, dẫn đến tình trạng nợ thuế trên một số địa phương còn cao và kéo dài.

***Thứ hai*,** gánh nặng nợ thuế của người nộp thuế đã chết, mất tích, mất năng lực hành vi dân sự, liên quan đến trách nhiệm hình sự, giải thể, phá sản, chấm dứt hoạt động kinh doanh, không còn hoạt động tại địa chỉ đăng ký.Do vậy mà nợ thuế vẫn đang có chiều hướng không ngừng gia tăng.

***Thứ ba*,** một trong những nguyên nhân dẫn đến tình trạng nợ thuế tăng là do tình hình nền kinh tế những năm qua của Thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng gặp không ít những khó khăn trong cạnh tranh thương mại. Bên cạnh đó, một bộ phận người nộp thuế, đặc biệt là doanh nghiệp (DN) mới kinh doanh thua lỗ tự giải thể, phá sản, đi ra khỏi địa bàn đăng ký kinh doanh mà không nộp tiền thuế phát sinh vào NSNN dẫn đến nợ thuế. Bên cạnh những DN thực sự khó khăn thì vẫn tồn tại một số người nộp thuế chưa chấp hành đúng các quy định của Pháp luật về thuế, cố tình dây dưa, chây ì không nộp thuế đúng hạn,...dẫn đến nợ ngày một tăng.

***Thứ tư*,** theo quy định của Luật Quản lý thuế (Tại khoản 1 Điều 106) thì người nộp thuế chậm so với thời hạn quy định thì bị tính tiền chậm nộp 0.03%/ngày trên số tiền thuế chậm nộp, không phân biệt số nợ còn đối tượng để thu hay nợ không còn đối tượng để thu. Quy định trên dẫn đến hiện nay số tiền chậm nộp thuế tính trên số nợ không còn khả năng thu ngân sách không ngừng tăng lên.Việc tính tiền chậm nộp thuế này đã làm tăng thêm số nợ khó đòi trên sổ sách theo dõi của cơ quan thuế, tạo áp lực cho cơ quan Quản lý thuế.

***Thứ năm*,** các khoản nợ tiền sử dụng đất, tiền thuê đất và tiền cấp quyền khai thác khoáng sản cũng gặp khó khăn chưa nộp kịp thời, do các dự án đang phải giải quyết vướng mắc như: giải phóng mặt bằng, đền bù, tranh chấp, điều chỉnh diện tích,... chưa đi vào khai thác nên chưa có khả năng nộp thuế. Tuy nhiên, theo quy định, cơ quan thuế vẫn tính ghi nợ theo thông báo nộp tiền sử dụng đất và tiền cấp quyền khai thác khoáng sản.

3. Một số giải pháp giúp giảm nợ thuế

Một là, tiền phạt, tiền chậm nộp là nguyên nhân chính làm tăng nợ thuế: giảm thiểu phát sinh việc chậm nộp thuế, nợ đọng thuế, các cơ quan thuế thường xuyên nắm bắt tình hình sản xuất, kinh doanh của DN, lắng nghe, giải quyết ngay các khó khăn, vướng mắc cho người nộp thuế. Đồng thời, xử lý ngay nợ chậm nộp cho những DN gặp khó khăn do nguyên nhân khách quan đem lại, kịp thời gia hạn nộp thuế, tạo điều kiện cho người nộp thuế đẩy mạnh sản xuất kinh doanh hiệu quả. Từ đó giảm thiểu việc chậm nộp tiền thuế.

Hai là, cương quyết với các trường hợp chây ì nợ thuế: Các cơ quan thuế kiên quyết áp dụng các biện pháp cưỡng chế và công khai thông tin nợ thuế đối với những người nộp thuế không nộp thuế đúng thời hạn quy định của Luật Quản lý thuế.

Ba là, nắm rõ dòng tiền của DN để thu hồi nợ thuế hiệu quả: Ngành Thuế tăng cường phối hợp với chính quyền địa phương trong công tác đôn đốc thu hồi nợ thuế: Phối hợp với UBND các cấp, các ngành như Công an, Kế hoạch đầu tư, Kho bạc nhà nước, Ngân hàng,...thành lập ra các tổ liên ngành thu hồi nợ thuế giúp công tác thu hồi nợ thuế diễn ra thuận lợi hơn, góp phần giảm số thuế nợ đọng, tăng thu cho NSNN.

Bốn là, quyết tâm kéo giảm nợ thuế không quá 4% tổng thu: Rà soát các khoản nợ thuế, thực hiện phân loại nợ thuế chính xác và điều chỉnh kịp thời các trường hợp dữ liệu kê khai sai, nộp sai mục lục ngân sách, mã số thuế; nhập và hạch toán kịp thời dữ liệu kê khai của người nộp thuế, các quyết định xử lý vi phạm hành chính về thuế, quyết định xóa nợ, gia hạn nợ thuế,miễn tiền nộp chậm thuế vào hệ thống TMS, đảm bảo số liệu thuế chính xác.

Năm là, áp dụng công nghệ khoa học vào công tác quản lý: cơ quan thuế phải đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong tất cả các khâu của công tác quản lý nợ và cưỡng chế nợ thuế, điện hóa hệ thống quá trình nghiệp vụ quản lý nợ thuế và cưỡng chế nợ, từ khâu ban hành thông báo nợ và quyết định cưỡng chế nợ, phân công, phân loại nợ đầy đủ, chính xác để tăng cường hiệu lực, hiệu quả trong việc quản lý nợ thuế.

Tài liệu tham khảo:

https://baomoi.com/xu-ly-no-thue-kho-doi-nhieu-giai-phap-quyet-liet/c/21094096.epi

http://baobinhphuoc.com.vn/Content/giai-phap-nao-thu-hoi-no-thue-hieu-qua-405010

http://tapchitaichinh.vn/Tap-trung-cai-thien-moi-truong-dau-tu-kinh-doanh/nganh-thue-rot-rao-xu-ly-no-dong-thue-300666.html

https://dantri.com.vn/kinh-doanh/no-thue-len-toi-83000-ty-dong-cuc-truong-cung-phai-di-doi-no-20181211084111416.htm

Thực trạng "Tín dụng đen" hiện nay

Dương Thị Hồng Hạnh - CQ56/15.03

Khi nhu cầu sử dụng tiền của nhiều người tăng lên thì đó cũng là cơ hội cho những kẻ xấu trục lợi. Lợi dụng sự hiểu biết còn hạn chế mà nhiều người vô tình sập bẫy "tín dụng đen", gây nên hậu quả tiền mất tật mang. Vậy tín dụng đen là gì? Hiện nay, chưa có một khái niệm "tín dụng đen" nào là chính thống. Tên gọi tín dụng đen là xuất phát từ những tín dụng không tốt, những tín dụng xấu. Từ đó có thể hiểu tín dụng đen là hình thức cho vay tín dụng với lãi xuất cao. "Tín dụng đen" được thực hiện bởi một cá nhân hay tổ chức ngoài vòng kiểm soát của pháp luật.

1. Những đặc điểm nhận diện "tín dụng đen"

- Thủ tục cho vay "tín dụng đen" rất đơn giản, nhanh chóng, chỉ cần yêu cầu giấy tờ cá nhân và giấy tờ xe cộ đang sở hữu, và hồ sơ được duyệt rất nhanh chỉ trong 10 đến 30 phút.

- Hợp đồng đơn giản, thậm trí chỉ thỏa thuận bằng miệng không cần có giấy tờ.

- Lãi suất rất cao từ 100-350%/năm tùy vào khoảng tìn vay.

- Chủ cho vay thường là các cá nhân tổ chức mà pháp luật không cấp phép.

- "Tín dụng đen" ảnh hưởng đến cá nhân hoặc gia đình nếu không có khả năng chi trả.

- Số liệu hiện nay, ước tính quy mô của tín dụng phi chính thức sẽ ở khoảng 15-20% tổng tín dụng của nền kinh tế. Trong đó, quy mô "tín dụng đen" chiếm khoảng 30-35% tổng tín dụng phi chính thức, tương đương khoảng 6-8% tổng dư nợ nền kinh tế, chỉ tầm 400-500 ngàn tỷ. Quy mô không quá lớn, nhưng hệ lụy là lớn.Tín dụng đen làm nảy sinh một lực lượng đòi nợ thuê bất hợp pháp, thậm chí cả những công ty thu nợ được thành lập hợp pháp cũng bị cuốn vào vòng xoáy này. Hành vi đòi nợ thuê theo kiểu xã hội đen đã và đang gây bất ổn nghiêm trọng tới an ninh trật tự và an toàn xã hội và ảnh hưởng trực tiếp đến sự an toàn và tính mạng của người đi vay. Hậu quả của "tín dụng đen" khi đổ vỡ kéo theo sự thua lỗ nhiều doanh nghiệp, nhiều người lao động mất việc làm, làm đảo lộn cuộc sống, sinh hoạt, cơ hội làm ăn của nhiều người

dân. Tình trạng "tín dụng đen" gây hậu quả nghiêm trọng về kinh tế, suy yếu hệ thống giao dịch chính thức và ảnh hưởng hoạt động hệ thống ngân hàng, đặc biệt là ngân hàng thương mại.

2. Thực trạng "tín dụng đen" ở Việt Nam hiện nay

Đối tượng vay "tín dụng đen" mà các tổ chức, cá nhân nhắm tới là những người cần tiền để chữa bệnh, giải quyết nhu cầu cuộc sống, người có thu nhập không ổn định, người dân sống ở vùng sâu vùng xa không có hiểu biết, đối tượng cờ bạc cá độ bóng đá... Để "câu" được con mồi dính bẫy, các đối tượng tìm cách phát tờ rơi, dán quảng cáo, gọi điện thoại chào mời, với thủ tục đơn giản, giải ngân nhanh chỉ bằng hộ khẩu, chứng minh thư, bằng lái xe, tạm ứng tài sản có giá trị… Nhiều người đang cần tiền đã bị "sập bẫy", khi nhận tiền liền bị giữ lại phần lãi 1 tháng, còn lại chia đều trả góp mỗi ngày với mức lãi suất 5.000 - 10.000 đồng/triệu đồng/ngày, thậm chí còn cao hơn.

Theo số liệu công bố từ năm 2010-2014, cả nước đã xảy ra 6.376 vụ việc liên quan đến "tín dụng đen" với 41 vụ giết người, 318 vụ cố ý gây thương tích, 2.496 vụ lạm dụng tín nhiệm chiếm đoạt tài sản, 1.707 vụ lừa đảo chiếm đoạt tài sản… Riêng năm 2018, cả nước đã có 84 vụ giết người, 855 vụ cố tình gây thương tích, 105 vụ cướp tài sản và trên 1309 vụ lừa đảo chiếm đoạt tài sản liên quan đến tụng đen. Đây là 1 con số đáng báo động cho diễn biến tín dụng đen hiện nay. Ngoài ra, những hệ lụy phát sinh từ "tín dụng đen" đã dẫn đến các hành vi vi phạm pháp luật khác khiến hàng nghìn người vướng vào vòng lao lý, hàng trăm gia đình tan nát. Thời gian gần đây, tình trạng tín dụng đen có dấu hiệu bùng phát tại nhiều địa phương thậm chí từ bí mật, giấu diếm cho đến công khai, dẫn tới nhiều hệ lụy về an ninh, trật tự cho xã hội. Hiện nay với nhiều hình thức tín dụng đen tồn tại, với những hình thức cầm đồ, ủy thác, góp vốn làm ăn hoặc dịch vụ tín dụng tự phát... Tín dụng đen ngày càng biến tướng, tiếp cận người dân bằng cách treo tờ rơi ở các nơi công cộng, sử dụng mạng xã hội, núp bóng dưới các cửa hàng cầm đồ, công ty cho vay tài chính, núp dưới danh nghĩa "kết nối ngân hàng và khách hàng"…

3. Nguyên nhân vì sao tín dụng đen ngày càng phát triển

Thứ nhất: Đối tượng vay tín dụng đen còn hạn chế về sự hiểu viết, không nhận thức được về tín dụng đen.

Những người nghèo cần tiền chữa bệnh cho người nhà, đóng học phí cho con mà không có tài sản thế chấp để vay ngân hàng, những người có công việc không ổn định, thu nhập không ổn định, phát sinh nhu cầu thậm chí liên quan hành vi không lành mạnh với xã hội… từ đó dẫn đến việc người ta không nhận thức được về tín dụng đen. Khi điều kiện kinh tế - xã hội càng phức tạp thì càng là mảnh đất màu mỡ để cho tín dụng đen phát triển.

Thứ hai: Các gói tín dụng vay và các thủ tục để được người dân tiếp cận hệ thống ngân hàng chưa phổ biến nhiều nên người dân tìm đến tín dụng đen.

Quan trọng nhất là thủ tục cho vay của các ngân hàng ở thời điểm hiện tại rất khó khăn, điều kiện rất chặt chẽ. Các sản phẩm của ngân hàng chủ yếu hướng đến các đối tượng cho vay lớn và các gói cho vay lãi suất kinh doanh. Chưa được phổ biến rộng rãi đến hầu hết các đối tượng tiêu dùng.

Thứ ba: Hiện nay sự phát triển của công nghệ cho phép vay trực tuyến rất tinh vi và ngày càng phổ biến. Tại Việt Nam, kinh tế phi chính thức vẫn còn có quy mô lớn, tạo mảnh đất cho tín dụng đen phát triển. Đi vay ở ngân hàng, tổ chức tín dụng sẽ phải thực hiện nhiều thủ tục hơn so với việc vay hay cho vay tại tín dụng đen. Chẳng hạn như phải có tài sản thế chấp, nhiều trường hợp, ngân hàng, tổ chức tín dụng yêu cầu có cả dự án để đánh giá tính khả thi của hoạt động kinh doanh. Nhưng vay vốn của tín dụng đen thì không phải thực hiện các thủ tục đó, cũng như linh hoạt về cả thời hạn cho vay, số tiền vay.

Thứ tư: Tín dụng đen rất dễ tiếp cận để vay tiền, quy định khá đơn giản và không mấy rõ ràng. Sự tha hóa về đạo đức hay những tiêu cực khi cho vay của cán bộ ngân hàng cũng là cơ hội để tín dụng đen phát triển.

Quy định của ngân hàng trong việc cho vay là rất chặt chẽ, tuy nhiên năng lực quản trị nội bộ của ngân hàng là một yếu tố góp phần làm tín dụng đen phát triển. Bởi một hoặc nhiều cán bộ của ngân hàng có thể tạo một loạt chứng từ giả, tạo cả con dấu để rút một số tiền lớn của chính hệ thống ngân hàng (vụ án Huỳnh Thị Huyền Như).

4. Giải pháp ngăn chặn tín dụng đen

Không thể phủ nhận một điều, tín dụng đen đã và đang gây nên nhiều hệ lụy cho xã hội. Do đó, để góp phần đẩy lùi tín dụng đen, trước hết cần có giải pháp để tăng khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính ngân hàng cho người dân và doanh nghiệp.

Thứ nhất: Về phía các ngân hàng

- Các ngân hàng cần đơn giản thủ tục, hồ sơ vay vốn và cung cấp nhiều gói tín dụng phù hợp đối với người dân ở vùng nông thôn, vùng sâu vùng xa và nhiều đối tượng có nhu cầu vốn phù hợp.

- Các ngân hàng cần kiên quyết xử lý đối với những cán bộ trực tiếp hoặc gián tiếp, các cá nhân, bộ phận buông lỏng quản lý, không kiểm tra giám sát để tín dụng đen ảnh hưởng đến hoạt động cấp tín dụng truyền thống của Ngân hàng.

- Tăng khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính ngân hàng của người dân doanh nghiệp, thực hiện tốt quyết định 1626 của Chính phủ về tăng khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính ngân hàng. Tích cực ứng dụng công nghệ thông tin, chúng ta có di động, có internet phát triển và cần tận dụng,…tài chính số, ngân hàng số,...

- Hỗ trợ kịp thời nhu cầu vay vốn cho người có thu nhập thấp, người nghèo không có tài sản giá trị để thế chấp. Các tổ chức đoàn thể chính trị - xã hội ở cơ sở cần sâu sát các hội viên, đoàn viên, kịp thời phát hiện và có biện pháp hỗ trợ những người, những hộ hoàn cảnh khó khăn để có sự trợ giúp kịp thời, tránh cho họ không rơi vào vòng xoáy của tín dụng đen.

- Cần nâng cao hơn nữa việc giáo dục chính trị tư tưởng, phẩm chất đạo đức đối với mỗi cán bộ nhân viên ngân hàng.

Thứ hai: Về phía người dân và doanh nghiệp

- Nâng cao hiểu biết của người dân về các dịch vụ để họ tìm đến tín dụng phi chính thức thay vì tín dụng đen.

- Cần tăng cường tuyên truyền cho người dân để họ hiểu được thế nào là tài chính truyền thống và phi truyền thống, các quy định pháp luật cả hình sự và dân sự. Tín dụng đen chỉ có thể được đẩy lùi khi dân trí được nâng cao.

Thứ ba*:* Về phía Nhà nước

- Cần khẩn trương rà soát, nghiên cứu hoàn thiện hệ thống pháp luật hình sự, hành chính, dân sự về xử lý hành vi phạm tội, vi phạm pháp luật liên quan đến hoạt động tín dụng; hoàn thiện các văn bản quy phạm pháp luật quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực vay tín dụng với những chế tài xử lý cụ thể, rõ ràng và nghiêm khắc, trong đó cần bổ sung hình phạt đối với nhóm hành vi vi phạm liên quan

đến "tín dụng đen", cho vay nặng lãi để có cơ sở pháp lý khi xử lý trong thực tế. Ngoài ra, hoàn thiện các quy định về giao dịch dân sự, thế chấp, cầm cố…

- Các bộ, ban ngành chức năng và chính quyền địa phương tăng cường quản lý, có quy định cụ thể, siết chặt các hoạt động cho vay, huy động vốn tự phát; đồng thời, đẩy mạnh tuyên truyền, giúp tổ chức, doanh nghiệp và nhân dân nâng cao hiểu biết, nhận thức và cảnh giác cao trước thủ đoạn của các đối tượng hoạt động "tín dụng đen".

- Hoàn thiện cơ chế chính sách về thu hút nguồn tiền nhàn rỗi trong dân, cải cách hành chính, nghiên cứu đa dạng hóa các hình thức, nhằm tạo sự thuận lợi trong hoạt động giao dịch tín dụng chính thức để các doanh nghiệp, cá nhân có thể tiếp cận được tới nguồn vốn vay an toàn, nhanh chóng, thuận tiện, qua đó hạn chế tình trạng cho vay nặng lãi, vay "tín dụng đen"…

Cần phải phối hợp chặt chẽ giữa ngân hàng và các công ty tài chính, công ty công nghệ để tạo ra một hệ sinh thái giúp người dân vay vốn thuận lợi hơn.

Tài liệu tham khảo:

https://vtv.vn/trong-nuoc/gia-tang-cac-hinh-thuc-tin-dung-den-voi-lai-suat-khung-20180922081850116.htm

http://cpv.org.vn/kinh-te/ngan-chan-day-lui-nan-tin-dung-den-509160.html

https://baomoi.com/tim-kiem/t%C3%ADn-d%E1%BB%A5ng-%C4%91en-l%C3%A0-g%C3%AC-.epi

Thư giãn:

NGĂN NGỪA HÀNH VI XẤU

Hai vợ chồng đi cùng một cô gái xinh đẹp trong chiếc thang máy nhỏ. Người chồng mê mẩn ghé sát vào cô gái. Bỗng nhiên, cô này quay phắt lại, tát bốp vào mặt ông ta và mắng:

- Đồ đê tiện! Chừa cái thói cấu véo phụ nữ trong thang máy đi nhé!

- Lúc ra ngoài, ông chồng nhăn nhó với vợ: Khổ quá, anh có véo cô ta đâu cơ chứ!

- Bà vợ nói: Tôi véo đấy! Tôi sợ rằng nếu không làm như vậy thì anh còn có hành vi tồi tệ hơn!

Phát triển ví điện tử ở Việt Nam - Cơ hội và thách thức cho các doanh nghiệp trong cuộc cạnh tranh hiện nay

Nguyễn Nhật Minh - CQ55/09.01

Ví điện tử là phương thức thanh toán mới đang được nhiều người tiêu dùng đón nhận vì những tiện ích của dịch vụ này. Với những cơ hội từ một thị trường trẻ, tăng trưởng thương mại điện tử ở mức cao và hạ tầng công nghệ đang dần được hoàn thiện, tiềm năng phát triển của loại hình giao dịch này là vô cùng lớn. Tuy nhiên các doanh nghiệp mới muốn tham gia vào sân chơi này cũng phải đối mặt với những thách thức không hề nhỏ. Vậy giải pháp nào cho các công ty công nghệ hiện nay để phát triển phương thức thanh toán an toàn, thuận tiện, hiệu quả, cho một tương lai xã hội không dùng tiền mặt?

1. Khái niệm ví điện tử

Ví điện tử là một hình thức quản lý tài chính thông qua một tài khoản điện tử được tích hợp trong ứng dụng điện thoại, giúp người dùng lưu trữ tiền và thực hiện giao dịch với những đối tác có liên kết. Hiện nay người dùng có thể thao tác các giao dịch cơ bản với một tài khoản ví điện tử như: mua sắm tại các website; thanh toán hoá đơn, dịch vụ; các giao dịch chuyển tiền, nạp tiền, rút tiền.

Sử dụng ví điện tử thay cho phương thức thanh toán truyền thống bằng tiền mặt ngày càng cho thấy nhiều tiện ích không chỉ với cá nhân người sử dụng mà còn đối với cả sự phát triển của nền kinh tế trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0. Có thể kể đến một số ưu điểm của hình thức thanh toán này như sau:

**** Đối với người tiêu dùng:***

- Thời gian giao dịch nhanh và không bị giới hạn. Thao tác sử dụng đơn giản chỉ với một chiếc điện thoại di động thông minh.

- Giúp hạn chế sử dụng tiền mặt, hạn chế nguy cơ mất mát, hư hao tài sản.

- Quản lý tài chính cá nhân dễ dàng, thuận tiện. Đi kèm nhiều ưu đãi.

**** Đối với nhà cung cấp hàng hoá, dịch vụ.***

Giảm chi phí đầu tư hạ tầng công nghệ cho thanh toán phi tiền mặt. Thay vì phải tốn chi phí đặt máy POS ở mỗi điểm bán hàng, giờ đây các cửa hàng, website thương mại điện tử, tài xế taxi hoặc ngay cả nhân viên giao hàng, thu tiền cước chỉ cần cung cấp mã QR và khách hàng có thể dễ dàng thanh toán.

2. Các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ ví điện tử thấy cơ hội gì ở thị trường Việt Nam

Thứ nhất, cơ hội đến từ người tiêu dùng. Trong một thị trường có dân số trẻ như Việt Nam, tỷ lệ sử dụng điện thoại thông minh và truy cập Internet tăng nhanh cùng với hạ tầng công nghệ thương mại điện tử đang được hiện đại hóa giúp các công ty công nghệ tài chính (Fintech) trong lĩnh vực thanh toán có nhiều tiềm năng phát triển. Quy mô khách hàng tăng trưởng với tốc độ phi mã cùng lượng giao dịch ngày càng lớn đã cho thấy tầm ảnh hưởng của những Fintech trong lĩnh vực này. Theo thống kê của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, tính đến cuối năm 2013 có khoảng 1,84 triệu người dùng ví điện tử với tổng khối lượng giao dịch 1,1 tỷ USD. Nhưng đến năm 2016 con số này đã tăng lên đến 3 triệu người dùng ví. Tổng số người dùng ví dự kiến sẽ vượt mốc 10 triệu người dùng vào năm 2020, theo Asian Banker Research.

Thứ hai, tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử tiếp tục ở mức cao. Theo kết quả khảo sát của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) cho thấy, tốc độ tặng trưởng thương mại điện tử của các doanh nghiệp thuộc nhiều lĩnh vực kinh doanh trên cả nước năm 2017 ước tính trên 25% so với năm trước và nhiều doanh nghiệp khả quan với mức tăng trưởng tương tự trong năm 2018.

Lĩnh vực kinh doanh	Tốc độ tăng trưởng doanh thu (năm 2017)
Bán lẻ trực tuyến	35%
Dịch vụ chuyển phát	100%
Tiếp thị trực tuyến	Trên 100%
Đặt phòng qua đại lý du lịch trực tuyến	Trên 50%

Nguồn: Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam EBI 2018

Thứ ba, bùng nổ kinh doanh trên nền tảng di động và tiếp tục là xu hướng cho các doanh nghiệp bán lẻ. Năm 2015 đánh dấu sự tăng trưởng mạnh mẽ của xu hướng thương mại di động. Nhanh chóng nhận thấy nhu cầu tăng cao của phân khúc khách hàng trẻ, đặc biệt ở các thành phố lớn như Hà Nội, TP Hồ Chí Minh cũng như hiệu quả của nền tảng kinh doanh này, nhiều doanh nghiệp đã có những đầu tư lớn vào khâu phát triển ứng dụng bán hàng trên điện thoại di động.

Theo khảo sát của VECOM, trong số các doanh nghiệp có website phiên bản di động hoặc ứng dụng bán hàng, có 42% doanh nghiệp đã cho phép người mua thực hiện toàn bộ quá trình mua sắm trên thiết bị di động, 29% có triển khai chương trình khuyến mãi dành riêng cho khách hàng sử dụng thiết bị di động để mua sản phẩm và 47% doanh nghiệp có nhận đơn đặt hàng qua ứng dung bán hàng trên thiết bị di động.

Thứ tư, sự ủng hộ của Nhà nước thông qua các chính sách kịp thời. "Đề án phát triển việc thanh toán không dùng tiền mặt giai đoạn 2016 - 2020" được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt vào cuối năm 2016 với mục tiêu đến cuối năm 2020 sẽ đưa tỷ trọng tiền mặt trên tổng phương tiện thanh toán ở mức thấp hơn 10%, tập trung phát triển một số phương tiện và hình thức thanh toán mới, hiện đại đã gián tiếp đưa ví điện tử trở thành một trong những hình thức thiết yếu trong quan hệ thanh toán tiêu dùng.

3. Những thách thức nào các doanh nghiệp gặp phải trong quá trình phát triển sản phẩm.

Thứ nhất, sự cạnh tranh gay gắt cho các doanh nghiệp mới tham gia vào thị trường. Theo thống kê của Ngân hàng Nhà nước, tính đến giữa tháng 3/2018, có 27 đơn vị cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán được cấp phép tại Việt Nam, trong đó hơn 20 đơn vị là ví điện tử. Tuy nhiên chỉ có 5 trong số hơn 20 doanh nghiệp kinh doanh có lãi, số còn lại hoạt động trong tình trạng không ổn định. Phần lớn các ví điện tử hiện nay đều thu hút người dùng mới bằng các chương trình khuyến mãi, gia tăng tỷ lệ chiết khấu, cung cấp các gói lợi ích gia tăng. Các startup công nghệ thường không có nguồn vốn dồi dào để "đốt tiền" vào cuộc đua giành thị phần, do đó đây là bài toán chung cần giải quyết khi tham gia thị trường và muốn chiếm được thị phần trước khi bị mua lại hay phá sản.

Thứ hai, thu hút người tiêu dùng sử dụng thường xuyên. Hiện nay đa phần người sử dụng ví điện tử chỉ dùng để thanh toán hoá đơn điện, nước, cước thuê bao - là những dịch vụ không thường xuyên. Vì thế ví điện tử cần thay đổi được thói quen người dùng, hướng việc sử dụng sản phẩm đến gần với hoạt động hàng ngày hơn như

mua sắm hàng hoá, dịch vụ. Điển hình là thành công của ví Moca trong thương vụ với Grab đã giúp Moca tiếp cận được quy mô người dùng rộng lớn của Grab cũng như các dịnh vụ đa dạng có sẵn.

Thứ ba, ngân hàng điện tử, xu hướng dần nổi lên trong vài năm trở lại đây. Các công ty Fintech có lợi thế mô hình kinh doanh sáng tạo và nền tảng công nghệ tốt, tuy nhiên kinh nghiệm trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng không nhiều, đặc biệt mạng lưới khách hàng còn hạn chế. Ngược lại, các ngân hàng truyền thống với thế mạnh mạng lưới khách hàng rộng lớn tích luỹ qua nhiều năm, hệ thống kiểm soát chặt chẽ và kinh nghiệm dày dặn trong lĩnh vực có thể trở thành một thách thức không nhỏ đối với các công ty Fintech nếu không có bước đi đúng đắn.

4. Giải pháp giúp các doanh nghiệp cạnh tranh và đảm bảo quyền lợi cho người sử dụng

Thứ nhất, xây dựng một hệ sinh thái tiêu dùng. Nhiệm vụ lớn hiện nay của các ví điện là phải kết hợp với càng nhiều đối tác, đẩy mạnh kết nối với các cửa hàng, công ty cung cấp dịch vụ. Một mạng lưới điểm chấp nhận thanh toán rộng khắp chính là điểm mấu chốt giúp các loại ví điện tử "giữ chân" người dùng, đưa việc thanh toán qua ví điện tử trở nên phổ biến và thường xuyên hơn. Đi kèm với đó là nâng cao trải nghiệm của khách hàng, nâng cấp tính năng, sự tiện lợi cho người sử dụng sản phẩm.

Thứ hai, hợp tác với các ngân hàng trên tinh thần win-win. Theo quy định tại thông tư số 39/2014/TT-NHNN của Ngân hàng Nhà nước, hướng dẫn về dịch vụ trung gian thanh toán, đã yêu cầu hoạt động cung ứng Ví điện tử: Việc nạp tiền vào Ví điện tử, rút tiền ra khỏi Ví điện tử của khách hàng phải thực hiện thông qua tài khoản thanh toán của khách hàng tại Ngân hàng. Tức là để nạp tiền, rút tiền từ ví điện tử chỉ có thể sử dụng các nguồn tiền hợp lệ, hợp pháp từ ngân hàng mà không thể có một hình thức nào khác. Do đó có một cơ chế hợp tác phù hợp với các ngân hàng không chỉ giúp các công ty Fintech và ngân hàng truyền thống giải quyết các vấn đề của mình, giúp nâng cao khả năng cạnh tranh mà còn kiến tạo một phương thức tài chính lành mạnh, an toàn và hiệu quả với người tiêu dùng trong tương lai.

Thứ ba, về phía các cơ quan quản lý. Để đảm bảo tính pháp lý, sự an toàn trên thị trường tài chính và quyền lợi của các bên tham gia, Nhà Nước cần sớm ban hành các văn bản pháp lý, hướng dẫn hoạt động của các công ty dịch vụ công nghệ, hoạt động thanh toán điện tử và các quy định về bảo mật thông tin tài khoản cho người sử dụng, phòng chống tội phạm công nghệ cao. Cần có thêm các chính sách kích thích

đầu tư vào thị trường dịch vụ thanh toán điện tử nhằm đạt mục tiêu nâng cao tỷ lệ thanh toán không dùng tiền mặt trong xã hội.

Ví điện tử đã trở thành phương thức thanh toán phổ biến tại nhiều quốc gia tuy nhiên tại Việt Nam mới chỉ trong giai đoạn mở đầu, khai thác thị trường. Do đó lĩnh vực này còn rất nhiều tiềm năng chờ khai thác.

Tài liệu tham khảo:

http://vietnamfinance.vn/vi-dien-tu-tranh-tim-nguoi-dung-20180504224212956.htm

http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/thanh-toan-qua-vi-dien-tu-tiem-nang-va-khoang-trong-phap-ly-143039.html

Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam EBI 2018 - Hiệp hội Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam

Nguyễn Thuỳ Dung, Nguyễn Bá Huân "Thanh toán bằng hình thức ví điện tử tại Việt Nam, thực trạng và giải pháp" - Tạp chí khoa học và công nghệ lâm nghiệp tháng 3/2018

Thư giãn:

NHƯỜNG CHỖ

Một cậu bé 6 tuổi khoe với mẹ rằng:

- Mẹ biết không? Buổi sáng đi xe bus cùng bố con đã nhường chỗ cho một phụ nữ!

Mẹ cậu khen:

- Con giỏi lắm, con đã ra dáng một chàng trai rồi đấy! Mẹ rất tự hào về con!

Người mẹ mặt tươi rói, rạng ngời hạnh phúc trước đứa con ngoan.

Một lát sau chợt nhớ ra điều gì, người mẹ hỏi:

- À... con 6 tuổi không phải mua vé mà cũng có ghế ngồi ư?

- Dạ không, không phải ghế. Trước đó con ngồi trên đùi bố!

Sự phát triển của các doanh nghiệp Fintech Việt Nam trong nền kinh tế số

Vũ Mai Quỳnh - CQ55/11.06

Công nghệ tài chính (Fintech) dùng để miêu tả một xu hướng mới nổi trong ngành tài chính - ngân hàng. Cùng với sự phát triển của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0, ngày càng nhiều người tiêu dùng sử dụng các sản phẩm, dịch vụ từ Fintech. Việt Nam có rất nhiều tiềm năng để Fintech phát triển. Tuy nhiên, đi cùng với những cơ hội phát triển, Fintech tại Việt Nam vẫn còn không ít khó khăn, thách thức.

1. Vài nét về công nghệ tài chính

Công nghệ tài chính (Fintech) dùng để miêu tả một xu hướng mới nổi trong ngành tài chính - ngân hàng. Nói đơn giản hơn, Fintech là ứng dụng khoa học - công nghệ vào ngành Tài chính - ngân hàng. Nhu cầu sử dụng các dịch vụ cung ứng của các công ty Fintech là các ngân hàng, công ty bảo hiểm, tổ chức tài chính truyền thống, người tiêu dùng và các doanh nghiệp (DN) thông thường. Các công ty Fintech hiện đang cung cấp các dịch vụ trong nhiều lĩnh vực khác nhau như công nghệ ngân hàng, thanh toán, quản lý tài chính, các loại tiền kỹ thuật số… với các sản phẩm đa dạng như: Ví điện tử, công nghệ sổ cái phân tán trên nền tảng blockchain, thương mại trực tuyến B2C,…

Về cơ bản, có thể phân các dịch vụ mà các công ty Fintech cung ứng theo các loại hình dịch vụ: Dịch vụ tài chính: Huy động vốn từ cộng đồng, tín dụng…; Quản lý tài sản (mạng xã hội đầu tư); Khuyến nghị tự động hóa; Quản trị tài chính cá nhân; Dịch vụ đầu tư và ngân hàng; Dịch vụ thanh toán (biện pháp thanh toán thay thế, bảo mật); Dịch vụ khác (bảo hiểm, bảo lãnh, giải pháp công nghệ khác)… Fintech đem theo một làn sóng khởi nghiệp trong ngành Tài chính - ngân hàng, ngành mà trước đây được biết đến là khi muốn ra nhập cần có nguồn vốn dồi dào. Điều này cũng dẫn đến sự đa dạng về thành phần, đa dạng sản phẩm, theo đó cũng sẽ gây khó khăn cho việc quản lý.

Tuy nhiên, khi tận dụng tốt, Fintech có thể đem đến những lợi ích cụ thể như: Thay đổi kênh phân phối sản phẩm, làm sản phẩm dễ dàng đến tay người tiêu dùng; Giúp dễ dàng phân tích hành vi khách hàng; Cắt giảm lao động làm giảm chi phí đầu vào cho tổ chức; Cắt giảm rủi ro do sai sót; Tiết kiệm chi phí, giảm giá thành, giảm giá sản phẩm.

2. Fintech tại Việt Nam: Cơ hội và thách thức

Theo thống kê, tại Việt Nam có 53% dân số sử dụng internet - tương ứng với khoảng hơn 50 triệu người. Đặc biệt, với hơn 124 triệu thuê bao điện thoại, trong đó có 41 triệu thuê bao hoạt động thường xuyên, Việt Nam có rất nhiều tiềm năm để Fintech phát triển.

Lĩnh vực Fintech ở Việt Nam còn khá mới mẻ, dù các DN cung cấp dịch vụ trung gian thanh toán đã xuất hiện vào năm 2008 với 9 đơn vị được Ngân hàng Nhà nước cấp phép. Đến nay, Việt Nam có 48 công ty Fintech và 48% công ty tham gia vào hoạt động thanh toán, cung cấp cho khách hàng và các nhà bán lẻ các dịch vụ thanh toán trực tuyến hoặc các giải pháp thanh toán kỹ thuật số (2C2P, VTPay, OnePay, VTCPay, BankPlus,VinaPay, VNPay, Senpay, NganLuong, ZingPay, BaoKim, 123Pay…).

Một số ít công ty hoạt động trong lĩnh vực gọi vốn (FundStart, Comicola, Betado, Firststep), chuyển tiền (Matchmove, Cash2vn, Nodestr, Remittance Hub), Blockchain (Bitcoin Vietnam, VBTC Bitcoin, Copyrobo, Cardano Labo), quản lý tài chính cá nhân, quản lý POS, quản lý dữ liệu, cho vay và so sánh thông tin (Mobivi, Money Lover, Timo, kiu, Loanvi, Tima, TrustCircle, Hottab, SoftPay, ibox, BankGo, gobear...). Tuy nhiên, so với một số quốc gia trong khu vực, số lượng các công ty Fintech tại Việt Nam còn khá ít (Indonesia có 120 công ty Fintech; Singapore có hơn 300 công ty). Các DN Fintech ở Việt Nam hiện nay chủ yếu tập trung vào một số ít ngành nhất định, trong khi nhiều ngành khác bị "lãng quên" như kêu gọi vốn cộng đồng, tín dụng... dù thị trường không thiếu nhu cầu. Đây chính là cơ hội cho những DN Fintech trong tương lai phát triển.

Bên cạnh đó, mô hình cửa hàng tiện lợi, siêu thị đang phát triển rầm rộ và dần chiếm thị phần ngày càng lớn thay thế cho hình thức mua sắm truyền thống cũng là cơ hội để những DN Fintech có thể phát triển thêm ứng dụng công nghệ vào thanh toán, tín dụng, quản lý tài chính cá nhân như kinh nghiệm một số nước như: Mỹ, Hàn Quốc,

Trung Quốc… Tuy nhiên, đi cùng với những cơ hội phát triển Fintech tại Việt Nam vẫn còn không ít thách thức:

Thứ nhất, hành lang pháp lý chưa thực sự đầy đủ, chính xác nhất là đối với những công nghệ mới. Thời gian cập nhật, sửa đổi, bổ sung pháp lý còn chậm so với tốc độ phát triển nhanh chóng mặt của công nghệ.

Thứ hai, cơ sở hạ tầng công nghệ của Việt Nam chưa đáp ứng yêu cầu của sự phát triển công nghệ cao, đặc biệt là công nghệ bảo mật.

Thứ ba, các DN Fintech thường gặp khó khăn về mô hình kinh doanh, mô hình quản trị cũng như đường hướng phát triển lâu dài, điều này khiến cho DN khó có thể phát triển lớn mạnh.

Thứ tư, ý thức của người tiêu dùng sản phẩm Fintech còn hạn chế, đôi khi tạo ra những "lỗ hổng bảo mật". Người dân còn chưa có ý thức trong việc bảo mật những thông tin cá nhân như họ và tên, số chứng minh nhân dân, hộ chiếu, địa chỉ, ngày tháng năm sinh, số tài khoản… Điều này làm gia tăng mạnh nguy cơ ảnh hưởng đến tài khoản của chính người tiêu dùng cũng như các tổ chức tài chính.

3. Giải pháp đẩy mạnh phát triển Fintech trong thời gian tới

Để vượt qua được những thách thức, tận dụng tốt những ưu việt của Fintech mang lại trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ, Việt Nam cần quan tâm đến một số nội dung sau:

Thứ nhất, nhanh chóng hoàn thiện đồng bộ các quy định pháp lý về Fintech. Theo đó, cần thiết lập các quy tắc và quy định cho hệ sinh thái Fintech; Tập trung xây dựng hành lang pháp lý về hoạt động cung cấp dịch vụ/sản phẩm Fintech; Nhanh chóng xây dựng quy định pháp lý về tiền ảo, tiền điện tử, công nhận nó như một loại "tài sản ảo"; Quy định các tiêu chuẩn của danh mục sản phẩm và dịch vụ để các công ty Fintech hoạt động một cách minh bạch, bao gồm các hoạt động tín dụng; tiết kiệm; các dịch vụ thanh toán, chuyển tiền trực tuyến; đầu tư, bảo hiểm, tư vấn tài chính; phân tích dữ liệu… Đồng thời, quy định rõ mô hình kinh doanh của các công ty cung cấp Fintech…

Thứ hai, xây dựng chính sách phát triển Fintech gắn với phát triển hệ thống tài chính - ngân hàng và nền kinh tế. Coi sự phát triển của Fintech gắn liền với đẩy mạnh ứng dụng khoa học - công nghệ vào lĩnh vực tài chính - ngân hàng, là một bộ phận của

ngành tài chính - ngân hàng, chịu sự quản lý của ngành nghề đặc thù. Bên cạnh đó, có các chính sách miễn, giảm thuế; chính sách hỗ trợ tiếp cận các nguồn vốn; tạo môi trường cho đầu tư Fintech, hợp tác với các tổ chức tài chính- ngân hàng truyền thống.

Thứ ba, thúc đẩy nghiên cứu và ứng dụng những lợi ích của công nghệ blockchain, công nghệ sổ cái phân tán... để áp dụng nhanh chóng trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng và các lĩnh vực khác do những lợi ích từ công nghệ này là rất lớn.

Thứ tư, nâng cao trình độ nguồn nhân lực cho ứng dụng và quản lý Fintech. Có cơ chế khuyến khích đào tạo nhân lực va thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao cho phát triển Fintech. Đồng thời, tranh thủ sự hỗ trợ kỹ thuật và tư vấn của các tổ chức quốc tế như ADB, WBG... và hợp tác song phương với các cơ quan quản lý các nước để trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm hữu ích trong quản lý các DN Fintech.

Thứ năm, tăng cường hợp tác giữa các bên trong việc cung ứng sản phẩm Fintech. Tăng cường hợp tác giữa các DN Fintech với các tổ chức tài chính- ngân hàng truyền thống, cũng như các DN cung cấp internet, thông tin… đảm bảo cho các bên phát huy được lợi thế của mình, tạo điều kiện cho phát triển Fintech ở Việt Nam trong thời gian tới.

Thứ sáu, đa dạng hóa sản phẩm và phổ cập kiến thức về Fintech đến người tiêu dùng. Trên cơ sở phát triển những sản phẩm Fintech chủ yếu là thanh toán và chuyển tiền, cần mở rộng các sản phẩm tiềm năng khác như quản lý tài chính, cho vay, tiết kiệm… nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng. Đồng thời, tích cực quảng bá, phổ cập kiến thức về Fintech, cũng như thông tin nhằm đảm bảo hạn chế rủi ro trong giao dịch Fintech, từ đó giúp nhận biết những lợi ích từ ứng dụng công nghệ mà Fintech đem lại.

Tài liệu tham khảo:

Hà Văn Dương, Hà Phạm Diễm Trang, Nguyễn Hoàng Mỹ Lệ (2018), FINTECH: Hệ sinh thái ở các nước và vận dụng tại Việt Nam, Tạp chí Ngân hàng, số 1;

http://fintechnews.sg/vietnam-fintech-startups/

Vai trò thanh toán điện tử trong nền kinh tế số

Nguyễn Thị Thạo - CQ55/05.02

Hiện nay có rất nhiều phương thức thanh toán ngoài cách dùng tiền mặt, một trong nhưng phương thức đang rất phát triển và được dự đoán sẽ lên ngôi có thể thay thế hoàn toàn tiền mặt đó là thanh toán điện tử. Với xu thế của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và nền kinh tế số phát triển như hiện nay thì thanh toán điện tử ngày càng đóng một vai trò quan trọng. Vậy thanh toán điện tử là gì và có vai trò như thế nào trong nền kinh tế số?

Theo nhóm cộng tác kinh tế số Oxford, Kinh tế số là "một nền kinh tế vận hành chủ yếu dựa trên công nghệ số", đặc biệt là các giao dịch điện tử tiến hành thông qua Internet. Kinh tế số bao gồm tất cả các lĩnh vực và nền kinh tế (công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ; sản xuất, phân phối, lưu thông hàng hóa, giao thông vận tải, logistic, tài chính ngân hàng, …) mà công nghệ số được áp dụng.

Đây là các mô hình tổ chức và phương thức hoạt động của nền kinh tế dựa trên ứng dụng công nghệ số. Chúng ta có thể dễ dàng bắt gặp hàng ngày những biểu hiện của công nghệ số xuất hiện ở bất cứ đâu trong đời sống như các trang thương mại điện tử, quảng cáo trực tuyến hay các ứng dụng về ăn uống, vận chuyển, giao nhận,… cũng tích hợp công nghệ số để đáp ứng nhu cầu thuận tiện cho khách hàng. Nhưng ở tầm vĩ mô hơn, kinh tế số cũng có những đóng góp không nhỏ trong sự hội nhập của các doanh nghiệp Việt Nam vào chuỗi công nghệ toàn cầu.

1. Đặc trưng của kinh tế số

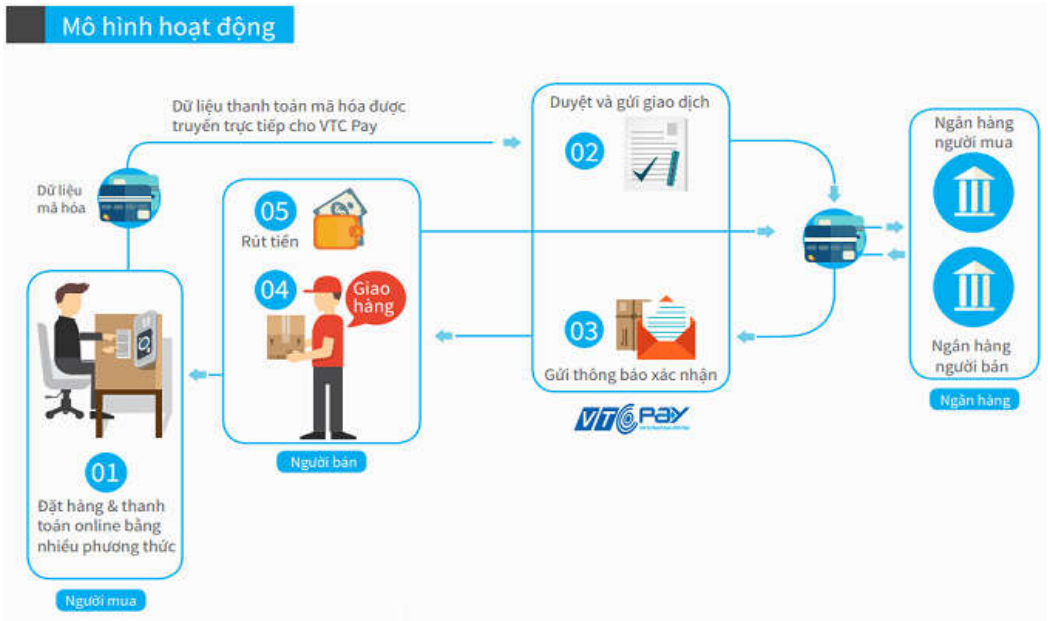
Kinh tế số có thể được tập hợp trong 3 quá trình xử lý chính đan xen với nhau, bao gồm: xử lý vật liệu; xử lý năng lượng; xử lý thông tin

Trong đó, xử lý thông tin đóng vai trò quan trọng nhất, và cũng là lĩnh vực dễ số hóa nhất. Tính kết nối giữa các chủ thể và chu trình kinh tế nhờ vào các thành tựu của công nghệ thông tin và Internet giúp kết nối hóa các nguồn lực, lược bỏ nhiều khâu trung gian và tăng cơ hội tiếp cận chuỗi giá trị toàn cầu.

Thanh toán điện tử là hình thức thanh toán tiến hành trên môi trường internet, thông qua hệ thống thanh toán điện tử người sử dụng internet có thể tiến hành các hoạt động thanh toán, chuyển - nạp - rút tiền...

Thông thường, thanh toán điện tử được thực hiện thông qua các tài khoản ngân hàng online của người dùng hoặc các cổng thanh toán trực tuyến (giữ vai trò trung gian thực hiện các giao dịch lưu chuyển tiền tệ trực tuyến, có sự liên kết với các ngân hàng thương mại).

Hiện nay, ở Việt Nam có một số cổng thanh toán điện tử trung gian phổ biến và có liên kết với nhiều ngân hàng lớn, như Ngân Lượng, Bảo Kim, QR Pay, Ví Việt, Ví Momo, Zalo Pay,…



Hình minh họa vai trò của thanh toán điện tử

Nguồn: https://magiamgiabig.com/blog/vai-tro-cua-thanh-toan-dien-tu/

Tại Việt Nam, xu thế "số hóa" đã xuất hiện ở hầu hết mọi lĩnh vực, từ thương mại, thanh toán cho đến giao thông, giáo dục, y tế… Đại diện Bộ Công thương cho biết: "Hiện nay bộ nhìn nhận trụ côt chính của nền kinh tế số bao gồm hạ tầng công nghệ cơ bản, hạ tầng công nghê hỗ trợ, trụ cột thương mại điện tử và hạ tầng nhân lực".

Thanh toán điện tử là một khâu gắn liền trong hoạt động thương mại điện tử. Khi thương mại điện tử đi vào đúng quỹ đạo, sẽ không còn chuyện thanh toán tiền mặt khi nhận hàng như hiện nay nữa. Hiện nay, thương mại điện tử đang ở giai đoạn phát triển nhanh, trong vòng 5 năm trở lại đây thương mại điện tử tăng từ 25 - 30%/ năm. Tuy nhiên, thanh toán thương mại điện tử đạt 8 tỷ USD thì chỉ có 20% là không dùng tiền mặt.

Ông Đào Minh Tuấn, Phó Tổng Giám đốc Vietcombank, Chủ tịch Hội thẻ Ngân hàng Việt Nam cho biết, 40% dân số Việt Nam hiện đã có tài khoản ngân hàng, nhưng vẫn có tới 90% chi tiêu hằng ngày sử dụng tiền mặt, và 99% sử dụng tiền mặt khi thanh toán các mặt hàng dưới 100.000 đồng. Người tiêu dùng Việt Nam coi trọng sử dụng tiền mặt là bởi những phương thức thanh toán này rất nhanh, thuận tiện, không phức tạp và được chấp nhận ở mọi nơi. Ngoài ra phương pháp thanh toán này giúp họ quản lý ngân sách mà không có chi phí phát sinh, người dùng cho rằng thanh toán bằng tiền mặt đảm bảo an toàn, riêng tư bởi nó không để lại dấu vết của giao dịch và không lộ thông tin cá nhân.

Tuy nhiên nếu hiểu rõ về thanh toán điện tử và lợi ích mà nó mang lại thì chúng ta sẽ phải thay đổi cái nhìn về nó và mọi người có thể thay đổi thói quen thanh toán của mình. Chính vì vậy, việc thay đổi thói quen thanh toán của mọi người là một đòi hỏi cấp thiết trong việc phát triển thương mại điện tử nói riêng và nền kinh tế số nói chung.

2. Thanh toán điện tử thúc đẩy nền kinh tế số phát triển

Thanh toán điện tử thúc đẩy nền kinh tế số phát triển trong thời gian tới vì:

Thứ nhất, thanh toán điện tử nhanh chóng, thuận tiện, phù hợp với dòng chảy thị trường

Người tiêu dùng nước ta hiện nay có xu hướng thanh toán trực tuyến cho các dịch vụ giải trí, du lịch, trả tiền hóa đơn (điện, nước, viễn thông…) mua sắm hàng gia dụng và các món hàng xa xỉ, hàng có giá trị cao. Việc thanh toán chủ yếu thông qua các thiết bị di động kết nối internet.

Theo xu thế kinh doanh trực tuyến, thanh toán điện tử cũng ngày càng được được chú trọng. Người tham gia giao dịch có thể thực hiện chuyển tiền nhanh chóng, chính xác mạng qua internet. Khi các doanh nghiệp trong nước và người tiêu dùng

tham gia vào các giao dịch quốc tế thì không thể dùng tiền mặt mà bắt buộc phải qua ngân hàng hoặc thẻ ngân hàng.

Thứ hai, thanh toán điện tử dễ dàng theo dõi và kiểm soát

Tất cả các tài khoản thanh toán điện tử đều lưu lại lịch sử giao dịch và cho phép tra cứu lại các giao dịch đã thực hiện. Các cơ quan quản lý như thuế và các đơn vị chức năng có thể tra cứu và quản lý chặt chẽ các giao dịch của công dân và các doanh nghiệp tránh việc trốn thuế hay gian lận...

Thứ ba, thanh toán điện tử giúp chuyên nghiệp hóa kinh doanh trực tuyến

Trong kinh doanh trực tuyến, đối tượng khách hàng rất đa dạng, và hình thức thanh toán trực tuyến (thẻ tín dụng, internet banking, ví điện tử, mã QR…) khi mua hàng trở nên phổ biến vì tính tiện dụng. Số người thanh toán bằng tiền mặt khi nhận hàng do họ muốn kiểm tra hàng trước khi thanh toán. Về lâu dài, khi đã đảm bảo chất lượng hàng hóa và tạo được niềm tin cho người tiêu dùng thì có lẽ việc thanh toán tiền mặt khi mua hàng trực tuyến ở Việt nam sẽ không còn nữa. Các sàn thương mại điện tử hiện nay đều tích hợp đa dạng hình thức thanh toán, người tiêu dùng tùy ý chọn lựa loại hình phù hợp nhất cho mình.

Thứ tư, thanh toán điện tử sẽ hạn chế việc sử dụng tiền mặt

Việc hạn chế dùng tiền mặt đang là mục tiêu phấn đấu thực hiện của Chính phủ (lộ trình đến năm 2020 tỷ trọng tiền mặt trên tổng phương tiện thanh toán chỉ dưới 10%). Việc này sẽ góp phần giảm tải thất thoát, tốn kém và các rủi ro không mong muốn cho người sử dụng, đặc biệt khi giao dịch các sản phẩm, dịch vụ có giá trị lớn.

Tuy nhiên, cũng cần hoàn thiện việc bảo mật trong thanh toán điện tử, tích hợp đầy đủ chức năng của tài khoản thanh toán (để không phải vừa dùng thẻ tín dụng, vừa dùng ví điện tử, vừa dùng các ứng dụng thanh toán mã QR… và cả tiền mặt). Cần nâng cao uy tín các sàn thương mại điện tử thông qua việc kiểm soát tốt chất lượng hàng hóa, dịch vụ nhằm tạo niềm tin cho người tiêu dùng để họ sẵn sàng thanh toán trước khi nhận hàng. Cũng cần nâng cao ý thức của người dân và phổ biến rộng rãi kiến thức cũng như thói quen thanh toán điện tử để nền kinh tế số Việt Nam ngày càng phát triển nhanh hơn.

Tài liệu tham khảo:

https://magiamgiabig.com/blog/vai-tro-cua-thanh-toan-dien-tu/
https://365.vtcpay.vn/tin-tuc/cac-khai-niem-co-ban-ve-thanh-toan-dien-tu-32969

Sự bùng nổ của mô hình cửa hàng tiện lợi ở Việt Nam

Nguyễn Thị Thu Hằng - CQ56/08.06

1. Thực trạng mô hình cửa hàng tiện lợi ở Việt Nam

Cùng với chợ truyền thống, siêu thị, hiện nay, tại Việt Nam đang phát triển khá mạnh một kênh phân phối hiện đại, đó là các cửa hàng tiện lợi, siêu thị mini. Dù quy mô không lớn nhưng loại hình này lại nhấn mạnh vào ưu thế tiện lợi và văn minh thương mại, cung cấp đa dạng hàng hóa thỏa mãn được nhiều nhu cầu của người tiêu dùng. Trên thực tế, tại Việt Nam, kênh bán lẻ truyền thống vẫn chiếm phần lớn với 74%. Tuy nhiên, kênh mua sắm hiện đại dù chiếm 26%, đặc biệt là những cửa hàng nhỏ lại đang lại đang tăng trưởng mạnh trong những năm gần đây, đưa Việt Nam vươn lên đứng thứ sáu trong số những thị trường bán lẻ hấp dẫn nhất toàn cầu.

Theo báo cáo của Deloitte, trên toàn đất nước Việt Nam, số lượng cửa hàng tiện lợi đã tăng gấp bốn lần kể từ năm 2012 và hình thức này cũng chiếm tỷ trọng lớn nhất trong số lượng mở mới các loại hình mua sắm trong 9 tháng đầu năm 2018. Sự hấp dẫn của các cửa hàng tiện ích không chỉ thu hút sự chú ý của các tập đoàn trong nước như VinGroup, Saigon Co.Op mà còn cả công ty nước ngoài như Circle K, B's Mart, Mini Stop, 7-Eleven, GS25...

Vingroup có kế hoạch mở 4.000 cửa hàng tiện ích Vinmart vào năm 2020, trong khi Saigon Co.op đang tiến hành mua lại mạng lưới các cửa hàng tạp hóa nhỏ, chủ yếu ở khu vực nông thôn, để mở rộng thị trường. Cũng trong giai đoạn này, gã khổng lồ bán lẻ 7-Eleven đặt mục tiêu tăng số lượng cửa hàng lên 1.000 trong vòng 10 năm, trong khi công ty Hàn Quốc GS25 bắt tay vào nỗ lực mở 2.500 cửa hàng trong 10 năm tới.

Hiện tại các doanh nghiệp trong nước vẫn đang chiếm phần áp đảo thị trường cửa hàng tiện lợi với tỷ trọng 70%. Tính đến hết tháng 1/2019, Deloitte báo cáo, chỉ riêng Vinmart+ đã có tất cả 1.700 cửa hàng. Trong khi tổng cộng các cửa hàng tiện lợi thương hiệu nước ngoài (không tính Shop&Go đã nhượng lại cho VinGroup) chỉ dừng lại ở con số hơn 600.

Tỷ lệ tăng trưởng hàng năm kép doanh số bán lẻ các cửa hàng tiện lợi của Việt Nam (CAGR) giai đoạn 2017 - 2019 đang là 35,7%; giai đoạn 2017 - 2021 dự kiến đạt 37,4%, cao hơn rất nhiều so với các quốc gia còn lại trong khu vực Đông Nam Á (Philippines 24,2%; Indonesia 15,8%; Malaysia 10,5%; Thái Lan 6,6%...).

2. Nguyên nhân của sự tăng trưởng của các cửa hàng tiện lợi

Một là, tốc độ đô thị hóa nhanh và thu nhập bình quân tăng: Tốc độ đô thị hóa nhanh chóng và thu nhập bình quân của người dân ngày càng tăng cùng với đó là tỷ lệ tiêu dùng so với GDP của Việt Nam thuộc loại cao trong khu vực (trên 70%) đã tạo sức hấp dẫn cho thị trường bán lẻ. Theo Hội Quy hoạch phát triển đô thị Việt Nam, tính đến hết tháng 5/2018, Việt Nam hiện có 813 đô thị các loại, bao gồm cả các đô thị đặc biệt là khu kinh tế, khu công nghiệp và dự báo sẽ đứng đầu Đông Nam Á về tốc độ đô thị hóa. Sự phát triển này sẽ tạo ra không gian lý tưởng cho phát triển các loại hình bán lẻ hiện đại nói riêng và thị trường bán lẻ trên toàn quốc nói chung.

Hai là, cửa hàng nhỏ nhưng nhiều lựa chọn: Loại hình kinh doanh cửa hàng tiện lợi này dù chỉ chiếm diện tích khá khiêm tốn nhưng người mua có thể chọn lựa nhiều mặt hàng cần thiết cho cuộc sống trên một mặt bằng nhỏ, từ đồ ăn, thức uống đến cây kim, sợi chỉ; từ bàn chải, kem đánh răng đến văn phòng phẩm, thẻ nhớ điện thoại... Thậm chí, khách hàng còn có thể thanh toán một số loại hóa đơn điện, nước, điện thoại; đặt vé, rút tiền...

Bên cạnh đó, hầu hết các cửa hàng tiện ích còn cung cấp cả thức ăn nhanh và thực phẩm tươi sống với nguồn gốc rõ ràng, đảm bảo vệ sinh và giá thành hợp lý. Sự tiện lợi này giúp các cửa hàng tiện lợi dễ dàng được người tiêu dùng chấp nhận.

Ba là, không gian và thời gian phục vụ: (1) *Về không gian:* Các cửa hàng tiện lợi, siêu thị mini thường có không gian sạch sẽ, giá hàng được trưng bày đẹp với các mặt hàng được sắp xếp gọn gàng, dễ tìm kiếm tạo được sự thuận tiện trong mua sắm của khách hàng. Không những vậy, hầu hết các cửa hàng tiện lợi hiện nay đều được trang bị điều hòa, wifi hay cả không gian ăn uống, do vậy, đã thu hút được rất nhiều khách hàng, đặc biệt là các bạn học sinh, sinh viên lựa chọn làm địa điểm lí tưởng để học tập, thư giãn, nghỉ ngơi. (2) *Về thời gian phục vụ:* Nếu như chợ truyền thống hay cửa hàng tạp hóa chỉ mở cửa trong khoảng thời gian nhất định, thì các cửa hàng tiện ích thường phục vụ trên 14h/ngày, thậm chí 24/24h, cả 7 ngày trong tuần, sẵn sàng đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng bất kể thời gian. Như vậy, bất cứ khi nào khách hàng cần thì cửa hàng đều có thể chào đón.

Bốn là, xu hướng tiêu dùng đề cao sự tiện lợi: Theo các chuyên gia, thói quen mua sắm của người tiêu dùng Việt Nam luôn đề cao sự tiện lợi. Khi các siêu thị, đại siêu thị bắt đầu giảm hấp dẫn do thường nằm ở trục đường trung tâm, phải gửi xe để vào mua sắm, xếp hàng thanh toán khá lâu… cùng với việc người mua hàng ở thành thị có ít thời gian hơn, phải đối mặt với tắc nghẽn giao thông và sống xa nơi làm việc thì mô hình cửa hàng tiện lợi trở thành sự thay thế hoàn hảo.

Năm là, chính sách hỗ trợ doanh nghiệp phát triển: Hiện nay chính sách siết chặt việc mở điểm kinh doanh mới của nhà bán lẻ nước ngoài chủ yếu dựa vào quy định về kiểm tra nhu cầu kinh tế khu vực (ENT), và điều này chỉ thực hiện đối với mô hình bán lẻ cần diện tích lớn như siêu thị, đại siêu thị, trung tâm thương mại. Như vậy, chính sách cho phép các doanh nghiệp FDI được mở cửa hàng bán lẻ dưới 500m2 mà không phải thực hiện quy định về kiểm tra nhu cầu kinh tế (ENT), góp phần giúp các chuỗi cửa hàng tiện lợi ngày càng phát triển.

3. Một số đề xuất nhằm phát triển bền vững mô hình kinh doanh cửa hàng tiện lợi

Về phía doanh nghiệp

Một là, khả năng "trường vốn". Dù có nhiều tiềm năng, nhưng kinh doanh cửa hàng tiện lợi đòi hỏi doanh nghiệp phải "trường vốn". Bởi trung bình, một chuỗi cửa hàng tiện lợi phải chịu lỗ trong khoảng 5 năm đầu rồi sau đó mới có thể có lãi. Đây là lợi thế của các doanh nghiệp nước ngoài nhưng lại là nhược điểm của doanh nghiệp Việt Nam vốn khó khăn cả về vốn, nhân lực, chất lượng phục vụ, kiểm soát nguồn gốc hàng hóa…

Hai là, không ngừng nâng cao chất lượng. Để định vị được thương hiệu của mình, các doanh nghiệp phải tiếp tục nâng cao chất lượng dịch vụ phục vụ khách hàng, cải thiện chất lượng và đa dạng hóa sản phẩm kinh doanh tại cửa hàng với nguồn gốc rõ ràng, giá cạnh tranh. Làm được như vậy mới chiếm lĩnh thành công thị phần và phát triển bền vững.

Về phía Nhà nước

Một là, tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra, kiểm soát sự tuân thủ pháp luật đối với hoạt động kinh doanh bán lẻ, tăng cường quản lý thị trường, có biện pháp hiệu quả chống buôn lậu, gian lận thương mại, lưu thông hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, hàng độc hại trên thị trường.

Hai là, Nhà nước cũng cần thêm những chính sách hỗ trợ về thuế, vị trí thuê mặt bằng cho doanh nghiệp Việt Nam để doanh nghiệp có điều kiện tăng thêm sức cạnh tranh trong giai đoạn hiện nay.

Tài liệu tham khảo:

http://cafef.vn/thi-truong-cua-hang-tien-loi-viet-nam-tang-truong-manh-nhat-dong-nam-a-vingroup-bo-xa-cac-tap-doan-nuoc-ngoai-20190413185430401.chn

http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/cua-hang-tien-loi-tich-hop-mo-hinh-ban-le-da-kenh-300034.html

http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/bung-no-mo-hinh-cua-hang-tien-loi-138476.html

https://congthuong.vn/phat-huy-toi-da-uu-the-cua-hang-tien-loi-75414.html

Thư giãn:

NHIỀU TIỀN UỐNG RƯỢU…

Một bà vợ đòi ly dị chồng vì anh ta suốt ngày uống rượu. Quan tòa hỏi:

- Chồng bà bắt đầu uống rượu từ khi nào?

- Từ trước khi chúng tôi cưới nhau.

- Thế sao lúc đó bà vẫn quyết định cưới ông ấy?

- Vì lúc đó tôi nghĩ chắc hẳn anh ta phải có rất nhiều tiền nên mới uống rượu mỗi ngày như thế.

Thực trạng môi trường Việt Nam và một số giải pháp

Vũ Minh Quỳnh - CQ55/11.07

1. Thực trạng môi trường Việt Nam

Hàng năm, cả nước "xài" hơn 100.000 tấn hóa chất bảo vệ thực vật; phát sinh hơn 23 triệu tấn rác thải sinh hoạt, hơn 7 triệu tấn chất thải rắn công nghiệp, hơn 630.000 tấn chất thải nguy hại trong khi việc xử lý chất thải, nước thải còn rất hạn chế.

Những con số vừa được Bộ Tài nguyên và Môi trường (TNMT) tổng hợp báo cáo tại hội nghị toàn quốc về bảo vệ môi trường tổ chức sáng 24/8/2018 để thẳng thắn nhìn vào bức tranh tổng thể về thực trạng môi trường tại Việt Nam hiện nay. Theo Bộ TNMT, môi trường nước ta đang chịu nhiều áp lực lớn từ phát triển kinh tế - xã hội trong nước, theo dòng thương mại quốc tế và tác động xuyên biên giới. Hàng năm, có hơn 2.000 dự án thuộc đối tượng phải lập báo cáo đánh giá tác động môi trường (ĐTM).

Đáng chú ý, trên cả nước hiện có 283 khu công nghiệp với hơn 550.000m3 nước thải/ngày đêm; 615 cụm công nghiệp nhưng trong đó chỉ khoảng hơn 5% có hệ thống xử lý nước thải tập trung. Hơn 500.000 cơ sở sản xuất trong đó có nhiều loại hình sản xuất ô nhiễm môi trường, công nghệ sản xuất lạc hậu. Trên 5.000 doanh nghiệp khai thác khoáng sản, vật liệu xây dựng; hơn 4.500 làng nghề. Hơn 13.500 cơ sở y tế hàng ngày phát sinh hơn 47 tấn chất thải nguy hại và 125.000 m3 nước thải y tế.

Cả nước hiện có 787 đô thị với 3.000.000 m3 nước thải ngày/đêm nhưng hầu hết chưa được xử lý và đang lưu hành gần 43 triệu môtô và trên 2 triệu ôtô. Hàng năm, trên cả nước sử dụng hơn 100.000 tấn hóa chất bảo vệ thực vật; phát sinh hơn 23 triệu tấn rác thải sinh hoạt, hơn 7 triệu tấn chất thải rắn công nghiệp, hơn 630.000 tấn chất thải nguy hại. Hiện có 458 bãi chôn lấp rác thải, trong đó có 337 bãi chôn lấp không hợp vệ sinh; có hơn 100 lò đốt rác sinh hoạt công suất nhỏ, có nguy cơ phát sinh khí dioxin, furan. Tình trạng chuyển đổi đất rừng, khai thác khoáng sản, xây dựng thủy điện, khai thác tài nguyên đa dạng sinh học đã dẫn đến thu hẹp diện tích các hệ sinh thái tự nhiên, chia cắt các sinh cảnh, suy giảm đa dạng sinh học.

Bộ TNMT đánh giá khu vực FDI hiện đóng vai trò chủ yếu trong xuất khẩu của Việt Nam với khoảng 70% kim ngạch xuất khẩu và 59% kim ngạch nhập khẩu của

Việt Nam. Tuy nhiên, FDI có chiều hướng dịch chuyển dòng vốn vào các ngành tiêu tốn năng lượng và tài nguyên, nhân lực, không thân thiện với môi trường như luyện kim, sửa chữa tàu biển, dệt may, da giày, khai thác và tận thu khoáng sản không gắn với chế biến sâu, sản xuất bột giấy, sản xuất hóa chất, chế biến nông sản thực phẩm…; chưa đạt được mục tiêu thu hút công nghệ cao, công nghệ nguồn và chuyển giao công nghệ… Một số dự án FDI vi phạm pháp luật gây ô nhiễm môi trường như công ty Vedan, Miwon, Formosa, khói bụi ô nhiễm của nhà máy Nhiệt điện Vĩnh Tân 2, Công ty Lee&Men…

Vấn đề biến đổi khí hậu được đánh giá là diễn biến nhanh, phức tạp hơn so với dự báo, tác động đến môi trường nước ta. Các vấn đề môi trường theo dòng chảy sông Mê Công, sông Hồng, các sông xuyên biên giới ngày càng phức tạp. Việc xây dựng các dự án thủy điện của một số quốc gia trên dòng chính sông Mê Công ảnh hưởng lớn đến vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

Tuy nhiên, Bộ TNMT đánh giá về cơ bản môi trường đất, nước, không khí nước ta nhìn chung còn khá tốt. Dù vậy, nguồn nước mặt ở một số nơi bị ô nhiễm, nhất là trong các khu đô thị, xung quanh các khu công nghiệp, làng nghề; chất lượng nước biển bị ô nhiễm cục bộ tại một số khu vực như vùng nước biển ven bờ từ Hà Tĩnh đến Thừa Thiên Huế do sự cố môi trường vừa qua. Tại các điểm, nút giao thông, các công trường, khu vực xây dựng, ô nhiễm không khí có dấu hiệu gia tăng, nhất là trong các đô thị lớn. Suy thoái do xâm nhập mặn, xói mòn, hoang mạc hóa xảy ra ở một số nơi, vùng ven biển; một số khu vực đất bị ô nhiễm tồn lưu chưa được xử lý gây ô nhiễm nguồn nước dưới đất. Việt Nam được ghi nhận có đa dạng sinh học cao với nhiều kiểu hệ sinh thái tự nhiên, nguồn gen phong phú và đặc hữu. Tuy nhiên, đa dạng sinh học nước ta đang bị suy giảm nhanh, tốc độ tuyệt chủng các loài cao.

Thứ nhất, tại khu vực đô thị, vấn đề ô nhiễm môi trường chủ yếu là ô nhiễm bụi do hoạt động giao thông, ô nhiễm không khí, nước mặt tại một số khu vực tập trung các ngành công nghiệp. Tại các lưu vực sông, đoạn chảy qua các đô thị, đặc biệt và khu vực tập trung khu công nghiệp đã xảy ra tình trạng ô nhiễm các chất dinh dưỡng, chất hữu cơ và vi sinh như sông Nhuệ đoạn chảy qua Hà Nội, sông Sài Gòn đoạn chảy qua Bình Dương, Thành phố Hồ Chí Minh, sông Đồng Nai chảy qua Tp. Biên Hòa và tỉnh Bình Dương,…

Thứ hai, tại khu vực nông thôn, tình trạng ô nhiễm chủ yếu diễn ra tại các làng nghề, điểm công nghiệp xen kẽ trong khu dân cư, các cơ sở sản xuất, các trang trại chăn nuôi tập trung, hoạt động trồng trọt, khai thác khoáng sản, vật liệu xây dựng ở các vùng lân cận, chôn lấp và đốt chất thải sinh hoạt,… Hoạt động canh tác thâm canh với

việc sử dụng các loại phân bón hóa học, thuốc trừ sâu làm phát sinh và gia tăng các khí CH_4, H_2S, NH_3 gây ô nhiễm môi trường, đặc biệt là tại các khu vực chuyên canh nông nghiệp sử dụng phân bón, thuốc bảo vệ thực vật không đúng quy trình kỹ thuật. Bên cạnh đó, tình trạng thoái hóa đất đang diễn ra trên diện rộng ở nhiều vùng nông thôn Việt Nam, ví dụ như rửa trôi, xói mòn, hoang hóa, phèn hóa, mặn hóa, khô hạn, ngập úng, lũ quét và xói lở đất.

Ở nước ta vẫn còn tồn tại nhiều làng nghề hoạt động trong các lĩnh vực sản xuất có nguy cơ gây ô nhiễm cao đối với môi trường như: tái chế nhựa, kim loại, ắc quy chì, chăn nuôi gia súc, sản xuất giấy,… Ô nhiễm bụi đang là vấn đề phổ biến tại các làng nghề sản xuất gốm sứ, chế tác đá, đồ thủ công mỹ nghệ như làng nghề gốm sứ Bát Tràng (Hà Nội). Ô nhiễm không khí vẫn diễn ra tại làng nghề tái chế nhựa như làng nghề tái chế nhựa Trung Văn, làng nghề tái chế nhựa Vô Hoạn (Nam Định). Ô nhiễm mùi, ô nhiễm nước, ô nhiễm chất hữu cơ tập trung nhiều tại các làng nghề chế biến lương thực, thực phẩm và giết mổ. Ô nhiễm kim loại nặng trong nước mặt đang xảy ra tại các làng nghề cơ kim khí và làng nghề tái chế kim loại như làng nghề đúc đồng Đại Bái (Bắc Ninh), làng nghề tái chế nhôm Yên Bình (Nam Định),...

Tại các khu vực khai thác khoáng sản, hoạt động khai thác khoáng sản đã và đang gây nhiều tác động xấu đến môi trường xung quanh như thải đất đá và nước thải mỏ, phát tán bụi thải, quặng xỉ ngấm xuống nguồn nước hoặc phát tán ra môi trường; làm thay đổi hệ sinh thái rừng, suy thoái và ô nhiễm đất nông nghiệp.

Nhiều sự cố môi trường lớn, tác động trên diện rộng, đặc biệt là sự cố môi trường biển miền Trung đã xảy ra. Nguyên nhân của thực trạng môi trường là do Việt Nam đang trong giai đoạn phát triển nhanh, mạnh, tốc độ công nghiệp hóa, đô thị hóa, đầu tư phát triển rất cao, kéo theo nhiều áp lực đến môi trường trong khi nhận thức, ý thức trách nhiệm về bảo vệ môi trường của chủ đầu tư, một số ngành, cấp chính quyền, tổ chức kinh tế, cộng đồng dân cư còn hạn chế; tình trạng chú trọng lợi ích kinh tế trước mắt, coi nhẹ công tác bảo vệ môi trường còn khá phổ biến.

Chất lượng, hiệu lực, hiệu quả các công cụ, biện pháp quản lý nhà nước về môi trường còn bất cập, chưa đáp ứng yêu cầu và đầu tư cho bảo vệ môi trường còn rất hạn chế.Theo bộ TNMT, tình trạng vi phạm pháp luật về bảo vệ môi trường diễn biến phức tạp. Nhiều khu, cụm công nghiệp, làng nghề chưa được đầu tư xây dựng hạ tầng bảo vệ môi trường, gây ô nhiễm môi trường.

2. Một số giải pháp đề xuất

Vậy, để giảm thiểu tình trạng ô nhiễm môi trường ở Việt Nam thì 5 giải pháp bảo vệ môi trường không thể không làm bao gồm:

Thứ nhất, trồng nhiều cây xanh xung quanh bạn: Cây xanh là lá phổi của hành tinh này, cung cấp oxi và hấp thụ cacbonic. Cây xanh là bức tường ngăn xói mòn đất, ngăn hiệu ứng nhà kính, tạo môi trường sống tuyệt vời cho con người và động vật. Những việc to tát như trồng cây gây rừng có thể bạn không đủ khả năng làm nhưng có những việc đơn giản như: Bạn nên trồng cây xanh xung quanh nhà, trồng hoa nơi ban công phòng ngủ hoặc để những chậu cây ở công ty để cuộc sống rực rỡ và trong lành hơn. Những việc đó tuy nhỏ những mỗi người một tay sẽ tạo nên ảnh hưởng lớn cho xã hội.

Thứ hai, xử lý môi trường vệ sinh xung quanh: Cuộc sống hằng ngày nhả vào bầu khí quyển một lượng rác thải, khí thải cực kỳ lớn, nếu không có biện pháp thu gom và xử lý sẽ gây ô nhiễm nguồn nước, đất và không khí.Vậy nên mỗi người, mỗi gia đình hãy tự giác thu gom, phân loại rác thải và vệ sinh môi trường xung quanh, vứt rác vào đúng thùng rác , một hành động nhỏ nhưng có tác động lớn đến môi trường.

Thứ ba, hạn chế sử dụng túi nilong: Nilong là vật liệu khó phân hủy, trong môi trường bình thường nó có thể tồn tại hàng trăm năm. Nên chẳng mấy năm nữa, thế giới sẽ biến thành bãi rác do chính chúng ta vứt ra. Để giảm thiểu túi nilong, trước tiên hãy thay thế túi nilong bằng các loại túi giấy hay các loại túi có thể phân hủy, thân thiện với môi trường như những chiếc túi hữu cơ, có thể tự phân hủy và thân thiện với môi trường. Điều đặc biệt là những chiếc túi này có độ bền và mang đến cảm nhận giống y như chúng ta đang sử dụng túi nilong.

Thứ tư, tận dụng năng lượng mặt trời: Năng lượng mặt trời là nguồn năng lượng sạch, nguồn năng lượng tự nhiên vô hạn và cho hiệu xuất sử dụng cao và lâu. Gia đình nên lắp đặt các thiết bị sử dụng năng lượng mặt trời để giảm thiểu ô nhiễm, tiết kiệm chi phí và tận dụng tối đa tài nguyên thiên nhiên thời đại mới này. Tuy nhiên, để làm được điều đó, không phải gia đình nào cũng làm được, nhưng đó cũng là một cách tốt mà chúng ta nên sử dụng để bảo vệ môi trường.

Thứ năm, áp dụng khoa học hiện đại vào đời sống: Sử dụng các thiết bị tiết kiệm điện, sử dụng các loại vật liệu thân thiện với môi trường, sử dụng các biện pháp khoa học mới áp dụng vào nông nghiệp, công nghiệp, thời trang, giải trí… hoặc tái chế sử dụng các vật dụng tiết kiệm chi phí, tiết kiệm tài nguyên và hạn chế ô nhiễm môi trường.

Tài liệu tham khảo:

http://tapchimoitruong.vn/pages/article.aspx.
http://nhandan.com.vn/giai-phap-bao-ve-moi-truong.html.

Thực trạng hàng hóa Trung Quốc giả mạo xuất xứ Việt Nam

Nguyễn Thị Mai Anh - CQ54/32.04

Theo Cục xuất nhập khẩu, "hàng hóa Việt Nam" có thể được hiểu là hàng hóa có xuất xứ Việt Nam để hưởng ưu đãi thuế quan theo cam kết hội nhập kinh tế quốc tế; hàng hóa có công đoạn sản xuất tại Việt Nam hay hàng hóa có thương hiệu của Việt Nam. Vì chưa có bất kì văn bản pháp luật nào quy định rõ về tiêu chí ghi nhãn sản xuất hàng hóa nên điều này đã tạo ra khe hở cho những hàng hóa được sản xuất tại nước ngoài "đội lốt" hàng Việt Nam, hàng Việt Nam chất lượng cao. Xuất phát từ thực trạng này, trong thời gian vừa qua, hiện tượng gian lận thương mại thông qua ghi nhãn xuất xứ tại Việt Nam cho hàng hóa sản xuất tại Trung Quốc ngày càng gia tăng nhằm đánh lừa người tiêu dùng.

1. Thực trạng dán nhãn hàng Việt Nam vào hàng hóa Trung Quốc của một số doanh nghiệp

Trong nhiều năm liên tiếp Trung Quốc tiếp tục dẫn đầu danh sách các nhà xuất khẩu vào Việt Nam, tình trạng này khá phổ biến ở các nhóm hàng tiêu dùng thông dụng. Bà Đặng Thị Liên - Giám đốc Công ty thời trang Việt Thắng cho biết: "Trong các mặt hàng thời trang thông dụng hàng ngày, các công ty đa phần chỉ sản xuất 60% đối với hàng thun, 40% đối với hàng kaki và jean khoảng 20%, còn lại đặt gia công ở nước ngoài sẽ có giá rẻ hơn". Vì vậy nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã phát triển việc đặt gia công ở nước ngoài để có hàng giá rẻ, mẫu mã đa dạng và tiết kiệm chi phí đầu tư ban đầu rồi gắn giả mác để tiêu thụ, hay hàng Trung Quốc được làm giả xuất xứ Việt Nam để xuất khẩu vào các thị trường mà Việt Nam được hưởng ưu đãi thuế. Vào các siêu thị có thể thấy, hầu hết hàng may mặc, giày dép, đồ gia dụng đều gắn nhãn Việt nhưng xem kỹ đều có xuất xứ Trung Quốc. Một số doanh nghiệp in sẵn tem mác "Made in Việt Nam" tại Trung Quốc, rồi gắn lên các loại hàng hóa giá rẻ, chất lượng kém được sản xuất tại Trung Quốc, sau đó mới đưa về Việt Nam để bán. Chủ một doanh nghiệp ở Hà Nội tiết lộ, bây giờ rất nhiều sản phẩm, doanh nghiệp đều sang Trung Quốc thuê họ làm gia công, in ấn tem nhãn để cung cấp cho khách hàng, chất lượng tem nhãn "hàng nhái" làm không khác "hàng xịn". Một vài dẫn chứng cho việc này có thể kể đến là việc Công ty Asanzo nhập hàng loạt thiết bị điện tử xuất xứ Trung

Quốc, như: Nồi cơm điện, lò nướng, tivi, máy lạnh, loa... về bóc tem "Made in China" và dán nhãn ghi xuất xứ Việt Nam để bán ra thị trường... Mặc dù Công ty Asanzo đã đăng ký thương hiệu, nhãn hiệu hàng hóa tại Cục Sở hữu trí tuệ, nhưng doanh nghiệp này lại không trực tiếp sản xuất ra sản phẩm điện tử mà lắp ráp bằng linh kiện Trung Quốc nhập khẩu, sau đó dán nhãn "hàng Việt Nam chất lượng cao|", đây là sai phạm về xuất xứ hàng hóa. Bà Vũ Kim Hạnh, Chủ tịch Hội Doanh nghiệp hàng Việt Nam chất lượng cao cho biết :"Điều này là vi phạm điều lệ sử dụng danh hiệu mà doanh nghiệp đã cam kết khi nhận. Từ đó, Hội tước quyền sử dụng nhãn hiệu chứng nhận 'hàng Việt Nam chất lượng cao' để chấm dứt tình trạng gian lận và vi phạm điều lệ sử dụng, bên cạnh thông tin điều tra của báo chí, Hội có cơ sở đối chiếu khác là hồ sơ doanh nghiệp do Asanzo nộp thể hiện sự cố tình khai báo sai về xuất xứ hàng của Asanzo. Ảnh hưởng đến vị thế hàng Việt sau 10 năm triển khai Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam". Ngoài ra, vào cuối năm 2017, hàng loạt cửa hàng kinh doanh khăn lụa của Tập đoàn Khaisilk bị Cục Quản lý thị trường phát hiện hiện tượng giả mạo xuất xứ. Cụ thể công ty này đã nhập hàng khăn lụa được sản xuất từ Trung Quốc rồi dán mác "Made in Việt Nam" để đánh lừa người tiêu dùng Việt. Không chỉ vậy, nhiều người tiêu dùng cũng đang rất bức xúc trước tình trạng hàng loạt loại hàng hóa mang danh "Made in Việt Nam" nhưng không rõ nguồn gốc, xuất xứ với giá rẻ, chất lượng kém, rồi được tuồn thẳng vào thị trường nội địa bán trôi nổi ở nhiều nơi, trốn thuế và móc túi nhiều người tiêu dùng.

Hành vi nhập hàng Trung Quốc ghi xuất xứ Việt Nam của một số doanh nghiệp đã gây tổn thương nghiêm trọng đến niềm tin của người tiêu dùng Việt vào hàng nội địa, đến vị thế hàng Việt sau 10 năm triển khai Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam, song không những ảnh hưởng xấu tới uy tín các doanh nghiệp sản xuất hàng Việt Nam chất lượng cao mà còn gây ảnh hưởng lớn đến môi trường kinh doanh trong nước, tác động không nhỏ tới sự tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường quốc tế.

2. Giải pháp cho thị trường hàng Việt Nam

Về phía các cơ quan Nhà nước

Cần tăng cường công tác phối hợp giữa cục Quản lý thị trường với các lực lượng chức năng có liên quan, như: Biên phòng, Hải quan... các đơn vị chủ chốt trong việc kiểm tra các loại hàng hóa xuất, nhập khẩu, xử lý nghiêm minh tình trạng vi phạm về gian lận thương mại, buôn bán lậu, chốn thuế, hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ ở cửa khẩu.

Cần hoàn thiện một số điều luật cụ thể về tiêu chuẩn hàng hóa được dán mác "Made in Vietnam". Cụ thể về cách ghi nhãn, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 43/2017/NĐ-CP ngày 14 tháng 4 năm 2017 về nhãn hàng hóa. Nghị định dẫn trên quy định về cách ghi nhãn hàng hóa lưu thông tại Việt Nam và hàng hóa nhập khẩu nhưng chưa quy định tiêu chí cụ thể để hàng hóa được ghi nhãn sản xuất tại Việt Nam. Cùng với đó các quy định hiện hành dù đang được hoàn thiện để phù hợp với thực tế sản xuất và kinh doanh hàng hóa tại Việt Nam nhưng phạm vi điều chỉnh chủ yếu là nhãn hàng hóa, chỉ dẫn địa lý và thương hiệu. Dẫn đến có thể một số người, thậm chí ngay cả một số chủ doanh nghiệp cũng chưa hiểu hết quy định, dẫn tới sai sót trong việc ghi nhãn mác. Đặc biệt, các doanh nghiệp nhỏ hoặc các doanh nghiệp mới khởi nghiệp chưa đủ kinh nghiệm trong bộ máy quản lý sẽ dễ dẫn tới vi phạm.

Về phía doanh nghiệp

Bài học dành cho các doanh nghiệp trong bối cảnh hội nhập và cạnh tranh là cần thay đổi tư duy kinh doanh và phương thức xây dựng thương hiệu nhưng một trong những bài học quan trọng nhất là kinh doanh từ cái tâm trong sáng, tư duy chiến lược dài hơi, đặt chất lượng lên hàng đầu và không bao giờ lừa dối khách hàng.

Về phía người tiêu dùng

Vì Việt Nam chưa có quy định về tiêu chí để hàng hóa được ghi nhãn sản xuất tại Việt Nam nên người tiêu dùng trong nước không có căn cứ để phân biệt thế nào là hàng "Made in Viet Nam" và họ đang sử dụng hàng "Made in Viet Nam" trên cơ sở tự nhận biết hoặc tin tưởng vào những nhãn hàng không được kiểm chứng. Xuất phát từ thực trạng đó, giải pháp quan trọng nhất để loại bỏ hàng hóa giả mạo là người tiêu dùng cần nâng cao nhận thức của mình đối với hàng hóa Việt Nam để tránh bị đánh lừa, hơn nữa người tiêu dùng cũng cần có thái độ, hành vi rõ ràng, như: Lên tiếng, tố giác, tẩy chay,… đối với những hàng hóa kém chất lượng, những doanh nghiệp lừa dối khách hàng. Việc này có vai trò to lớn trong việc góp phần đẩy lùi hàng giả, hàng nhái và loại bỏ ra khỏi thị trường những công ty kém chất lượng.

Tài liệu tham khảo:

https://vietnambiz.vn/hieu-ve-hang-hoa-made-in-vietnam-va-xuat-xu-viet-nam-20190624161029435.htm

https://moit.gov.vn/web/guest/tin-chi-tiet/-/chi-tiet/ghi-nhan-hang-hoa-san-xuat-tai-viet-nam-mot-yeu-cau-cap-bach-14038-22.html

http://www.sggp.org.vn/loan-hang-hoa-made-in-viet-nam-nhung-xuat-xu-nuoc-ngoai-600820.html

http://vneconomy.vn/made-in-vietnam-nhin-tu-nghi-an-hang-trung-quoc-doi-lot-hang-viet-cua-asanzo-20190624124528688.htm

https://nhandan.com.vn/kinhte/item/34526002-bai-hoc-gi-sau-be-boi-khaisilk.html

Kỹ năng cần thiết cho sinh viên trong thời đại Cách mạng Công nghiệp 4.0

Lê Mạnh Chiến - CQ54/02.04
Lê Thiện Thư - CQ54/11CL.01

Cuộc cách mạng Công nghiệp 4.0 bùng nổ có tác động lan tỏa rất lớn tới mọi tầng lớp và thành phần trong xã hội, và sinh viên cũng không tránh khỏi sự tác động mà Cách mạng Công nghiệp 4.0 mang tới. Để nắm bắt được cơ hội và hạn chế tác động tiêu cực thì nhất thiết sinh viên phải nâng cao các kỹ năng cho bản thân, đặc biệt là các kỹ năng như: Kỹ năng tiếng Anh, kỹ năng phản biện, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng hợp tác và làm việc nhóm, kỹ năng chọn lọc thông tin.

Kỹ năng tiếng Anh

Tiếng Anh là ngôn ngữ chung của toàn nhận loại vì thế tiếng Anh có một vai trò rất lớn để một sinh viên nói riêng và cá nhân nói chung có thể phát triển bản thân. Nếu như trước kia có khả năng sử dụng tiếng Anh tốt là một lợi thế thì hiện nay đó lại là điều kiện cơ bản mà mỗi người phải có. Trong thời đại Cách mạng Công nghiệp 4.0 như hiện nay, nhân loại có thể giao tiếp với nhau qua các trang mạng, ứng dụng như Facebook, zalo,... vì vậy tiếng nói chung lại càng được sử dụng phổ biến và càng có vai trò quan trọng hơn nữa.

Hơn bao giờ hết, ngay bây giờ sinh viên cần phải nhận thức được tầm quan trọng của tiếng Anh nói riêng và ngoại ngữ nói chung trong thời đại 4.0 để có thể tìm ra giải pháp hợp lí nhất cải thiện trình độ cho bản thân.

Kỹ năng phản biện

Hiểu một cách đơn giản thì tư duy phản biện là một quá trình tư duy nhằm chất vấn lại các giả thuyết hay thông tin nào đó. Người ta dùng nó để chứng minh một nhận định hợp lý hay không, từ đó đưa ra quyết định để giải quyết vấn đề.

Việc rèn luyện tư duy phản biện là vô cùng cần thiết, bởi nhờ có tư duy phản biện, sinh viên sẽ hình thành thói quen, biết cách tiếp cận vấn đề đa chiều, không thụ động; có khả năng quan sát, phân tích và nhìn nhận thấu đáo, từ đó trở nên tự lập, tự cường trong cuộc sống, dễ thích nghi trước mọi đổi thay.

Trong thời đại 4.0, dưới sự tác động của công nghệ thông tin con người sẽ được tiếp cận với rất nhiều nguồn thông tin từ các trang báo, loa đài,... Tuy nhiên không phải

tất cả các thông tin đều chính xác, do đó việc phản biện sẽ giúp sinh viên chọn lọc được những thông tin có độ chính xác cao hơn để nâng cao tri thức cho sinh viên, đồng thời việc phản biện cũng giúp sinh viên tự tin hơn cũng như có được cá tính riêng của bản thân.

Kỹ năng giao tiếp

Kỹ năng giao tiếp là khả năng vận dụng hiệu quả các tri thức và kinh nghiệm về giao tiếp, các phương tiện ngôn ngữ và phi ngôn ngữ vào những hoàn cảnh khác nhau của quá trình giao tiếp nhằm đạt được mục đích giao tiếp

Kỹ năng giao tiếp hình thành qua các con đường như những thói quen ứng xử được xây dựng trong gia đình; do vốn sống, kinh nghiệm cá nhân qua tiếp xúc với mọi người, trong các quan hệ xã hội; do rèn luyện trong môi trường qua các lần thực hành giao tiếp

Giao tiếp luôn gắn với mỗi người chúng ta suốt cả cuộc đời và có ảnh hưởng tích cực đến các mối quan hệ trong công việc, trong cuộc sống. Do đó, có được kỹ năng giao tiếp tốt không chỉ cần thiết đối với sinh viên đang ngồi trên ghế giảng đường mà còn giúp cho họ tự tin hơn khi bước vào công việc sau này.

Để có kỹ năng giao tiếp tốt thì sinh viên phải nắm vững kiến thức trong lĩnh vực này và không ngừng luyện tập, vận dụng trong thực tiễn để việc giao tiếp được tốt hơn. Chính sinh viên phải ý thức được tầm quan trọng của giao tiếp đối với bản thân, học tập, công việc và nhận ra những điểm yếu của mình để luôn trau dồi chứ không chỉ "trường dạy gì em học nấy". Vì vậy, trong giao tiếp hằng ngày, bản thân sinh viên phải chú ý rèn luyện cách nói năng, cách viết đơn từ, sử dụng ngôn ngữ phù hợp, biết tạo lập và nuôi dưỡng các mối quan hệ, rèn luyện qua quan sát con người, qua tích luỹ kinh nghiệm trong quá trình sống để hiệu quả giao tiếp ngày càng tốt hơn.. Hơn nữa, sinh viên cũng cần phải quan tâm lựa chọn trang phục phù hợp với hình thể, với môi trường giao tiếp,… để đẹp hơn trong mắt mọi người, tạo được thiện cảm khi giao tiếp với mọi người.

Kỹ năng hợp tác và làm việc nhóm

Dù muốn hay không con người vẫn không ngừng hợp tác với nhau để chinh phục thiên nhiên hay giải quyết các vấn đề xã hội. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, với kinh tế xã hội và tri thức như hiện nay, con người lại càng cần hợp tác hơn bao giờ hết. Nó chính là giải pháp chủ yếu để nhân loại có thể chung sống và phát triển cùng nhau. Việc trẻ có thói quen cự tuyệt hợp tác hay thiếu khả năng hợp tác đồng nghĩa với sự trì trệ và kém phát triển.

Kỹ năng làm việc nhóm là một trong những kỹ năng rất quan trọng trong quá trình học tập cũng như công việc. Kỹ năng làm việc nhóm là phương pháp tốt để bạn có thể phát triển kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm làm việc từ việc học hỏi các thành viên trong nhóm. Nhất là đối với các bạn sinh viên mới ra trường, mới bắt đầu bước vào môi trường công sở. Là cơ hội để bạn thăng tiến trong công việc. Kỹ năng làm việc nhóm giúp cho hiệu quả công việc cao hơn. Nhiều nghiên cứu đã chứng minh rằng làm việc theo nhóm năng suất và hiệu quả của mỗi cá nhân cao hơn hẳn năng suất và hiệu quả trung bình của mỗi cá nhân khi làm việc riêng lẻ.

Vì trong nhóm, khi làm việc các kỹ năng và kinh nghiệm của từng người sẽ bổ trợ lẫn nhau. Kỹ năng làm việc nhóm có thể giảm được một số nhân sự, khâu trung gian nên linh hoạt hơn. Nhóm có thể tạo ra môi trường làm việc mà các kiến thức và kinh nghiệm của các cá nhân bổ trợ cho nhau, các quyết định đưa ra toàn diện và phù hợp hơn. Nhóm làm việc có đủ khả năng hoàn thành một dự án hoàn chỉnh trong khi mỗi cá nhân chỉ có thể hoàn thành một phần việc. Nhóm có thể tận dụng những gì tốt nhất của mỗi cá nhân trong công tác chuyên môn và cả ngoài chuyên môn. Các thành viên tự rút ra những gì tốt nhất để học hỏi lẫn nhau, cải thiện thái độ và ứng xử của mình.

Kỹ năng chọn lọc thông tin

Dưới sự tác động của Cách mạng Công nghiệp 4.0 con người sẽ được tiếp cận với vô vàn các luồng thông tin. Đây là một cơ hội và cũng là thách thức với toàn bộ các đối tượng trong xã hội, kể cả sinh viên. Nếu sinh viên lựa chọn được thông tin đúng đắn, chuẩn mực thì sẽ có tác động tích cực, góp phần nâng cao vốn tri thức và sự hiểu biết của sinh viên. Tuy nhiên nếu tiếp nhận phải thông tin sai lệch thì sẽ tạo ra tác động rất tiêu cực làm ảnh hưởng tới cách nhìn nhận của sinh viên tới các vấn đề liên quan. Chính vì lí do đó việc nâng cao kỹ năng chọn lọc thông tin trong thời đại 4.0 là rất trong trọng.

Tài liệu tham khảo:

Thành Nhân (2018) "3 kỹ năng cần thiết cho sinh viên trong cuộc cách mạng 4.0": http://www.pandu.vn/tin-tuc-chi-tiet-pandu-3-ky-nang-can-thiet-cho-sinh-vien-trong-cuoc-cach-mang-4.0

Nguyễn Minh Hà (2018) "4 kỹ năng sinh viên cần có để "định vị bản thân" trong thời đại mới": http://www.tonghoptin24h.vn/su-kien/4-ki-nang-moi-sinh-vien-can-co-de-dinh-vi-ban-than-trong-thoi-dai-moi.html

Xoài Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ: Thực trạng, cơ hội và thách thức

Nguyễn Thị Huyền Trang - CQ55/11.12

1. Thực trạng xuất khẩu xoài Việt Nam sang Mỹ

Sau vải, nhãn (năm 2014), chôm chôm (năm 2011), vú sữa (năm 2017) và thanh long (năm 2008), xoài là loại quả thứ 6 của Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Mỹ - đây là thị trường xuất khẩu thứ 40 của quả xoài Việt Nam. Hàng năm, Mỹ phải nhập khoảng 400.000 tấn xoài từ các quốc gia Trung Mỹ và Nam Mỹ để đáp ứng nhu cầu trong nước. Theo thống kê, diện tích trồng xoài của nước ta khoảng 87.000 ha, sản lượng hơn 969.000 tấn/ năm. Việt Nam đứng thứ 13 về sản lượng xoài trên thế giới nhưng số lượng xoài xuất khẩu còn hạn chế. Việt Nam có thể xuất khẩu sang Mỹ khoảng 3.000 tấn xoài tươi, tương đương khoảng gần 1% lượng xoài tươi nhập khẩu từ quốc gia này và ngang bằng với sản lượng xoài nội địa của Mỹ. Hiện nay, Đồng Tháp, Vĩnh Long, An Giang là 3 tỉnh đầu tiên xuất khẩu xoài sang Mỹ với các loại: Xoài cát Chu, xoài cát Cao Lãnh, xoài cát Hòa Lộc, xoài cát Núm, xoài xanh Đài Loan, xoài tượng da xanh. Trong đó, Đồng Tháp chiếm tỉ lệ lớn nhất. Diện tích trồng xoài của Đồng Tháp khoảng 9.650 ha, với sản lượng gần 127.000 tấn/ năm. Tỉnh Vĩnh Long có gần 4.900 ha đất trồng xoài, chiến khoảng 11% diện tích trồng cây ăn quả. Diện tích trồng xoài của An Giang gần 9.700 ha, với sản lượng khoảng 95.000 tấn/ năm. Xoài Việt Nam vừa đa dạng, vừa có vị ngọt, vị thơm mà không phải quốc gia nào có được. Xoài xuất khẩu sang Mỹ không chỉ đảm bảo về chất lượng, không tồn dư thuốc bảo vệ thực vật mà còn phải đạt chuẩn về kích cỡ. Xoài tượng da xanh, quả phải nặng trên 700 gram, xoài cát Chu từ 300 gram, xoài cát Hòa Lộc trên 400 gram.

Ngày 18/02/2019, trái xoài Việt Nam đã chính thức được cấp phép xuất khẩu sang thị trường Mỹ. Đó là kết quả minh chứng sau hơn 10 năm đàm phán bền bỉ, xoài nước ta đã chinh phục được một trong những thị trường lớn và khó tính nhất thế giới. **Ngày 18/04/2019** tại Đồng Tháp, Bộ NN&PTNT, tỉnh Đồng Tháp và Công ty TNHH Xuất nhập khẩu trái cây Chánh Thu tổ chức lễ công bố xuất khẩu lô xoài đầu tiên của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ. Lô xoài đầu tiên được xuất khẩu khoảng 8 tấn bao gồm xoài Đài Loan, xoài cát Hòa Lộc và xoài Cát Chu. Tất cả được sản xuất theo tiêu

chuẩn an toàn, có truy xuất nguồn gốc tại Hợp tác xã xoài Mỹ Xương (huyện Cao Lãnh, tỉnh Đồng Tháp).

2. Cơ hội cho xoài Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ và cạnh tranh đối với các nước khác

Trên thế giới có rất nhiều nước xuất khẩu xoài sang thị trường Mỹ. Tuy nhiên, với những đặc điểm nổi trội và lợi thế về chất lượng, nhất định xoài Việt Nam vẫn chiếm ưu thế và mở ra những cơ hội.

***Thứ nhất*,** xoài của Việt Nam có chất lượng tốt, độ ngọt cao, đa dạng về các giống. Xoài của các nước Trung và Nam Mỹ chỉ ngọt mà không có hương vị của xoài, còn xoài Việt Nam ra đúng hương vị. Việt Nam lại có nguồn giống xoài phong phú và lạ hơn hẳn các nước Mỹ Latinh. Do đó, có thể đáp ứng được nhu cầu về hương vị cho người tiêu dùng Mỹ. Các nước Mỹ Latinh chỉ có xoài ăn chín, còn xoài Việt Nam có thể ăn chín và xanh, hơn nữa còn thu hoạch được quanh năm.

***Thứ hai*,** xoài được trồng với rất nhiều tỉnh khác nhau và cho quả quanh năm. Các tỉnh trồng nhiều xoài mang lại chất lượng tốt thường tập trung từ Bình Định trở vào, các tỉnh Đồng bằng Sông Cửu Long, như: Tiền Giang, An Giang, Đồng Tháp, Vĩnh Long, Cần Thơ, Bến Tre,… với các giống xoài, đó là: Xoài cát Hòa Lộc, xoài cát Chu, xoài Bưởi, xoài Cát Bồ,…

***Thứ ba*,** xoài Việt Nam không những cho chất lượng tốt, đa dạng về nguồn giống mà còn đáp ứng được cả về kích thước, không tồn dư thuốc bảo vệ thực vật và được chăm sóc với kỹ thuật nghiêm ngặt. Xoài sau khi thu hoạch được đưa đến khu vực tập kết gần nhất, sau đó bỏ túi bọc xoài, chọn ra những quả chất lượng tốt nhất, chiếu xạ, đóng thùng và bảo quản ở kho lạnh (khoảng 13 độ C) trước khi xếp lên xe container xuất khẩu.

***Thứ tư*,** tăng thu nhập cho nông dân trồng xoài bởi giá xoài xuất khẩu cao hơn nhiều so với bán trong nước. Tại Mỹ, xoài Việt Nam được bán với giá khoảng 80 USD/ thùng, tức là 8 USD/pound (1 pound = 0,45 kg, tương đương trọng lượng 1 trái xoài xuất khẩu sang Mỹ).

3. Thách thức đối với xoài Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ

***Thứ nhất*,** chịu sức ép cạnh tranh với các nước khác cùng xuất khẩu xoài sang thị trường Mỹ. Mexico, Trung Mỹ và Nam Mỹ là những nơi có sản lượng xoài lớn với chất lượng và đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm cao. Tuy nhiên, xoài Việt Nam vẫn giữ được đặc trưng riêng nên vẫn chiếm được vị trí nhất định tại thị trường khó tính này.

***Thứ hai*,** vấn đề bảo quản trong quá trình vận chuyển là khó khăn đối với xuất khẩu xoài sang Mỹ. Sẽ mất khoảng 24 ngày để đưa xoài Việt Nam đến bang gần nhất của Mỹ bằng đường tàu biển. Để đảm bảo về chất lượng, xoài Việt Nam không được chứa thuốc bảo quản. Trong khi đó, thời gian để xoài tươi đảm bảo chất lượng lại có giới hạn.

***Thứ ba*,** rào cản kỹ thuật của các nước phát triển, trong đó có Mỹ là vô cùng khắt khe và chặt chẽ. Điều kiện để xoài Việt Nam vào thị trường Mỹ rất nghiêm ngặt từ khâu nhà vườn, đóng gói, xử lí chiếu xạ, kiểm dịch thực vật tại cửa xuất nhập khẩu. Vườn trồng, cơ sở xứ lí và đóng gói phải được Cục Bảo vệ Thực vật và Văn phòng của Cục Kiểm dịch Động thực vật Mỹ (APHIS) cấp mã số để quản lý và truy xuất nguồn gốc. Mọi lô hàng trước khi xuất khẩu phải được xử lý với liều tối thiểu 40 Gy, được Cục bảo vệ Thực vật và APHIS kiểm định và cấp Giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật.

***Thứ tư*,** giá bán của xoài Việt Nam tại Mỹ cao hơn nhiều so với xoài của các nước khác. Điều đó làm cho một số người tiêu dùng Mỹ đã chuyển sang tiêu dùng xoài các nước khác.

***Thứ năm*,** một số giống xoài cho chất lượng tốt ở Việt Nam để xuất khẩu sang Mỹ chỉ được trồng ở những tỉnh có khí hậu và điều kiện tự nhiên nhất định. Thường thì được tập trung ở các tỉnh, như: Đồng Tháp, Vĩnh Long, Cần Thơ,…

Xoài Việt Nam là loại quả thứ 6 được xuất khẩu vào thị trường khó tính Mỹ sau hơn 10 năm kiên trì đàm phán. Đây là một tin vui và cũng là bước đà để giới thiệu, khẳng định vị trí các sản phẩm nông nghiệp Việt Nam trên thị trường quốc tế. Xoài Việt Nam có những đặc điểm riêng biệt về chất lượng và kích thước, điều đó là một lợi thế. Trong thời gian tới, hi vọng sẽ khắc phục được những khó khăn, xoài Việt Nam sẽ đa dạng cả về nguồn giống và chất lượng, ngày càng chiếm được vị trí trên khắp các thị trường thế giới.

Tài liệu tham khảo:

Đồng Tháp xuất khẩu lô hàng đầu tiên sang Mỹ - Bùi Quốc Dũng, Quế Anh - Báo Điện tử Nhân dân: http://www.nhandan.com.vn/kinhte/item/39893402-dong-thap-xuat-khau-lo-xoai-dau-tien-sang-my.html

Thấy từ "cú ngã" của xoài Việt Nam trên đất Mỹ - Đức Quỳnh - Kinh tế và Tiêu dùng: https://vietnambiz.vn/thay-gi-tu-cu-nga-dau-tien-cua-xoai-viet-tren-dat-my-20190514174225935.htm

Xuất khẩu lô xoài đầu tiên của Việt Nam sang thị trường Mỹ - Nguyễn Văn Trí (TTXVN/ Vietnam+):https://www.vietnamplus.vn/xuat-khau-lo-xoai-dau-tien-cua-viet-nam-sang-thi-truong-my/ 564829.vnp

FTA giữa EU - Việt Nam: Cơ hội và thách thức cho nền kinh tế nước nhà

Đỗ Thị Thúy Nga - CQ55/21.10

1. Đặt vấn đề

Với gần 30 năm thiết lập quan hệ ngoại giao và hơn 20 năm ký Hiệp định khung về hợp tác, EU đã trở thành đối tác lớn, quan trọng của Việt Nam, đặc biệt là trong xuất khẩu hàng hóa.Chỉ tính riêng trong năm 2017, tổng trị giá trao đổi hàng hoá giữa Việt Nam và EU đã đạt 50,46 tỷ USD, tăng 11,9% so với năm 2016 và chiếm 11,8% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của cả nước. Trong thương mại hàng hóa với EU, cán cân thương mại luôn nghiêng về phía Việt Nam với mức thặng dư cao (Bảng).

Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - EU

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Tuy vậy, quan hệ thương mại hai bên vẫn chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có. Vì thế, ký kết thành công FTA giữa Việt Nam và EU được kỳ vọng sẽ mở ra một trang mới cho hàng hóa và dịch vụ của VN vào thị trường EU.

Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) là một FTA thế hệ mới giữa Việt Nam và 27 nước thành viên EU. Hiệp định gồm các nội dung chính là: thương mại hàng hóa (gồm các quy định chung và cam kết mở cửa thị trường), quy tắc xuất xứ, hải quan và thuận lợi hóa thương mại, các biện pháp vệ sinh an toàn thực phẩm (SPS), các rào cản kỹ thuật trong thương mại (TBT), thương mại dịch vụ (gồm các quy định chung và cam kết mở cửa thị trường), đầu tư, phòng vệ thương mại, cạnh tranh, DN nhà nước, mua sắm của Chính phủ,…

EVFTA và EVIPA được đánh giá là hiệp định toàn diện, chất lượng cao, cân bằng về lợi ích cho cả Việt Nam và EU, giúp cho các hoạt động đầu tư, kinh doanh của EU và Việt Nam thuận lợi hơn.

2. Cơ hội cho nền kinh tế Việt Nam khi kí kết hiệp định thương mại tự do EVFTA

∗ *EVFTA và EVIPA mở ra những cơ hội đặc biệt có ý nghĩa nhiều góc độ.*

Về tăng trưởng kinh tế, các chuyên gia dự tính, Hiệp định EVFTA góp phần làm tổng sản phẩm quốc nội (GDP) Việt Nam tăng thêm ở mức bình quân 2,18% - 3,25% (giai đoạn 2019-2023); 4,57% - 5,30% (giai đoạn 2024-2028) và 7,07% - 7,72% (giai đoạn 2029-2033). Bên cạnh đó, hiệp định thương mại EVFTA và EVIPA được ký kết sẽ mở ra cơ hội việc làm cho hàng chục triệu lao động Việt Nam, góp phần giảm tình trạng thất nghiệp, nâng cao thu nhập cho người lao động.

Về xuất nhập khẩu, cam kết mở cửa thị trường mạnh mẽ trong Hiệp định EVFTA sẽ giúp Việt Nam có con đường thông thương ưu tiên lần đầu tiên với cùng lúc 27 nền kinh tế EU, với thị trường 512 triệu dân có mức thu nhập tương đối cao, nhu cầu tiêu dùng đặc biệt lớn, mở rộng hơn nữa thị trường cho hàng xuất khẩu, đặc biệt là những sản phẩm mà Việt Nam có thế mạnh như dệt may, giày dép, nông thủy sản, đồ gỗ. Ngay khi Hiệp định EVFTA có hiệu lực, 85,6% số mặt hàng, tương đương 70,3% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Liên hiệp châu Âu (EU) sẽ được hưởng thuế 0%. Sau bảy năm, 99,2% số mặt hàng sẽ được hưởng thuế 0%, tương đương 99,7% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam (các mặt hàng còn lại theo hạn ngạch thuế quan với thuế nhập khẩu trong hạn ngạch là 0%). Đây có thể coi là mức cam kết cao nhất mà Việt Nam đạt được trong các Hiệp định FTA đã được ký kết cho tới nay.

Trong lĩnh vực đầu tư, các cam kết nhằm đảm bảo một môi trường đầu tư, kinh doanh cởi mở, thông thoáng hơn trong Hiệp định EVFTA sẽ giúp thúc đẩy luồng vốn

đầu tư chất lượng cao của EU và cả các đối tác khác vào Việt Nam. Với quy mô và tiềm năng phát triển đầu tư của EU, nước ta có cơ hội trở thành địa bàn trung chuyển, kết nối cho hoạt động thương mại và đầu tư của EU trong khu vực. Điều này sẽ thúc đẩy quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế, chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo hướng tích cực của Việt Nam. Các cam kết liên quan đến đầu tư, tự do hóa thương mại dịch vụ, mua sắm của Chính phủ, bảo hộ sở hữu trí tuệ... cũng sẽ mở ra cơ hội cho cả hai bên tiếp cận thị trường của nhau, đảm bảo lợi ích tổng thể, cân bằng.

Từ góc độ chuỗi sản xuất, 2 hiệp định này cũng được kỳ vọng sẽ mở ra cơ hội để doanh nghiệp (DN)VN tham gia chuỗi giá trị toàn cầu, khi EU cho phép hài hòa các điều kiện về quy tắc xuất xứ, cơ chế hải quan và quản lý hành chính ở biên giới, công nhận lẫn nhau về tiêu chuẩn, quy chuẩn…

Từ góc độ thể chế, các quy tắc đầu tư và kinh doanh hiện đại, tiêu chuẩn cao, minh bạch trong EVFTA - EVIPA sẽ là sức ép, cũng là động lực để VN tiếp tục cải cách thể chế kinh tế, tạo một môi trường kinh doanh thuận lợi và an toàn hơn cho các DN, nhà đầu tư…

* *Với việc ký kết hiệp định EVFTA, bên cạnh việc bảo đảm những nguyên tắc về tự do và công bằng thương mại, hai bên còn có tầm nhìn chung về phát triển bền vững.*

Theo Bộ Kế hoạch và Đầu tư, triển khai EVIPA sẽ giúp Việt Nam đạt được cân bằng giữa việc thu hút đầu tư và bảo vệ lợi ích quốc gia, lợi ích công cộng, hỗ trợ phát triển bền vững.

Hiệp định sẽ thúc đẩy dòng vốn FDI từ EU vào Việt Nam khi mức độ tự do hóa đầu tư của EU vào Việt Nam được tăng thêm, đặc biệt là trong một số ngành dịch vụ chuyên môn, dịch vụ tài chính, dịch vụ viễn thông, dịch vụ vận tải, dịch vụ phân phối.

Quy tắc xuất xứ trong EVFTA chặt chẽ hơn cũng sẽ thúc đẩy nhà đầu tư nước ngoài tăng cường đầu tư vào sản xuất hàng hóa tại Việt Nam để tận dụng lợi thế về tiếp cận thị trường EU của Việt Nam, giúp nâng cao vị thế của Việt Nam trong các chuỗi giá trị toàn cầu.

Bên cạnh đó, dòng vốn FDI từ EU sẽ giúp Việt Nam cải thiện chất lượng đầu tư nước ngoài, thu hút thêm các nhà đầu tư trong một số ngành nghề mà EU có tiềm năng như: công nghiệp chế biến, chế tạo sử dụng công nghệ cao; năng lượng sạch, năng lượng tái tạo; các dịch vụ chất lượng cao, dịch vụ ngân hàng, tài chính.

Dự kiến đầu tư nước ngoài vào Việt Nam sẽ gia tăng không chỉ từ các nước thành viên EU tìm kiếm cơ hội tiếp cận thị trường Việt Nam và thông qua Việt Nam tiếp cận thị trường các nước ASEAN khác mà còn từ các nhà đầu tư các nước khác tìm kiếm cơ hội thông qua Việt Nam tiếp cận thị trường EU.

3. Thách thức đối với nền kinh tế nước nhà

Thứ nhất, khi ký kết hiệp định FTA với EU, các DN Việt Nam sẽ chịu sức ép cạnh tranh lớn trên sân nhà. Hàng hóa của EU khi đi vào Việt Nam sẽ dễ dàng hơn và giảm giá mạnh do không phải chịu thuế nhập khẩu. Hệ quả là, việc tiêu thụ sản phẩm sản xuất trong nước tại thị trường nội địa sẽ gặp khó khăn, thậm chí sẽ có những ngành phải thu hẹp sản xuất do không cạnh tranh được.

Thứ hai, các DN từ EU có thể dễ dàng thành lập các DN 100% vốn nước ngoài hoạt động ở Việt Nam và tham gia vào các lĩnh vực hiện nay Việt Nam chưa có thế mạnh, hoặc đang trong giai đoạn phát triển ban đầu, như: ngành logistics, cảng biển, một số mặt hàng tiêu dùng. Với kinh nghiệm quản lý, chất lượng vượt trội hơn hẳn của các DN EU, nguy cơ các DN Việt Nam chịu lép vế là khá rõ ràng.

Thứ ba, sẽ có những thách thức mới cho hàng hóa Việt Nam khi tham gia EVFTA như: các điều kiện về hàng rào kỹ thuật, tiêu chuẩn chất lượng, quy tắc xuất xứ chặt hơn, có nhiều quy định mới và phức tạp hơn, trong khi sản phẩm của Việt Nam so với các nước đối tác FTA kém cạnh tranh hơn về giá thành…

Thứ tư, phần lớn các DN tư nhân Việt Nam chưa hiểu sâu, hiểu đúng và tận dụng hiệu quả các lợi ích từ các hiệp định làm cho việc kí kết các hiệp định tự do thương mại của Chính phủ chưa phát huy hiệu quả tối đa.

4. Một số đề xuất

Trên cơ sở nhận diện và phân tích những cơ hội và thách thức đến từ EVFTA, để tận dụng tốt nhất Hiệp định này, Nhà nước, cũng như các DN cần thực hiện một số giải pháp sau:

∗ *Về phía Nhà nước*

Trong quá trình thực hiện EVFTA, các cơ quan của Chính phủ, Bộ Công thương cần hướng dẫn, thông tin cho DN hiểu rõ, hiểu sâu và khai thác tốt các lợi ích từ Hiệp định, đối phó với những rào cản phi thuế quan, hoặc đàm phán lại với đối tác nhập khẩu để họ hỗ trợ các DN vượt qua rào cản.

Đồng thời, Nhà nước cần chú trọng về môi trường đầu tư kinh doanh, nguồn nhân lực, hạ tầng kỹ thuật, khả năng hấp thụ công nghệ, v.v... để giúp đỡ các DN trong việc phát huy các cơ hội này.

∗ Về phía các doanh nghiệp

Các DN cần nhận thức rõ ràng, đúng đắn về nội dụng và lợi ích của các hiệp định. Tận dụng những lợi thế sẵn có để khai thác tối đa các lợi ích cho DN mình. Tích cực đổi mới, sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh là yếu tốt cốt lõi để thành công.

Song song với đó là các DN cần tăng cường hợp tác, chú trọng liên kết chuỗi để nâng cao năng suất, chất lượng, kiểm soát tốt ATVSTP; cần chủ động tìm hướng hợp tác với các đối tác nước ngoài, đổi mới công nghệ, tham gia vào dây chuyền cung ứng toàn cầu.

Tài liệu tham khảo:

http://www.trungtamwto.vn/chuyen-de/13463-evfta-va-evipa-can-bang-ve-loi-ich-cho-ca-viet-nam-va-eu

http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/nhip-song-tai-chinh/2019-06-30/ky-ket-evfta-evipa-them-dong-luc-cho-cai-cach-73327.aspx

http://cafef.vn/thu-truong-ngoai-giao-bui-thanh-son-evfta-la-hiep-dinh-thuong-mai-tu-do-tham-vong-nhat-ma-eu-tung-ky-voi-mot-nuoc-dang-phat-trien-20190701094728656.chn

Thư giãn:

CHỈ VÌ MỘT CÁI TĂM…

Thấy ông con trai có vẻ lười biếng, suốt ngày nằm ườn, chẳng chịu lấy vợ, ông bố khuyên nhủ:

- Con đã gần 40 rồi đấy, lấy vợ đi kẻo sau này ăn cơm xong, muốn xỉa răng cũng không có người lấy tăm cho đâu!

40 năm sau, chàng trai ngày ấy, nay đã thành ông già 80 tuổi, nằm ôm đầu bông nhét chặt hai hai lỗ tai.

- Xung quanh, lũ cháu mở nhạc ầm ĩ, nhảy nhót nô đùa đá bóng ở phòng ngoài. Ông thầm than thở:

- Ôi! Chỉ vì một cái tăm mà thân ta khốn khổ thế này đây!

Việt Nam chính thức trở thành ủy viên không thường trực Hội đồng Bảo an Liên Hợp Quốc nhiệm kỳ 2020-2021

Trịnh Nguyệt Minh - CQ55.22.05
Trịnh Minh Nguyệt - CQ55.22.04

Lúc 9h sáng 7/6/2019, tại trụ sở Liên Hợp Quốc (LHQ) ở thành phố New York của Mỹ (tức 21h tối cùng ngày, theo giờ Việt Nam), cuộc bỏ phiếu bầu ra các ủy viên không thường trực mới của Hội đồng Bảo an (HĐBA) đã diễn ra. Đây là một phần trong kỳ họp thứ 73 của Đại hội đồng Liên Hiệp Quốc.

Khóa họp thứ 73 Đại Hội đồng Liên Hợp Quốc đã bầu chọn 5 ủy viên không thường trực mới của Hội đồng Bảo an. Có 6 nước ứng cử cho 5 vị trí, trong đó 2 vị trí dành cho nhóm các nước châu Phi, một vị trí cho nhóm các nước Mỹ Latinh, một vị trí cho nhóm nước Đông Âu và một vị trí cho nhóm các nước châu Á - Thái Bình Dương.

Việt Nam là ứng viên duy nhất của khu vực châu Á và cũng đã trúng cử với 192/193 phiếu. Trong khi đó, Niger, Grenadines, Tunisia và Estonia được bầu chọn cho 4 chiếc ghế ủy viên không thường trực mới còn lại của HĐBA.

Như vậy, đây là lần thứ hai Việt Nam đảm nhiệm vị trí ủy viên không thường trực HĐBA LHQ, sau khi đã trúng cử nhiệm kỳ 2008 - 2009.

Vai trò thành viên không thường trực Hội đồng bảo an Liên hợp quốc. Nhiệm vụ của Việt Nam khi trở thành thành viên không thường trực Hội đồng bảo an

Hội đồng Bảo an Liên hợp quốc (LHQ) là một trong 6 cơ quan chính của LHQ có nhiệm vụ duy trì hòa bình và an ninh quốc tế, chấp nhận các thành viên mới vào LHQ và phê chuẩn thay đổi với Hiến chương LHQ.

Quyền hạn của cơ quan này bao gồm thiết lập các hoạt động gìn giữ hòa bình, các biện pháp trừng phạt quốc tế và chấp nhận hành động quân sự thông qua các nghị quyết.

Trong khi các cơ quan khác của LHQ chỉ có thể đưa ra các quyết định mang tính khuyến nghị và tạo dư luận thì các quyết định của Hội đồng Bảo an có tính cưỡng chế thực hiện. Tất cả thành viên của LHQ có trách nhiệm tôn trọng và thi hành. Vì vậy,

HĐBA là cơ quan có quyền lực cao nhất của LHQ.

Các ủy viên thường trực Hội đồng Bảo an đều có quyền phủ quyết bất kỳ nghị quyết nào của LHQ. Trong khi ủy viên không thường trực Hội đồng bảo an không có quyền phủ quyết nhưng được quyền tranh luận và bỏ phiếu cho các nghị quyết.

Việc tham gia Hội đồng Bảo an Liên Hợp Quốc là cơ hội để các nước nâng cao vị thế trên trường quốc tế và đề xuất, tham gia quyết định các vấn đề quan trọng liên quan đến khu vực và thế giới.

Việc Việt Nam được bầu là ủy viên không thường trực của Hội đồng Bảo an Liên hợp quốc nhiệm kỳ 2020-2021 cho thấy vai trò ngày càng tăng của Việt Nam trên mặt trận thương mại, ngoại giao quốc tế cũng như an ninh khu vực ở Đông Nam Á.

Trong vai trò này, Việt Nam có thể có những đóng góp nổi bật trong các lĩnh vực như y tế công cộng, chống lại các bệnh truyền nhiễm, thúc đẩy an ninh hàng hải, chống cướp biển, cũng như ngăn chặn nạn đánh bắt cá và buôn người bất hợp pháp.

Vai trò trung gian của Việt Nam khi tổ chức Hội nghị thượng đỉnh giữa Tổng thống Mỹ Donald Trump và nhà lãnh đạo Triều Tiên Kim Jong-un vào tháng Hai vừa qua tại Hà Nội cũng góp phần nâng tầm vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

Chuyên gia đánh giá việc trở thành thành viên không thường trực của Hội đồng Bảo an Liên hợp quốc là cơ hội tốt để Việt Nam lên tiếng, bày tỏ những quan ngại của mình đối với các vấn đề liên quan đến những tranh chấp trên Biển Đông và luật hàng hải quốc tế. Đây cũng là cơ hội để Việt Nam thể hiện khả năng, cũng như đóng góp của mình với an ninh hàng hải và sự ổn định trong khu vực.

1. Cơ hội của Việt Nam trước ngưỡng cửa Hội đồng Bảo an

Vào Hội đồng Bảo an LHQ, Việt Nam thể hiện tiếng nói ngày càng có trọng lượng tại ASEAN, thúc đẩy ngoại giao mềm và nhấn mạnh việc kiên trì theo đuổi con đường hội nhập quốc tế.

Việt Nam sẽ là chủ tịch luân phiên của ASEAN trong năm 2020. Nếu cùng lúc đảm nhận vai trò ủy viên không thường trực HĐBA, Việt Nam sẽ có cơ hội để thể hiện vai trò ngày càng quan trọng của mình tại khu vực.

Việc Việt Nam cùng lúc đảm nhận vai trò chủ tịch ASEAN và ủy viên không thường trực HĐBA sẽ cho phép Việt Nam khuếch đại tiếng nói của các nước ASEAN nếu Việt Nam chọn làm như vậy. Vì vậy, đây là cơ hội để thể hiện vai trò ngày càng quan trọng của Việt Nam trong ASEAN

Trở thành ủy viên không thường trực của HĐBA là mục tiêu và cơ hội đặc biệt được đại đa số các nước thành viên LHQ hết sức coi trọng, nhằm bảo vệ và thúc đẩy lợi ích quốc gia; nâng cao vai trò, vị thế quốc tế; tạo điều kiện để tăng cường quan hệ với các nước, nhất là các nước lớn, thông qua việc tham gia thảo luận, đóng góp, quyết định các vấn đề lớn liên quan đến hòa bình và an ninh khu vực, thế giới.

Chính sách đối ngoại độc lập, tự chủ, đa dạng hóa, đa phương hóa, là đối tác tin cậy và có trách nhiệm trong cộng đồng quốc tế vừa là cơ sở để Việt Nam có thể chủ động tích cực tham gia và phát huy vai trò tại các cơ chế đa phương khu vực và quốc tế, trong đó có HĐBA kết hợp với việc đảm nhiệm Chủ tịch ASEAN năm 2020.

Việt Nam có thể chia sẽ những kinh nghiệm của mình trong nhiều lĩnh vực, cũng như bày tỏ rõ ràng quan điểm của mình trong các vấn đề đối với 5 thành viên thường trực của Liên hợp quốc, gồm Mỹ, Trung Quốc, Anh, Pháp và Nga.

Với 15 thành viên trong đó có 10 thành viên không thường trực, Hội đồng Bảo an là một trong 6 cơ quan chính của Liên hợp quốc, được trao trách nhiệm hàng đầu trong việc duy trì hòa bình và an ninh quốc tế. Với mong muốn thực sự trở thành "Đối tác vì hòa bình bền vững", trong nhiệm kỳ hai năm sắp tới, Việt Nam sẽ có cơ hội chủ động đề xuất, thúc đẩy những sáng kiến của mình nhằm đóng góp trực tiếp và xây dựng vào những nỗ lực chung của Liên hợp quốc và cộng đồng quốc tế vì hòa bình, an ninh và phát triển.

Việc Việt Nam ưu tiên củng cố quan hệ với các tổ chức khu vực trong nhiệm kỳ của mình cũng sẽ không gặp nhiều cản trở bởi đây cũng là xu hướng giúp cho tiến trình giải quyết những vấn đề khu vực ở Liên hợp quốc được nhanh chóng và hiệu quả hơn. Việt Nam đương nhiên sẽ muốn thúc đẩy quan hệ của Hội đồng Bảo an với nhóm nước ASEAN, trong khi Tunisia sẽ nhắm tới mối quan hệ bền chặt hơn với Liên minh châu Phi và Liên đoàn các nước Arab.

Việt Nam sẽ tiếp tục có những sáng kiến, những đóng góp về các chủ đề này trong nhiệm kỳ thứ hai, nhất là trong bối cảnh Việt Nam hiện đã trực tiếp cử quân tham gia lực lượng gìn giữ hòa bình Liên hợp quốc tại Nam Sudan với số lượng ngày càng nhiều hơn, cho thấy Việt Nam đang tiến thêm một bước nữa vào công cuộc duy trì ổn định và hòa bình thế giới.

Việt Nam sẽ có cơ hội tham gia, đóng góp ý kiến, sáng kiến vào cơ chế quyền lực nhất về an ninh, hòa bình, hiện thực hóa hơn nữa chính sách mở rộng, đa dạng hóa, đa phương hóa quan hệ quốc tế và hội nhập chủ động mà Đảng và Nhà nước ta đã luôn cam kết theo đuổi. Việt Nam cũng sẽ có cơ hội đưa các vấn đề của đất nước mình, của ASEAN lên bàn nghị sự để tăng cường đối thoại với các bên liên quan và tìm kiếm sự ủng hộ của cộng đồng quốc tế.

Vị trí ủy viên không thường trực Hội đồng Bảo an cũng sẽ tôi luyện các nhà ngoại giao của Việt Nam trong nhiều lĩnh vực, nhất là khả năng vận động, đàm phán và điều hành ở môi trường chính trị quốc tế chuyên nghiệp và đa dạng về nhiều lĩnh vực như chính trị, ngoại giao, an ninh, quốc phòng.

Với những kinh nghiệm đã có từ nhiệm kỳ 2008-2009, cộng với sự ủng hộ của cộng đồng quốc tế và quyết tâm của mình, Việt Nam, ủy viên không thường trực Hội đồng Bảo an nhiệm kỳ 2020-2021, hoàn toàn có đủ khả năng hoàn thành tốt nhiệm vụ quốc tế mới, đáp ứng kỳ vọng của tất cả các nước đã ủng hộ và bỏ phiếu cho mình.

2. Thách thức đặt ra khi Việt Nam trở thành thành viên không thường trực Hội đồng bảo an Liên hợp quốc

Để hiện thực hóa những mục tiêu trong nhiệm kỳ 2 năm sắp tớiViệt Nam sẽ phải đối mặt với những thách thức không nhỏ.

Thứ nhất là, mâu thuẫn và bất đồng về quan điểm chính trị giữa 5 ủy viên thường trực của Hội đồng Bảo an (HĐBA) ngày càng gia tăng, gây trở ngại cho rất nhiều quốc gia trong đó có Việt Nam. Do đó, Việt Nam sẽ phải hợp tác hiệu quả với 9 ủy viên không thường trực khác nếu muốn có được đồng thuận trong giải quyết các vấn đề quốc tế.

Thứ hai là, khối lượng công việc ngày càng gia tăng bởi cục diện thế giới trong thời điểm hiện nay rất khác, các nước lớn cạnh tranh gay gắt, chủ nghĩa đa phương bị suy yếu ít nhiều, và trật tự luật pháp quốc tế cũng bị đe dọa. Nhiều vấn đề xung đột phức tạp và lâu dài vẫn tiếp diễn chưa có hồi kết đã kéo dài nhiều năm, dù đây là những vấn đề HĐBA liên tục đưa lên bàn nghị sự. Vì vậy, Việt Nam sẽ cần nỗ lực bắt nhịp với những mảng công việc của HĐBA, cần chuẩn bị trước nội dung đối với các vấn đề dự kiến sẽ được bàn thảo trong giai đoạn tới.

Thứ ba là, thời gian giữ nhiệm kỳ 2 năm là tương đối ngắn để có thể tạo được dấu ấn tại Hội đồng Bảo an. Kiên định chính sách đối ngoại hòa bình, độc lập, tự chủ, làm bạn với tất cả các nước, là cẩm nang giúp ta xử lý thành công quan hệ với các nước lớn, tranh thủ được sự ủng hộ rộng rãi của bạn bè quốc tế. Với kinh nghiệm đã đúc kết được, với tinh thần hợp tác tích cực và chân thành và sự ủng hộ của các nước thành viên Liên Hợp Quốc, chúng ta tự tin sẽ đảm đương và hoàn thành tốt trọng trách tại Hội đồng Bảo an Liên Hợp Quốc nhiệm kỳ 2020-2021.

Tài liệu tham khảo:

http://vnews.gov.vn/nhung-thach-thuc-cho-doi-viet-nam-o-hoi-dong-bao-an-lhq

https://tuoitre.vn/viet-nam-trung-cu-uy-vien-khong-thuong-truc-hdba-lien-hiep-quoc-20190607200259833.htm

Cơ hội và thách thức khi xuất khẩu xoài sang Mỹ

Khương Hoàng An - CQ56/21.04

Sau khi gia nhập hiệp định thương mại tự do (FTA), ngành xuất khẩu Việt Nam đã có nhiều thay đổi tích cực. Tuy nhiên, lượng hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam ra nước ngoài chưa được như kỳ vọng. Một phần nguyên nhân chính là hàng hóa của chúng ta vấp phải các quy định về tiêu chuẩn hàng hóa rất khắt khe của các nước nhập khẩu. Hiện nay, thị trường xuất nhập khẩu nông sản-thủy sản- thực phẩm trên thế giới đang được kiểm soát bởi những tiêu chuẩn rất cao về chất lượng sản phẩm cũng như vệ sinh an toàn thực phẩm. Sau vải, nhãn, chôm chôm, vú sữa và thanh long, xoài là loại quả thứ 6 của Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Mỹ - thị trường xuất khẩu thứ 40 của quả xoài Việt Nam.

Việt Nam đứng thứ 13 về sản xuất xoài trên thế giới nhưng số lượng xuất khẩu thì còn khiêm tốn và nằm ngoài tốp 10 nước xuất khẩu xoài. Những năm gần đây Việt Nam đã xuất khẩu xoài nhưng với khối lượng rất hạn chế. Năm 2001, Việt Nam xuất khẩu được khoảng 4.000 tấn xoài và đạt 3,4 triệu USD vào thị trường Trung Quốc theo đường chính ngạch. Tuy nhiên, kể từ khi Thái Lan nhận được ưu đãi thuế quan (0%) so với Việt Nam (10%), khối lượng xuất khẩu xoài vào thị trường Trung Quốc giảm mạnh và hầu như không xuất khẩu được theo đường chính ngạch từ sau 2003 - 2010 mà chủ yếu là xuất khẩu tiểu ngạch. Xét về xuất khẩu chính ngạch, các thị trường chính hiện nay của Việt Nam là Hàn Quốc (43%), Nhật Bản (34%) và Singapore (7%).

Sau hơn 10 năm đàm phán, ngày 18/2/2019, đại diện Cục Kiểm dịch Động thực vật thuộc Bộ Nông nghiệp Mỹ (APHIS) đã trao giấy thông hành xuất khẩu trái xoài của Việt Nam vào Mỹ. Đây là thị trường nhập khẩu xoài lớn nhất thế giới.

1. Cơ hội xuất khẩu xoài sang Mỹ

Thứ nhất, mở rộng thị trường: Việc quả xoài của Việt Nam chính thức được phép xuất khẩu sang Hoa Kỳ thực sự là tin vui cho ngành nông nghiệp và bà con nông dân . Đây tiếp tục là sự kiện khẳng định vị thế của nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế, đặc biệt là mặt hàng trái cây đã từng bước nâng cao được chất lượng, mẫu mã,

đặc biệt là đã đáp ứng được các yêu cầu kỹ thuật và điều kiện tiêu chuẩn an toàn thực phẩm rất khắt khe của thị trường rất khó tính là Hoa Kỳ. Điều này sẽ tạo điều kiện tốt cho trái xoài của Việt Nam tiến xa hơn nữa tại các thị trường xuất khẩu khác trên thế giới. Đây cũng là động lực to lớn thúc đẩy ngành nông nghiệp Việt Nam không ngừng học hỏi, thay đổi chuyển mình vươn ra thị trường thế giới.

Thứ hai, cơ hội đổi mới công nghệ: Hiện nay, từ đội ngũ nông dân, ngành nông nghiệp các địa phương đến các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu đang không ngừng nâng cao hơn nữa không chỉ về số lượng mà ngày càng cải thiện về mẫu mã và chất lượng, nhất là các yêu cầu về an toàn thực phẩm cũng như các tiêu chuẩn kỹ thuật, quy định về kiểm dịch thực vật nhằm sản xuất và xuất khẩu quả xoài theo hướng bền vững, bảo vệ môi trường để hướng đến tầm nhìn tương lai cho nền nông nghiệp nước nhà

Thứ ba, xây dựng thị trường nông sản: Những năm qua, xuất khẩu rau quả của Việt Nam đã có bước tăng trưởng nhảy vọt. Đến năm 2018, xuất khẩu rau quả đã đạt trên 3,8 tỷ USD, lọt nhóm 5 mặt hàng nông sản của Việt Nam đạt kim ngạch xuất khẩu trên 3 tỷ USD. Thông tin từ Bộ Nông nghiệp Mỹ cho thấy nước này có nhu cầu tiêu thụ rất lớn về trái cây nói riêng, quả và quả hạt ăn được nói chung. Mỗi năm, nhu cầu tiêu thụ trái cây tươi ở Mỹ lên tới 12 triệu tấn. Sản xuất trái cây tươi nội địa của nước này đáp ứng được 70% nhu cầu. 30% còn lại là trái cây tươi nhập khẩu, tương đương với khoảng 3,6 triệu tấn. Nhờ thiên nhiên ưu đãi với ruộng đất màu mỡ, khí hậu ôn hòa nên Việt Nam có tiềm năng trồng các cây nhiệt đới, cùng những tín hiệu đáng mừng từ việc đổi mới công nghệ trồng cây hướng đến bảo vệ bền vững môi trường là điểm khởi đầu thuận lợi trên con đường phát triển ngành rau, quả Việt Nam.

Thứ tư, kỳ vọng tăng thị phần: Với khoảng 46 loại giống khác, tổng diện tích trồng khoảng 87.000 ha, sản lượng xoài của nước ta ước đạt hơn 969.000 tấn/năm và đang trở thành mặt hàng xuất khẩu mang lại ngoại tệ lớn. Tín hiệu khả quan từ những lô xoài đầu tiên sang Mỹ là cơ sở để các nhà xuất khẩu kỳ vọng, thị phần xoài Việt tại Mỹ sẽ tăng nhanh trong thời gian tới.

Xuất khẩu xoài sang Mỹ mang lại rất nhiều cơ hội nhưng cũng tồn tại vô vàn thách thức trong thương vụ mang trái xoài Việt Nam qua đất Mỹ

2. Thách thức khi xuất khẩu xoài Việt Nam qua Mỹ

Thứ nhất, bài toán cạnh tranh: Việt Nam sẽ phải chịu áp lực cạnh tranh lớn từ các nước khác với thị phần chiếm đông đảo. Theo Bộ Nông nghiệp Mỹ, tổng lượng

nhập khẩu xoài của Mỹ khoảng hơn 400.000 tấn/năm. Gần 99% tổng lượng nhập khẩu xoài vào Mỹ từ 6 nước gồm Mexico, Peru, Guatemala, Brazil, Haiti, Ecuador.Thị trường Mỹ rất đặc biệt, bởi đây là thị trường có ảnh hưởng rất lớn từ nguồn trái cây tại Mexico, đất nước có sản lượng xoài lớn nhất khu vực châu Mỹ, với tiêu chuẩn chất lượng cao và đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm. Xoài Việt không chỉ cạnh tranh với xoài Mexico với lợi thế về thuế do có Hiệp định Mậu dịch tự do Bắc Mỹ, ngoài ra còn cạnh tranh với Pê-ru, Ecuador, Brazil và Guatemala.

Thứ hai, về giá cả: Vấn đề của xoài Việt trên đất Mỹ cũng đang nằm ở câu chuyện giá cả. Ở thời điểm hiện tại, mỗi quả xoài cát Việt Nam khi sang đến Mỹ có giá cao hơn 4 - 5 lần so với các loại xoài khác trên thị trường. Cụ thể, xoài cát Việt Nam tại Mỹ có giá 50 - 70 USD/thùng 12 trái, trong khi, giá trung bình của xoài nhập từ các nước khác, nhất là từ Mexico, chỉ 10 - 15 USD/thùng. Do chi phí vận chuyển và các chi phí kiểm định liên quan làm cho giá xoài khi lên kệ tại thị trường Mỹ lớn hơn rất nhiều so với Mexico hay Peru.

Thứ ba, chi phí thực hiện các tiêu chuẩn của sản phẩm xuất khẩu: Việt Nam đạt được bước thỏa thuận mở cửa thị trường xoài vào Mỹ cuối năm 2018 đã là một thành công. Tuy nhiên, để thực sự xâm nhập được vào thị trường khó tính hàng đầu thế giới này, Việt Nam cần tiến hành hàng loạt các yêu cầu, tiêu chuẩn bắt buộc như quy hoạch vùng trồng, các nhà máy đóng gói và xử lý chiếu xạ, vệ sinh an toàn thực phẩm.Theo đó, sản phẩm xoài Việt sẽ phải đáp ứng đầy đủ hàng rào kỹ thuật này. Hơn nữa, chi phí để thực hiện các tiêu chuẩn về chất lượng sản phẩm xuất khẩu (GAP-Good agricultural practices, GlOBAL GAP...) sẽ là khó khăn rất lớn với doanh nghiệp và sản phẩm xoài Việt.

Hơn nữa, xoài phải được chiếu xạ tại các cơ sở của Mỹ công nhận, liên quan đến việc đặt và vận chuyển hàng hóa đến một cơ sở cụ thể; hoàn thành quá trình chiếu xạ và đưa đi xuất khẩu. Một thực tế là một số cơ sở chiếu xạ của Việt Nam được phía Mỹ công nhận đều đặt tại miền Nam, việc này sẽ gây thêm chi phí cho các nhà xuất khẩu của các vùng xoài khác tại Việt Nam. Do đó, mỗi bước vận chuyển và xuất khẩu xoài tiêu tốn một khoản tiền lớn và sự chậm trễ ở bất kỳ giai đoạn nào đều đe dọa đến toàn bộ triển vọng bán hàng và chất lượng của lô hàng đó.

Thứ tư, chiến lược phát triển vùng trồng: Đối với xoài Việt Nam, người dân chỉ trồng chuyên canh tại một số địa phương, còn lại 95% diện tích xoài là vườn cây hỗn hợp (trồng chung với cây khác). Đây là một trong những nguyên nhân dẫn đến năng

suất thấp, tuy sản lượng xoài đạt khá hơn nhưng xoài cùng kích cỡ, màu sắc, trọng lượng rất ít nên chỉ tiêu thụ trong nước, việc xuất khẩu không đáng kể.

Bên cạnh những cơ hội to lớn cho xoài Việt trên thị trường Mỹ vẫn còn nhiều thách thức trên con đường đưa trái cây Việt Nam xuất khẩu không chỉ sang Mỹ mà nhiều thị trường tiềm năng khác. Vậy trên đà phát triển này cần có những giải pháp nào cho sự phát triển lâu dài không chỉ trên đất Mỹ mà còn là chiến lược lâu dài cho nông sản Việt Nam xuất khẩu trong tương lai xa hơn.

3. Một số giải pháp cho ngành xoài Việt Nam khi xuất khẩu sang Mỹ

Với cơ hội và thách thức đặt ra ngành xoài Việt Nam cần có những giải pháp và bước đi cụ thể cho việc phát triển:

- Về chiến lược lâu dài, Việt Nam cần đề ra chiến lược phát triển, xúc tiến thương mại như một số nước để đưa trái xoài ra thế giới. Philippines có chiến lược phát triển xoài ra thị trường thế giới, là chương trình trọng điểm cấp quốc gia, nông dân toàn quốc áp dụng, trồng giống xoài ngon nhất, đạt chuẩn thu mua giá cao gần gấp đôi so với không đạt GAP. Kết quả là quả xoài đã trở thành "quốc quả" của Philippines, xuất khẩu sang nhiều nước.

- Về phía Nhà nước, cần khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư mạnh mẽ để xây dựng chuỗi sản xuất khép kín, nhà máy chế biến, ngành rau quả xuất khẩu đang hướng đến tương lai đầy triển vọng. Đồng thời cũng truyền tải các thông điệp khuyến khích người tiêu dùng tăng cường tiêu thụ xoài, trong đó cần nhấn mạnh hương thơm độc đáo của trái xoài, các giá trị dinh dưỡng và lợi ích về sức khoẻ mà xoài mang lại, song song với đó hướng dẫn cách sử dụng, chế biến quả xoài.

- Về phía các doanh nghiệp Việt Nam, ngoài việc tuân thủ các quy định về vệ sinh, an toàn thực phẩm thì cần chủ động thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại tại thị trường Mỹ.

- Về phía người sản xuất, để sản xuất thành vùng xuất khẩu quy củ, chuyên nghiệp và nâng được giá trị xuất khẩu, đưa xoài trở thành loại nông sản mang lại giá trị cao, việc quy hoạch vùng sản xuất và chế biến vẫn cần rà soát và điều chỉnh lại. Nếu giảm được tổn thất sau thu hoạch, đảm bảo chất lượng bằng công nghệ bảo quản hiện đại, giữ nguyên được độ tươi đạt các tiêu chuẩn khắt khe từ những thị trường khó tính.

- Về mặt giá thành, nếu như giá cao là điểm trừ, thì điểm cộng và cũng là yếu tố hút khách của trái xoài Việt là độ thơm ngon, mùi vị đặc trưng do được xử lý bằng

chiếu xạ, không làm mất đi hương vị, còn Mexico xử lý bằng hơi nước nóng sẽ mất đi mùi xoài, chỉ còn độ ngọt. Vì vậy việc không ngừng tìm tòi, phát triển các giống cây và cách thức chăm bón đạt hiệu quả để mang những giống xoài ngon mang thương hiệu Việt Nam là hướng đi hiệu quả hơn hết.

Tín hiệu đáng mừng này mang lại nhiều cơ hội, song bên cạnh đó cũng đặt ra không ít những thách thức. Nhà nước, doanh nghiệp cần có những chiến lược rõ ràng không chỉ phát triển ngành xoài Việt Nam mà thúc đẩy nền nông nghiệp Việt Nam trong thời kỳ mới, có vị thế mới trên thị trường quốc tế.

Tài liệu tham khảo:

https://vietnambiz.vn/xuat-khau-xoai-sang-my-co-hoi-lon-nhung-khong-de-an-20190311164949371.htm

https://baodautu.vn/xuat-khau-xoai-thuan-duong-di-my-d99312.html

http://cafef.vn/xuat-khau-xoai.html

https://www.tienphong.vn/kinh-te/lo-xoai-viet-nam-dau-tien-sang-my-sau-10-nam-dam-phan-1403908.tpo

Thư giãn:

THƯ KÝ MỚI

Một nữ thư ký xinh đẹp vào nhận việc tại một công ty lớn và được rất nhiều chàng trai ve vãn. Sau một thời gian, hai anh chàng Don Juan nổi tiếng nhất công ty bắt đầu có những thành tựu đầu tiên và đem ra tâm sự với nhau.

Anh thứ nhất nói:

- Tớ đã hẹn hò với Julie thứ ba tuần trước đấy. Bọn tớ còn làm chuyện đó nữa. Cô em sexy hơn mụ vợ của tớ nhiều!

Anh thứ hai trả lời:

- Ừ, tớ cũng hẹn hò với cô nàng hôm qua. Chúng tớ cũng làm như thế, nhưng mà tớ vẫn nghĩ là vợ cậu tuyệt vời hơn đấy!

Tham gia hiệp định EVFTA - Cơ hội đi cùng thách thức cho doanh nghiệp Việt Nam

Dương Hà Chi - CQ55/21.11

1. Giới thiệu

Các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới đã và đang mở ra cho nền kinh tế Việt Nam rất nhiều cơ hội để tham gia vào chuỗi cung ứng giá trị toàn cầu và đang ngày càng tạo ra làn sóng hội nhập mạnh mẽ hơn đối với Việt Nam. Các hiệp định cũng góp phần tạo kết nối và hòa nhập, tăng cường khả năng hợp tác với những nền kinh tế trọng điểm, thúc đẩy kích cầu hoạt động giao thương giữa Việt Nam với các nền kinh tế thế giới. Hiệp định EVFTA được coi như là một bước tiến lớn cho việc Việt Nam ngày càng đổi mới hội nhập sâu rộng vào sự phát triển không ngừng của kinh tế thế giới

Trước tiên định nghĩa về FTA được hiểu là kết quả chính thức của một quá trình thương lượng giữa hai hay nhiều quốc gia ký kết nhằm hạ thấp hoặc loại hẳn các rào cản đối với thương mại. Một FTA thường bao gồm những vấn đề quy định về thuế nhập khẩu, hạn ngạch và lệ phí đối với hàng hóa/dịch vụ được giao dịch giữa các thành viên ký kết FTA nhằm cho phép các nước mở rộng tiếp cận thị trường của nhau.

Bộ Công Thương Việt Nam cho rằng mức cam kết trong EVFTA có thể coi là mức cam kết cao nhất mà nước ta đạt được trong các FTA đã được ký kết cho tới nay.

Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) là một Hiệp định thương mại tự do toàn diện, chất lượng cao và đảm bảo cân bằng lợi ích cho cả Việt Nam và liên minh châu Âu EU, trong đó cũng đã lưu ý đến chênh lệch về trình độ phát triển giữa hai bên.

Nếu được chính thức đưa vào thực thi, EVFTA sẽ là cú huých rất lớn tạo động lực cho các ngành hàng xuất khẩu của Việt Nam phát triển, giúp đa dạng hóa thị trường và mặt hàng xuất khẩu, đặc biệt là các mặt hàng nông,lâm, thủy sản cũng như những mặt hàng Việt Nam vốn có nhiều lợi thế cạnh tranh.Mở rộng thị trường đồng nghĩa với việc đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu. Đây cũng là chính sách chung của Đảng và nhà nước nhằm hỗ trợ, thực hiện thúc đẩy

sản xuất trong nước phát triển, tạo công ăn việc làm cho người lao động, giải quyết các vấn đề xã hội đồng thời tăng thu ngoại tệ cho đất nước, nâng cao trình độ kỹ thuật công nghệ nhằm phục vụ cho công cuộc công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước. Một thị trường EU rộng lớn đầy tiềm năng với 28 quốc gia ở khu vực châu Âu là một trong những đối tác thương mại lớn nhất cũng đồng thời là thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam khi được chính thức trở thành đối tác của Việt Nam sẽ tạo cơ hội lớn thúc đẩy phát triển ngoại thương, tăng cường quan hệ ngoại giao hợp tác cùng có lợi cả song phương và đa phương, thu hút mạnh mẽ vốn đầu tư nước ngoài từ đó tạo động lực phát triển bền vững kinh tế - xã hội. EVFTA là Hiệp định thương mại tự do rất quan trọng bởi vì nó bổ sung và tương hỗ cho hai nền kinh tế Việt Nam-EU, có tầm ảnh hưởng lớn cho gần 600 triệu người dân của cả 2 bên và khép lại khoảng cách phát triển của Việt Nam-EU trong tương lai.

2. Nội dung của Hiệp định

EVFTA là FTA thế hệ mới với nhiều cam kết cao hơn quy định của WTO về mở cửa thị trường, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, lao động, môi trường, phát triển bền vững, giải quyết tranh chấp khá toàn diện về mọi mặt. Một số nội dung chính quan trọng của Hiệp định như sau:

Thứ nhất, về thương mại dịch vụ và đầu tư:

- Cam kết của EU cho Việt Nam cao hơn cam kết của EU trong WTO và tương đương mức cao nhất của EU tại một số FTA mới

- Cam kết của Việt Nam với EU cao hơn cam kết của Việt Nam trong WTO và ít nhất là ngang bằng với mức mở cửa cao nhất mà Việt Nam cho các đối tác khác trong các đàm phán FTA hiện tại của Việt Nam.

Thứ hai, về hải quan và thương mại hàng hóa:

- Đối với xuất khẩu của Việt Nam, ngay khi Hiệp định có hiệu lực, EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với khoảng 85,6% số dòng thuế trong biểu thuế, tương đương 70,3% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU. Sau 7 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 99,2% số dòng thuế, tương đương 99,7% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam.

- Cam kết về thuế xuất khẩu: Việt Nam và EU cam kết không áp dụng bất kì loại thuế, phí xuất khẩu nào trừ các trường hợp được bảo lưu rõ.

Thứ ba, về sở hữu trí tuệ: Phần sở hữu trí tuệ trong EVFTA gồm các cam kết về

bản quyền, phát minh, sáng chế,.. với mức độ bảo hộ cao hơn so với WTO.

Thứ tư, về doanh nghiệp Nhà nước và trợ cấp: Hai bên thống nhất về các nguyên tắc minh bạch hóa trợ cấp hướng tới việc đảm bảo môi trường cạnh tranh bình đẳng cho doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp khác trong hoạt động thươngmại.

3. Cơ hội

Thứ nhất, về xuất khẩu, mặc dù hiện tại EU đang là một trong những thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam tuy nhiên thị phần hàng hóa của Việt Nam tại khu vực này vẫn còn rất khiêm tốn là do năng lực cạnh tranh của Việt Nam (đặc biệt là năng lực cạnh tranh về giá) còn hạn chế. Vì vậy, nếu được xóa bỏ tới 99% thuế quan theo cam kết của EVFTA thì các doanh nghiệp Việt nam sẽ có nhiều cơ hội tăng khả năng cạnh tranh về giá của hàng hóa khi nhập khẩu vào khu vực thị trường quan trọng này. Mặt khác để có thể có "chỗ đứng lâu dài" trên thị trường EU đòi hỏi các doanh nghiệp Việt Nam phải liên tục đổi mới, nâng cao giá trị sản phẩm xuất khẩu về cả giá cả, mẫu mã và chất lượng nhằm đáp ứng yêu cầu cao của một "thị trường khó tính" EU. Áp lực này đòi hỏi các doanh nghiệp Việt Nam không ngừng nghiên cứu, cải thiện năng lực sản xuất, nâng cao trình độ quản trị; nhanh chóng đổi mới và áp dụng khoa học công nghệ mới, tiên tiến thì mới có thể nâng cao được năng lực cạnh tranh của sản phẩm xuất khẩu và năng lực cạnh tranh doanh nghiệp trên thị trường quốc tế.

Các ngành hàng dự kiến sẽ được hưởng lợi nhiều nhất khi Hiệp định chính thức có hiệu lực là những ngành hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam và Việt Nam có lợi thế so sánh mà trong bối cảnhhiện nay EU vẫn đang duy trì áp dụng mức thuế quan cao như các ngành dệt may, giày dép, hàng nông thủy sản,… Theo Bộ Kế hoạch và đầu tư ước tính kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam sang EU tăng từ 20% đến 44% trong giai đoạn 2020-2030 sẽ tạo đà thúc đẩy sản xuất và lưu thông hàng hóa phát triển mạnh mẽ.

Thứ hai, về nhập khẩu, các doanh nghiệp Việt Nam cũng sẽ được lợi từ nguồn hàng hóa, nguyên liệu nhập khẩu với chất lượng tốt và ổn định với mức giá hợp lý hơn từ thị trường EU.Đặc biệt, các doanh nghiệp sẽ có cơ hội được tiếp cận với nguồn máy móc, thiết bị, công nghệ kĩ thuật cao từ các nước EU, qua đó để nâng cao năng suất và cải thiện chất lượng sản phẩm của mình.Đồng thời, hàng hóa vàdịch vụ từ EU xuất khẩu vào thị trường Việt Nam sẽ tạo ra một sức ép cạnh tranh lớn để doanh nghiệp Việt Nam phải tự nỗ lực cải thiện năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp mình ngay tại thị trường nội địa.

Các ngành hàng mà Việt Nam tập trung khai thác từ nguồn nhập khẩu các mặt

hàng chiến lược như: máy móc, thiết bị, ô tô,... chủ yếu là những mặt hàng mà doanh nghiệp Việt Nam chưa sản xuất được ở trong nước vì vậy nhờ cắt giảm được về thuế nhập khẩu hàng hóa từ EU giúp Việt Nam có thể nhập khẩu các mặt hàng này với giá thành rẻ hơn, giảm chi phí sản xuất đầu vào, hạ giá thành sản phẩm từ đó đạt được mục tiêu nâng cao năng lực cạnh tranh về giá.

Thứ ba, về đầu tư, môi trường đầu tư mở hơn và thuận lợi hơn, triển vọng xuất khẩu hấp dẫn hơn sẽ thu hút đầu tư FDI từ EU vào Việt Nam gia tăng nhanh chóng trong thời gian tới.

Ngoài 28 nước thành viên từ cộng đồng châu Âu EU thì Việt Nam cũng sẽ nhận được hưởng lợi ích cộng hưởng từ các nước thứ 3. Khi các quốc gia khác không được hưởng các ưu đãi về thuế quan với EU như Việt Nam sẽ có khuynh hướng dịch chuyển mở rộng đầu tư FDI sang Việt Nam và trực tiếp sản xuất, xuất khẩu hàng hóa sang EU để tận dụng nguồn thuế quan ưu đãi này. Mặt khác, nhờ việc tham gia và kí kết Hiệp định thương mại tự do EVFTA giúp quá trình sản xuất lưu thông hàng hóa Việt Nam phát triển mạnh mẽ từ đó tạo động lực thúc đẩy phát triển kinh tế-xã hội quốc gia nhằm thu hút được ngày càng nhiều hơn vốn đầu tư từ nước ngoài.

Thư tư, về môi trường đầu tư kinh doanh, với việc thực thi các cam kết trong EVFTA về các vấn đề thể chế, chính sách pháp luật sau đường biên giới, môi trường kinh doanh và chính sách, pháp luật Việt Nam sẽ có những thay đổi, cải thiện theo hướng minh bạch hơn, thuận lợi và phù hợp hơn với thông lệ quốc tế.

4. Thách thức

Với EVFTA, cơ hội mở ra rất lớn nhưng các doanh nghiệp Việt Nam cũng sẽ gặp phải những thách thức không nhỏ bởi:

Một là, do các yêu cầu về tiêu chuẩn hàng hóa: Nếu hàng hóa EU được xuất khẩu sang thị trường Việt Nam sẽ tạo ra cạnh tranh gay gắt với hàng nội địa vì thông thường hàng hóa của EU sản xuất trên nền công nghệ cao, hiện đại có tiêu chuẩn cao và khắt khe hơn rất nhiều so với tiêu chuẩn hàng hóa nội địa vì vậy hàng hóa nội địa sẽ phải cạnh tranh trên "thế yếu" mà nếu không tích cực đổi mới nâng cao chất lượng sản phẩm thì hàng hóa Việt có thể bị loại trừ ngay trên thị trường "sân nhà".

Hai là, do quy mô sản xuất và xuất xứ: Chủ yếu quy mô các doanh nghiệp sản xuất ở Việt Nam thường là vừa và nhỏ, hình thức sản xuất nhỏ lẻ, nguồn gốc xuất xứ chưa rõ ràng nên khi gia nhập vào thị trường chung Việt Nam-EU doanh nghiệp Việt Nam phải có bước đổi mới thay đổi toàn diện sao cho cạnh tranh được với doanh

nghiệp EU. Theo như kí kết của Hiệp định, Việt Nam sẽ phải cắt giảm dòng thuế nhập khẩu nông sản từ 99% về 0% sau 10 năm như vậy các ngành hàng như gia cầm, thủy sản, chăn nuôi, chế biến sữa và sản phẩm từ sữa sẽ chịu cạnh tranh nhiều nhất. Trong khi ngành nông nghiệp Việt Nam chủ yếu còn sản xuất với quy mô nhỏ, hộ gia đình, xuất xứ chưa rõ ràng vì vậy giá thành sản xuất ra sẽ cao hơn rất nhiều so với hàng nhập khẩu nên muốn cạnh tranh được thì doanh nghiệp Việt cần loại bỏ quy mô phương thức sản xuất truyền thống không phù hợp, phải chứng minh được xuất xứ rõ ràng và hướng tới sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP.

Ba là, do các tiêu chuẩn về vệ sinh dịch tễ, vệ sinh an toàn thực phẩm và rào cản kỹ thuật: Mặc dù đã cắt giảm được phần lớn thuế quan nhưng các doanh nghiệp Việt nam lại gặp phải rào cản lớn về hàng rào phi thuế quan như: kỹ thuật, an toàn vệ sinh. Ngành hàng sản xuất nông sản là ngành được đánh giá có lợi thế tiềm năng lớn để xuất khẩu và được hưởng điều kiện ưu đãi về quy định SPS khá linh hoạt tuy nhiên như một số mặt hàng sản phẩm chè, rau củ quả,… vẫn vướng phải rất nhiều hạn chế do còn tồn dư hóa chất, thuốc bảo vệ thực vật không đảm bảo an toàn thực phẩm.

Bốn là, do vấn đề về thể chế và luật pháp: Có thể nhận thấy hệ thống luật pháp Việt Nam còn non yếu, thiếu chặt chẽ và cơ chế quản lý còn chưa hiệu quả là một rào cản của doanh nghiệp Việt Nam khi gia nhập vào một thị trường quốc tế rộng mở. Trong đó cơ chế giải quyết tranh chấp bảo hộ của Việt Nam với châu Âu và quốc tế còn xảy ra mâu thuẫn bất cập, khi có tình huống các bên ra đòn phòng vệ thương mại để bảo vệ lợi ích cho các ngành sản xuất nội địa của mình hay việc ứng xử khi có cácbiện pháp chống bán phá giá, chống trợ cấp còn nhiều hạn chế.

Từ những thách thức trên cho thấy rằng Hiệp định EVFTA đem đến nhiều cơ hội lớn cho doanh nghiệp Việt Nam nhưng khai thác tối ưu đến mức nào còn phụ thuộc nhiều vào sự chuẩn bị của doanh nghiệp trong việc tuân thủ những quy định của EVFTA.

Tài liệu tham khảo:

http://cafef.vn/evfta-tao-loi-the-cho-nhung-nganh-hang-nao-cua-viet-nam-201906261209165.chn

https://moit.gov.vn/tin-chi-tiet/-/chi-tiet/gioi-thieu-ve-du-thao-hiep-%C4%91inh-evfta-106576-22.html

https://vietnamnet.vn/vn/tuanvietnam/co-hoi-va-thach-thuc-tu-evta-546086.html

Cơ hội và thách thức của ngành thương mại điện tử Việt Nam khi có sự gia nhập của Amazon

Nguyễn Quang Huy - CQ56/22.02CLC

Thị trường thương mại điện tử đang giữ vai trò quan trọng sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam hiện nay. Trong thời đại công nghệ số 4.0, thị trường thương mại điện tử càng trở lên phổ biến và phát triển. Theo công ty nghiên cứu thị trường Asian Plus thực hiện tại Hồ Chí Minh và Hà Nội, sự thâm nhập của thương mại điện tử đạt tới 80% trong năm 2018. Vào chiều ngày 14/1/2019, Cục Xúc tiến Thương mại Bộ Công Thương đã công bố hợp tác với Amazon Global Selling để đẩy mạnh xúc tiến xuất khẩu thông qua thương mại điện tử. Với sự góp mặt của Amazon làm cho thị trường thương mại điện tử Việt Nam đang đứng trước rất nhiều khó khăn thách thức đồng thời cũng là cơ hội để phát triển. Vậy thương mại điện tử là gì, sự ảnh hưởng của Amazon là như thế nào và chúng ta cần có giải pháp gì ?

Thương mại điện tử được hiểu là sự mua bán sản phẩm hay dịch vụ trên các hệ thống điện tử như Internet và các mạng máy tính, dựa trên một số công nghệ như chuyển tiền điện tử, quản lí chuỗi dây chuyền cung ứng, tiếp thị Internet, quá trình giao dịch trực tiếp, trao đổi dữ liệu điện tử và các hệ thống tự động thu thập dữ liệu. Thương mại điện tử hiện đại thường sử dụng World Wide Web là một điểm ít nhất phải có trong chu trình giao dịch, mặc dù nó có thể bao gồm một phạm vi lớn hơn về mặt công nghệ như email, các thiết bị di động như điện thoại.

Amazon là một công ty thương mại điện tử đa quốc gia lớn nhất thế giới tập trung vào thương mại điện tử, điện toán đám mây và trí tuệ nhân tạo. Trụ sở chính tại thành phố Seattle, bang Washington, Mỹ. Theo thống kê của trang Bloomberg Intelligence Amazon hiện chiếm khoảng 5% doanh thu bán lẻ tại Mỹ và gần 50% doanh thu bán lẻ thương mại điện tử tại nước này. Ngày 1/2/2019 Amazon công bố quý cuối cùng của năm 2018 đạt 72,4 tỉ USD, tăng 20% so với cùng kì năm trước, tổng doanh thu cả năm 2018 đạt mức 232,9 tỉ USD và tổng lợi nhuận 2018 đạt gần 10 tỉ USD lần đầu tiên trong lịch sử.

1. Cơ hội của Việt Nam khi có sự góp mặt của Amazon

Với sức mạnh và vì thế là công ty toàn cầu lớn nhất thế giới Amazon sẽ mang đến cho Việt Nam rất nhiều những cơ hội lớn:

Thứ nhất: Các doanh nghiệp vừa và nhỏ có cơ hội tiếp cận thị trường quốc tế.

Theo VOV.VN ở Việt Nam có đến 98% là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, gặp rất nhiều vấn đề về mặt xuất khẩu hàng hóa, thông tin thị trường và đặc biệt là khách hàng. Về phía công ty Amazon cam kết sẽ hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam xây dựng thương hiệu trên thị trường quốc tế, giúp bắt kịp các xu hướng toàn cầu định hướng được sản phẩm, đưa ra các chương trình đạo tạo kĩ năng kinh doanh và cách bán hàng trên Amazon. Các doanh nghiệp Việt có cơ hội tiếp cận tới hơn 300 triệu tài khoản khách hàng trên toàn thế giới và hàng triệu đại lí bản sỉ tại Mĩ, Châu Âu, Nhật Bản…Nhận biết được rào cản về ngôn ngữ Amazon Global Selling đã cho ra mắt fanpage bằng Tiếng Việt trên Facebook nhằm giúp cho doanh nghiệp và các cá nhân bán hàng có thể tạo ra tài khoản trên Amazon.

Thứ hai: Việc mua bán của người tiêu dùng trở nên thuận tiên.

Khi Amazon trực tiếp tham gia vào Việt Nam người tiêu dùng Việt có thể hưởng những lợi thế nhất định. Đó là người tiêu dùng không phải qua khâu trung gian tốn rất nhiều thời gian và chi phí mà có thể đặt hàng trực tiếp qua trang bán hàng của Amazon tại Việt Nam, tiếp đó chất lượng sản phẩm của Amazon đạt chuẩn Châu Âu đi kèm với mức giá cạnh tranh, Amazon còn có những đợt giảm giá sản phẩm rất hấp dẫn như ngày Black Friday, Christmas,.. Mặt khác nêu sản phẩm của Amazon có bất kì lỗi hay sai sót, khách hàng có thể đổi trả sản phẩm trong hai tuần đầu.

Thứ ba: Các sản phẩm nội địa có tiềm năng vươn ra thế giới.

Năm 2017 với việc hai sản phẩm đó là "cao sao vàng" và "chiếc nón lá" được rao bán trên trên Amazon với mức giá cao gấp vài chục lần đã cho thấy cơ hội rất lớn của sản phẩm nội địa Việt Nam. Cụ thể hộp cao sao vàng được rao bán trên Amazon với giá 7 USD khi ở Việt Nam là 2000 đồng, hay chiếc nón lá Việt Nam cũng được rao bán với mức giá cao hơn gấp 10 lần với giá bán trong nước.

Các sản phẩm như chổi lúa, dệt may, đồ gia dụng… những sản phẩm trước đây chưa bao giờ có cơ hội xuất khẩu hay mang lại lợi nhuận cao, nay với sự có mặt Amazon các sản phẩm nội địa Việt Nam không chỉ có cơ hội vươn ra thị trường thế giới mà còn có thể mang lại một lợi nhuận không tưởng cho người kinh doanh.

Hiện nay trong nước sản phẩm nội địa Việt Nam đang phải cạnh tranh mạnh mẽ với các sản phẩm từ Thái Lan, Nhật Bản và đặc biệt là Trung Quốc. Vì vậy nếu sản phẩm nội địa có thể được được biết đến và xuất khẩu ra nước ngoài sẽ làm giảm áp lực và sự cạnh tranh một cách tích cực. Đây là một tín hiệu tốt cho sản phẩm nội địa của Việt Nam.

Thứ tư: Cơ hội việc làm được mở rộng.

Amazon với vị thế là công ty thương mại quy mô lớn nhất thế giới sẽ mang lại cho Việt Nam cơ hội về việc làm. Mặt khác, mức thu nhập mà những nhân viên của Amazon được nhận là tương đối lớn, theo AP mức lương tối thiểu là 15USD/giờ cao hơn mức bình quân của công nhân Việt Nam nhiều lần nhưng đồng thời đòi hỏi nhân viên của Amazon có trình độ, tay nghề và linh hoạt trong công việc.

Với quy mô và mạng lưới khách hàng toàn cầu, Amazon sẽ thúc đẩy và phát triển thị trường thương mại điện tử Việt Nam, mặt khác sẽ tạo cơ hội việc làm và cùng với đó là xuất nhập khẩu sản phẩm.

2. Thách thức đối với thị trường thương mại điện tử Việt Nam

Bên cạnh những thuận lợi và cơ hội lớn, ngành thương mại điện tử Việt Nam cũng đang phải đối mặt với rất nhiều thách thức đặt ra khi có sự góp mặt của Amazon.

Một là: Có sự cạnh tranh lớn giữa các công ty thương mại điện tử.

Ở Việt Nam hiện nay có những trang thương mại điện tử lớn như Lazada, Tiki, Shoppe, Sen Đỏ… Những công ty này đang có sự cạnh tranh để dành vị trí dẫn đầu trong thị trường thương mại điện tử với hàng loạt giải pháp được đưa ra ví dụ: Shoppe đầu tư rất nhiều vào việc miễn phí giao nhận không thu phí người bán, Lazada đang phát triển ứng dụng đưa ra gợi ý chính xác cho người mua về sản phẩm đang tìm kiếm, hay một số chương trình trợ giá, kích cầu của các doanh nghiệp đã và đang thực hiện.

Nhưng so với Amazon thì đó còn là thách thức rất lớn với các doanh nghiệp Việt khi không chỉ có những giải pháp giảm giá, miễn phí vận chuyển mà Amazon còn có chuỗi dây chuyền sản xuất, bán hàng trực tuyến, hệ thống vận chuyển logistic, những nhà kho lớn và chất lượng sản phẩm đạt chuẩn, điều mà các công ty thương mại của Việt Nam đang gặp rất nhiều khó khăn. Trong khi các công ty thương mại điện tử Việt Nam chỉ đóng vai trò trung gian thì Amazon có cách làm mới khi đóng vai trò là người trực tiếp cung cấp sản phẩm. Tất cả các quá trình thực hiện đều được vận hành một cách hiệu quả nhất từ chính các sản phẩm và bộ phận của Amazon.

Hai là: Sức ép tới phương thức bán lẻ truyền thống.

Xu hướng mua bán của người tiêu dùng Việt đang dần chuyển sang mua bán trực tuyến thay vì mua bán ở các cửa hàng truyền thống điều này giúp cho họ tốn ít thời gian và có thêm nhiều lựa chọn hơn. Thương mại điện tử hay cụ thể sự xuất hiện của Amazon sẽ là một vấn đề đối với ngành bán lẻ truyền thống của Việt Nam.

Theo số liệu Cục khảo sát dân số Mỹ năm 2017 đã có 10 hãng bán lẻ đệ đơn xin bảo hộ phá sản. Ngân hàng Thụy Sỹ Credit Suise ước tính trong năm 2017 có 8640 cửa hiệu cùng với hơn 13.5 triệu mét vuông diện tích các khu mua sắm phải đóng cửa do không có khách và gặp khó khăn về tài chính bởi sự ảnh hưởng của các trang bán lẻ trực tuyến. Hiện nay các trung tâm thương mại đang kết hợp với thương mại điện tử để

kinh doanh và phát triển nhưng chúng ta cần có những bước đi mới cụ thể hơn để có thể đứng vững trước sức ảnh hưởng của thương mại điện tử khi có thêm sự góp mặt của Amazon.

Những thách thức lớn khi có sự góp mặt của Amazon đó là sự cạnh tranh và sức ép dành cho thị trường bán lẻ truyền thống. Đây không chỉ là vấn đề, thách thức của Việt Nam mà còn là khó khăn chung của toàn khu vực và trên thế giới, cần có những giải pháp đúng đắn để giải quyết vấn đề đó trong tương lai.

3. Một số giải pháp trước sự có mặt của Amazon

Thứ nhất: Về phía doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Cần tìm hiểu kĩ về trang bán hàng trực tuyến Amazon, nắm bắt xu thế toàn cầu nghiên cứu đưa ra những sản phẩm có thể cạnh tranh hiệu quả cả về giá cũng như chất lượng sản phẩm, ngôn ngữ cũng là một yếu tố các doanh nghiệp cần trang bị kĩ lưỡng khi bán háng trên Amazon.

Thứ hai: Về phía các công ty thương mại điện tử lớn và thị trường bán lẻ truyền thống.

Cần có những giải pháp trung hạn và dài hạn trước sự có mặt của Amazon, cần phải biết rõ sức mạnh to lớn và tầm ảnh hưởng của Amazon tới thương mại điện tử. Chúng ta cần nâng cấp hạ tầng, mở rộng quy mô sản xuất, tạo ra dây chuyền sản xuất, cung ứng hiệu quả với giá thành hợp lí nhất….

Thứ ba: Về phía Chính phủ.

Chính phủ có thể ban hành các luật, kiện toàn hành lang pháp lý, quy định để hỗ trợ doanh nghiệp trong các chính sách đào tạo nguồn nhân lực, các quá trình xuất nhập khẩu thuế quan. Khuyến khích đưa ra những ưu đãi cho các công ty nước ngoài đầu tư vào Việt Nam. Tạo mọi điều kiện giúp cho cả các doanh nghiệp và đối tác phát triển một cách toàn diện nhất.

Tóm lại, sự góp mặt của Amazon làm cho thị trường thương mại điện tử Việt Nam trở nên cạnh tranh hơn, đồng thời cho thấy tiềm năng phát triển của tương mại điện tử trong tương lai. Rất có thế những công ty lớn về thương mại điện tử trên thế giới sẽ đầu tư vào Việt Nam. Nếu chúng ta biết tận dụng cơ hội và thời cơ hiện có, sẽ mang lại cho thị trường thương mại điện có điều kiện làm việc thuận lợi hơn phát triển nền kinh tế một cách sâu rộng hơn.

Tài liệu tham khảo:

https://baomoi.com/amazon-dang-thong-linh-thi-truong-thuong-mai-dien-tu-nhu-the-nao/c/27385179.epi

https://viettimes.vn/amazon-vao-viet-nam-suc-ep-hay-co-hoi-cua-doanh-nghiep-noi-166821.html

https://www.tienphong.vn/kinh-te/tin-do-mua-sam-viet-nam-trong-cho-gi-tu-amazon-1248449.tpo

Nghiên cứu khoa học sinh viên Tập 07/2019

Chịu trách nhiệm xuất bản
NGUYỄN ĐÌNH CẨN

Chịu trách nhiệm nội dung
NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH

Tham gia biên tập số này:

1. PGS. TS. ĐẶNG VĂN DU
2. PGS. TS. HÀ MINH SƠN
3. PGS. TS. NGÔ THANH HOÀNG
4. PGS. TS. LÊ XUÂN TRƯỜNG
5. PGS. TS. NGUYỄN TIẾN THUẬN
6. PGS. TS. ĐÀO THỊ MINH THANH
7. TS. NGUYỄN MINH HOÀNG
8. ThS. VŨ DUY MINH

Trình bày và thực hiện
BAN QUẢN LÝ KHOA HỌC

Thiết kế bìa
Bùi Dũng Thắng