MỤC LỤC

TÀI CHÍNH VĨ MÔ

3. Quản trị rủi ro tín dụng tại các tổ chức tài chính vi mô

Hà Minh Hoàng - CQ54/15.08

8. Chính sách tín dụng đối với nền kinh tế tư nhân ở Việt Nam

Hồ Thị Minh Thư - CQ54/02.03

11. Giải pháp phát triển du lịch xanh ở Việt Nam

Bùi Thị Xuân Cúc - CQ54/16.01

16. Hoạt động kinh tế tự sản tự tiêu ở Việt Nam

Nguyễn Thiện Phúc - CQ55/22.05

TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP

20. Các nhân tố ảnh hưởng tới phát triển dịch vụ phi tín dụng của ngân hàng thương mại

Nguyễn Thị Phương Thảo - CQ54/15.02

23. Tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng tại ngân hàng thương mại

Nguyễn Phương Thảo - CQ55/15.03

27. Tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 tới nền kinh tế của Việt Nam - Giải pháp

Nguyễn Thảo Linh - CQ54/05.01; Nguyễn Như Quỳnh - CQ55/05.04

CÁC VẤN ĐỀ KINH TẾ

30. Vai trò của Ngân hàng Chính sách xã hội Việt Nam trong việc đẩy lùi nạn tín dụng đen

Lê Thị Huyền - CQ55/08.03

34. Ngân hàng và fintech: Cạnh tranh hay không?

Bùi Thị Hiền Lương - CQ54/15.03

38. Khởi nghiệp và bài toán tìm kiếm nguồn nhân lực cho các dự án khởi nghiệp tại Việt Nam

Nguyễn Thùy Dung - CQ55/11.05

41. Cơ hội, thách thức của Vingroup nếu gia nhập vào thị trường viễn thông di động?

Mai Thị Lan Anh - CQ54/11.01

46. Hạn chế hành vi chuyển giá của các doanh nghiệp FDI tại Việt Nam

Nguyễn Đức Huy - CQ56/08.01

52. Nhân tố nội tại ảnh hưởng đến chất lượng tín dụng của các ngân hàng thương mại

Nguyễn Hoàng Thu Trang - CQ56/11.10

TÀI CHÍNH QUỐC TẾ

56. Hồ tiêu Việt Nam - Bài toán cần có lời giải để thoát khỏi khó khăn và hội nhập kinh tế quốc tế

Hồ Trần Minh Quốc - CQ56/02.02

59. Ưu đãi thuế suất thuế nhập khẩu với linh kiện ngành công nghiệp ô tô - Cơ hội và thách thức

Khuất Duy Lộc - CQ54/02.02; Đoàn Châu Giang - CQ54/15.02

63. Thương mại điện tử - Cơ hội và thách thức cho các hãng hàng không

Nguyễn Hồng Hạnh - CQ56/08.06

67. Chiến tranh thương mại với nguy cơ khủng hoảng nợ Việt Nam

Phạm Thị Trà My - CQ54/11.14; Nguyễn Văn An - CQ54/11.07

69. Xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang thị trường Mỹ - Thực trạng và giải pháp

Trần Thị Ngọc Ánh - CQ54/32.04; Nguyễn Nhật Minh - CQ55/09.01;

73. Trung Quốc xem xét gia nhập CPTPP

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

76. Kinh nghiệm của Israel về huy động vốn cho hoạt động khởi nghiệp

Vũ Thị Duyên - CQ55/11.13

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

□i□n tho□: 024.02191967; Email: noisansvnckh@gmail.com

Quản trị rủi ro tín dụng tại các tổ chức tài chính vi mô

Hà Minh Hoàng - CQ54/15.08

Tổ chức Tài chính vi mô (TCTCVM) là loại hình tổ chức tín dụng chủ yếu thực hiện một số hoạt động ngân hàng nhằm đáp ứng nhu cầu cá nhân, hộ gia đình có thu nhập thấp và doanh nghiệp siêu nhỏ. Khác với các loại hình tổ chức tín dụng khác trên thị trường, mục tiêu hoạt động của TCTCVM gồm mục tiêu về tài chính và mục tiêu xã hội. Trong quá trình thực hiện các mục tiêu của mình, TCTCVM có thể gặp những sự kiện gây ra tổn thất về tài chính và ảnh hưởng tiêu cực tới xã hội do các nhân tố khách quan hoặc chủ quan.

Đối với TCTCVM, rủi ro liên quan đến bất kỳ sự kiện hoặc vấn đề có thể xảy ra và tác động xấu đến thành tích của một dự án hoặc chương trình mục tiêu.

Khi có tổn thất xảy ra trong hoạt động TCTCVM đến từ nhiều nguyên nhân khác nhau như chính sách, kế hoạch thực hiện đề ra chưa hiệu quả, môi trường pháp lý còn nhiều bất cập, biến động giá cả thị trường, biến động lãi suất, do nhân viên thực hiện sai quy trình… làm ảnh hưởng tới mục tiêu tài chính và mục tiêu xã hội.

Căn cứ vào tính chất rủi ro, rủi ro trong hoạt động TCTCVM chia làm 3 loại:

Rủi ro hoạt động

Các loại rủi ro hoạt động này gây ra các tổn thất về mặt tài chính và hiệu quả xã hội tiêu cực liên quan đến con người, quy trình và hệ thống khi xử lý các sự kiện phát sinh. Có 5 loại rủi ro hoạt động: rủi ro con người, rủi ro quy trình, rủi ro hệ thống, rủi ro sự kiện bên ngoài, rủi ro pháp lý và tuân thủ.

Rủi ro tài chính

Rủi ro tài chính tạo ra tổn thất về tài chính và hiệu quả xã hội tiêu cực đến từ sự đáo hạn, tiền tệ, định giá lại, cấu trúc tập trung tài sản và nợ của TCTCVM. Có 5 loại rủi ro tài chính: rủi ro tín dụng, rủi ro thanh khoản, rủi ro thị trường (lãi suất và tỉ giá hối đoái), rủi ro danh mục đầu tư và rủi ro an toàn vốn.

Rủi ro chiến lược

Rủi ro chiến lược gây ra tổn thất tài chính và hiệu quả xã hội tiêu cực liên quan đến định hướng chiến lược của tổ chức: công tác quản lý kém hoặc cấu trúc quản lý không hiệu quả, nhiệm vụ, tầm nhìn, sứ mệnh, kế hoạch chiến lược một tổ chức kém.

Quản trị rủi ro là quá trình tiếp cận rủi ro một cách khoa học và có hệ thống nhằm nhận dạng, kiểm soát, phòng ngừa và giảm thiểu những tổn thất, mất mát, những ảnh hưởng bất lợi của rủi ro đồng thời tìm cách biến rủi ro thành những cơ hội thành công. Mục tiêu của quản trị rủi ro là nhận dạng hết các rủi ro, kiểm soát rủi ro, phòng ngừa rủi ro có thể xảy ra, giảm thiểu tổn thất hoặc những ảnh hưởng bất lợi, có những biện pháp khắc phục tổn thất rủi ro gây ra nhằm đạt mục tiêu tài chính và mục tiêu xã hội của TCTCVM. Ngoài mục tiêu trên, quản trị rủi ro còn hướng đến làm tăng giá trị cho khách hàng, tác động văn hóa tổ chức nhằm tạo động lực làm việc cho nhân viên và tăng giá trị thương hiệu của tổ chức. Để quản trị rủi ro tốt, TCTCVM sử dụng 3 yếu tố: kiểm soát nội bộ, kiểm toán nội bộ và kiểm toán bên ngoài như các công cụ quản trị rủi ro tín dụng.

Hoạt động tín dụng trong TCTCVM có thể phải đối mặt với tình trạng khách hàng không thanh toán hoặc không có khả năng thanh toán nợ gốc và lãi khoản vay đúng hạn. Nếu tỷ lệ khách hàng thanh toán chậm hoặc mất khả năng thanh toán quá cao đồng nghĩa với việc TCTCVM không thu hồi được vốn vay, chi phí quản lý nợ quá hạn tăng cao làm mục tiêu tài chính không đạt được. Điều này gây hậu quả nghiêm trọng này làm ảnh hưởng đến sự luân chuyển dòng tiền TCTCVM, trực tiếp ảnh hưởng đến tính thanh khoản tổ chức.

Rủi ro tín dụng trong hoạt động cho vay của TCTCVM là tổn thất có khả năng xảy ra đối với nợ của TCTCVM do khách hàng không thực hiện hoặc không có khả năng thực hiện một phần hoặc toàn bộ nghĩa vụ của mình theo cam kết vay. Có hai loại rủi ro tín dụng:

- Rủi ro giao dịch là các rủi ro liên quan đến các giao dịch cho vay cụ thể.

- Rủi ro danh mục đầu tư là những rủi ro phát sinh từ cho vay trong lĩnh vực ngoài kiểm soát của TCTCVM, các loại tín dụng tập trung vào một lĩnh vực cụ thể hoặc cho vay cụ thể đối với một số khách hàng lớn.

Khách hàng của TCTCVM đa số là người có thu nhập thấp, kiến thức tài chính không nhiều và dễ bị tổn thương nên rủi ro tín dụng là không thể loại bỏ. Vì vậy, các nhà quản trị TCTCVM cần quản trị loại rủi ro này một cách triệt để mới có thể đồng thời đạt hai mục tiêu của tổ chức. Rủi ro tín dụng phổ biến nhất là sự suy giảm chất lượng danh mục cho vay dẫn đến tổn thất cho vay và chi phí quản lý nợ quá hạn cao.

Quản trị rủi ro tín dụng là quá trình TCTCVM tác động đến hoạt động tín dụng thông qua bộ máy và công cụ quản lý để phòng ngừa, cảnh báo, đưa ra các biện pháp nhằm hạn chế đến mức tối đa việc không thu được đầy đủ cả gốc và lãi của khoản vay

hoặc thu gốc và lãi đúng hạn. Khách hàng không thể hoàn vốn thì mục tiêu xã hội của tổ chức cũng không đạt hiệu quả, ảnh hưởng xấu đến mục tiêu của tổ chức.

Nội dung quản trị rủi ro tín dụng trong TCTCVM: Để hạn chế rủi ro tín dụng thì nhà quản lý cấp cao TCTCVM phải xây dựng chiến lược quản trị rủi ro tín dụng hiệu quả, nhận diện và phân tích rủi ro tín dụng, đo lường rủi ro tín dụng, kiểm soát rủi ro tín dụng và xử lý rủi ro tín dụng.

*** Xây dựng chiến lược quản trị rủi ro tín dụng**

Rủi ro dù muốn hay không vẫn luôn tồn tại song hành trong quá trình hoạt động của các TCTCVM. Chính vì vậy, để quản lý tốt các loại rủi ro nói chung và rủi ro tín dụng nói riêng mỗi TCTCVM cần xây dựng cho mình một chiến lược quản trị rủi ro tín dụng phù hợp.

Nội dung chiến lược quản trị rủi ro tín dụng được xây dựng trên cơ sở thực hiện phân tích môi trường kinh doanh, chiến lược phát triển chung, các nguồn lực, đặc điểm khách hàng, các nguy cơ rủi ro trong quá trình hoạt động cũng như mức độ rủi ro mà tổ chức có thể chấp nhận và kiểm soát được (khẩu vị rủi ro). Một chiến lược quản trị rủi ro tín dụng hiệu quả cần có chỉ dẫn về mô hình quản trị rủi ro tín dụng, chính sách tín dụng, quy trình tín dụng, phương pháp đo lường và đánh giá tác động của rủi ro cũng như hệ thống các công cụ để kiểm soát rủi ro đối với hoạt động tín dụng.

Mục tiêu của chính sách quản trị rủi ro tín dụng là các TCTCVM phải xác định rõ những nội dung, biện pháp cần thực hiện để hạn chế và giảm thiểu tác động của rủi ro. Trong chính sách này, các TCTCVM cũng cần quy định rõ trách nhiệm của các cá nhân và phòng ban trong việc xây dựng chiến lược và các quyết định quản lý rủi ro.

*** Nhận diện và phân tích rủi ro tín dụng**

Nhận diện rủi ro tín dụng là TCTCVM xác định được các dấu hiệu rủi ro tín dụng trước, trong và sau khi cho vay.

Do vậy, rủi ro tín dụng nhận biết thông qua các dấu hiệu: Thái độ thiếu trung thực, cung cấp thông tin không đầy đủ, thiếu hợp tác với nhân viên tín dụng TCTCVM, trình độ quản lý kinh tế kém, không có kinh nghiệm điều hành sản xuất kinh doanh, phẩm chất cá nhân không tốt. Trong quá trình cho vay gồm các dấu hiệu trả nợ không đúng hạn, nguồn tiền trả nợ từ việc vay nguồn khác, số tiền vay sử dụng sai mục đích vay, các tài sản thế chấp (nếu có) được sử dụng thế chấp cho các khoản vay khác, khoản vay không được bảo hiểm, hoạt động kinh doanh có dấu hiệu suy giảm,…

Các dấu hiệu này có thể nhận biết thông qua quá trình đánh giá khách hàng về mục đích vay, khoản vay, kỳ hạn vay, khả năng thanh toán, tài sản đảm bảo (nếu có), kế hoạch trả nợ và các vấn đề khác như trình độ học vấn, phẩm chất cá nhân… Muốn đánh giá mức độ rủi ro tín dụng của khách hàng, TCTCVM cần thu thập đầy đủ và chính xác các thông tin về khả năng, thiện chí trả nợ, phương án sử dụng vốn vay. Khách hàng TCTCVM là người có thu nhập thấp, họ ít có cơ hội hoặc không đủ điều kiện vay tại các ngân hàng nên thông tin của họ trên hệ thống thông tin tín dụng không sẵn có. Bên cạnh thông tin do khách hàng cung cấp, cán bộ tín dụng TCTCVM phải thu thập thông tin về khách hàng thông qua những lần thăm gia đình, địa điểm kinh doanh, thông tin từ những người xung quanh, cán bộ quản lý địa phương…

Dựa vào các dấu hiệu rủi ro tín dụng này mà việc phân tích đánh giá rủi ro ở mức nào để ra quyết định tín dụng và đưa ra các biện pháp ngăn ngừa và hạn chế rủi ro tín dụng xảy ra.

*** Đo lường rủi ro tín dụng**

Đo lường rủi ro tín dụng là việc lượng hóa mức độ rủi ro tín dụng thông qua các chỉ số làm cơ sở cho nhà quản lý cấp cao TCTCVM xem xét khả năng chấp nhận rủi ro hay không.

Thông thường, rủi ro tín dụng được đánh giá bởi hệ số nợ quá hạn, hệ số nợ xấu, hệ số rủi ro mất vốn, hệ số khả năng bù đắp rủi ro… Sử dụng các chỉ tiêu về nợ để đo lường rủi ro tín dụng mang lại nhiều lợi ích cho các TCTCVM như: dễ theo dõi, tính toán đơn giản, hơn thế còn đánh giá được quy mô dư nợ và tỷ lệ nợ khó thu hồi, từ đó xác định được mức độ tổn thất làm căn cứ sử dụng nguồn dự phòng rủi ro hay lợi nhuận để bù đắp. Bên cạnh đó, khi sử dụng các chỉ tiêu này cũng tồn tại những hạn chế nhất định như: chỉ thể hiện mức độ rủi ro tại một thời điểm nhất định trong quá khứ, dễ dàng thay đổi tỷ lệ nợ xấu bằng việc tăng hoặc giảm dư nợ tín dụng trong khi mức độ rủi ro lại không thay đổi, khó ước tính các rủi ro trước khi cấp tín dụng cho một khoản vay vi mô dẫn đến TCTCVM khó đưa ra quyết định tín dụng hoặc về mức bù rủi ro.

*** Kiểm soát rủi ro tín dụng**

Kiểm soát rủi ro tín dụng được thực hiện trước hoặc sau khi rủi ro tín dụng xảy ra.

- Kiểm soát rủi ro tín dụng trước khi rủi ro - Phòng ngừa rủi ro:

+ Hình thành văn hóa rủi ro trong tổ chức.

+ Xây dựng chính sách tín dụng hợp lý.

+ Tuân thủ quy trình tín dụng.

+ Áp dụng hệ thống kiểm soát nội bộ hiệu quả các khâu liên quan đến quy trình cho vay.

+ Chính sách cán bộ tín dụng và quản lý rủi ro tín dụng.

+ Đa dạng hóa danh mục cho vay, duy trì tỷ lệ an toàn cho vay.

+ Thực hiện tốt các hình thức bảo đảm tín dụng.

+ Thực hiện việc đào tạo và hỗ trợ khách hàng.

+ Thường xuyên phân tích chất lượng tín dụng, phân loại khoản vay.

- Kiểm soát rủi ro tín dụng sau rủi ro - Khắc phục rủi ro, hạn chế tổn thất:

Các TCTCVM đều có những biện pháp phòng ngừa rủi ro nhưng không thể lường hết mọi rủi ro trong hoạt động tín dụng nên tổ chức này cần phải có những biện pháp hữu hiệu thu hồi khoản nợ quá hạn trước khi áp dụng thanh lý nợ nhằm khắc phục rủi ro:

+ Thực hiện phân loại nợ, trích lập dự phòng rủi ro và sử dụng dự phòng có hiệu quả.

+ Động viên khích lệ khách hàng trả nợ.

+ Động viên cán bộ tín dụng đòi nợ.

+ Có chính sách phạt đối với nợ quá hạn.

+ Hỗ trợ nhằm nâng cao khả năng trả nợ của khách hàng.

+ Biện pháp thanh lý nợ.

Các công cụ giúp tổ chức thanh lý nợ khó đòi: phát mại tài sản thế chấp (nếu có), kết hợp cơ quan pháp lý cưỡng ép buộc thu hồi nợ, sử dụng nghiệp vụ mua bán nợ trên thị trường. Tùy vào trường hợp cụ thể mà TCTCVM sẽ đưa ra những biện pháp thanh lý nợ phù hợp.

Tài liệu tham khảo:

Phạm Hồng Hải (2016), "Quản trị rủi ro trong tổ chức tài chính vi mô", Học viện Phụ nữ Việt Nam, Hà Nội.

Phan Thị Hồng Thảo (2019), "Hiệu quả tài chính của các tổ chức tài chính vi mô chính thức tại Việt Nam", Luận án Tiến sỹ Kinh tế, Học viện Ngân hàng.

Chính sách tín dụng đối với nền kinh tế tư nhân ở Việt Nam

Hồ Thị Minh Thư - CQ54/02.03

Sau hơn 30 năm đổi mới, quan điểm của Đảng và Nhà nước về kinh tế tư nhân (KTTN) đã có nhiều thay đổi: từ không được coi trọng, khu vực này đã trở thành "động lực quan trọng" trong phát triển nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam. Nhà nước đã đưa ra một số chính sách để làm cho KTTN phát triển đúng với kì vọng, trong đó có chính sách tín dụng và lãi suất ngân hàng. Trong quá trình thực hiện, chính sách này đã đem lại nhiều thành tựu đáng kể cho nền KTTN, bên cạnh đó vẫn tồn tại một số bất cập.

Thành tựu đạt được

Một là, các chính sách tín dụng đối với KTTN đã đem lại nhiều kết quả cao, khả quan cho nền kinh tế.

- Theo báo cáo của Tổng cục Thống kê, năm 2018 tăng trưởng tín dụng của hệ thống ngân hàng đối với nền kinh tế đạt 14%, cao hơn năm 2017 (11,2%) và số liệu được NHNN công bố, đến ngày 24/9, dư nợ tín dụng đối với nền kinh tế đã tăng 8,64% so với cuối năm 2018, tương đương hơn 623.000 tỷ đã được giải ngân thêm ra nền kinh tế.

- Kết quả này có được là nhờ sự hoạt động tích cực của các tổ chức tín dụng trong việc triển khai thực hiện các chính sách của ngân hàng nhà nước về giảm lãi suất cho vay và không phân biệt thành phần kinh tế. Điều này giúp cho các doanh nghiệp tư nhân ở Việt Nam có cơ hội tiếp cận nguồn vốn vay với chi phí thấp hơn, đảm bảo kinh doanh liên tục và đạt hiệu quả cao hơn.

Hai là, các chính sách tín dụng mang lại nhiều lợi ích cho các doanh nghiệp.

- Trong chính sách tiền tệ, ngân hàng nhà nước thực hiện giảm lãi suất và giữ tỉ giá ổn định giúp tạo dựng niềm tin cho các doanh nghiệp, cho KTTN; giúp các doanh nghiệp yên tâm trong quá trình sản xuất kinh doanh, mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh. Các chính sách hỗ trợ giảm tổn thất được ưu tiên thực hiện, điều này giúp cho các doanh nghiệp gia tăng được lợi nhuận, tích cực đầu tư cho quá trình sản xuất, giúp

doanh nghiệp kinh doanh ngày càng linh hoạt, năng động và đáp ứng được các nhu cầu ngày càng cao hiện nay.

- Chính sách tín dụng phù hợp giúp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp. Nhờ nguồn vốn vay của ngân hàng mà doanh nghiệp có thể khắc phục khi gặp khó khăn trong kinh doanh, hoặc doanh nghiệp có nguồn vốn để mở rộng quy mô sản xuất, đầu tư đổi mới công nghệ… giúp doanh nghiệp ngày càng phát triển.

Ba là, các chính sách tín dụng phù hợp đã có tác động tích cực đối với KTTN, điều này giúp tác động ngược trở lại tới toàn xã hội theo hướng hiệu quả hơn. Từ nguồn vốn tín dụng, các doanh nghiệp tư nhân có thể thành lập và mở rộng hơn, điều này giúp cho nhu cầu về nguồn nhân lực và lao động của các doanh nghiệp ngày càng nhiều và lớn hơn. Từ đó giúp:

- Thu hút và tạo việc làm cho nhiều lao động tại Việt Nam, cụ thể: việc thành lập các doanh nghiệp mới và mở rộng các doanh nghiệp đã thu hút và tạo việc làm cho hơn 3,5 triệu lao động, trong đó có hơn 110 nghìn lao động thuộc hộ nghèo và gia đình chính sách vay vốn đi xuất khẩu lao động có thời hạn ở nước ngoài.

- Hơn 3,5 triệu lượt học sinh, sinh viên có hoàn cảnh khó khăn được vay vốn học tập, xây dựng nhiều công trình nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn.

Bên cạnh những thành tựu có được thì chính sách tín dụng của Nhà nước còn tồn tại một số hạn chế như sau:

Thứ nhất, doanh nghiệp tư nhân đang gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận nguồn vốn tín dụng ngân hàng.

KTTN chủ yếu hiện nay vẫn là kinh tế hộ gia đình cá thể, chiếm đến 95% tổng số chủ thể KTTN. Số lượng doanh nghiệp của khu vực này gia tăng hàng năm nhưng chủ yếu là các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, với quy mô dưới 1 tỷ đồng. Việc này chứng tỏ rằng khối KTTN rất cần vốn lớn để có thể mở rộng và phát triển hoạt động kinh doanh nhưng lại khó tiếp cận với nguồn vốn, vì các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ không có tài sản thế chấp đảm bảo, vốn tự có ít, các ngân hàng và tổ chức tín dụng khó có thể cho vay vì quá rủi ro.

Thứ hai, nhu cầu vay vốn tín dụng của doanh nghiệp tư nhân và nguồn vốn tín dụng của ngân hàng khó có thể gặp nhau do các nguyên tắc và điều kiện để được vay vốn quy định rất nhiều các điều khoản mà doanh nghiệp có thể không đáp ứng đủ được.

Thứ ba, chính sách lãi suất còn dẫn đến tình trạng đóng cửa, giải thể của một số doanh nghiệp. Do lãi suất cho vay tăng cao, hiệu quả SXKD của hầu hết các DN đã bị giảm sút, nhiều DN bị thua lỗ, khả năng trả nợ bị suy giảm. Lãi suất vay cao, cùng với nguồn cung tín dụng bị hạn chế đã dẫn đến tình trạng hầu hết các DN buộc phải cơ cấu lại hoạt động SXKD, cắt giảm việc đầu tư, thu hẹp quy mô và phạm vi hoạt động. Nhiều DN có quy mô nhỏ, vốn ít, không chịu đựng được mức lãi suất cao, không có khả năng huy động vốn để duy trì hoạt động SXKD đã phải ngừng hoạt động, giải thể và phá sản.

Tóm lại, để KTTN có thể phát triển hiệu quả, nhanh chóng đúng với vai trò và vị thế của nó trong nền kinh tế thị trường hiện nay thì cần phải có nguồn vốn dồi dào và kịp thời. Vì vậy, chính sách tín dụng và lãi suất cho vay cần phát huy được vai trò quan trọng của mình đối với tương lai của khu vực kinh tế này bên cạnh sự phối hợp, chuyển động đồng thời của các chính sách liên quan, sự vào cuộc của các ngành, các cấp.

Tài liệu tham khảo:

https://www.sbv.gov.vn

http://cafef.vn/tang-truong-tin-dung-nam-2018-dat-14-no-xau-xuong-duoi-2-20190107094855182.chn

https://www.msn.com/vi-vn/news/other/l%C3%A3i-su%E1%BA%A5t-huy-%C4%91%E1%BB%99ng-t%C4%83ng-l%C3%A3i-vay-cu%E1%BB%91i-n%C4%83m-s%E1%BA%BD-t%C4%83ng-hay-gi%E1%BA%A3m/ar-AAGajIi

Thư giãn:

TẾ NHỊ TRONG QUAN HỆ

Peter kể cho Tom nghe về bữa tiệc hôm trước mà anh ta đi dự với bạn gái của mình là Ann:

Hôm đó nàng mặc một chiếc áo không dây vô cùng kiều diễm. Nàng khiến cho cả bữa tiệc phải ngắm nhìn từ đầu tới cuối. Tớ cảm thấy vô cùng tự hào vì bạn gái mới quen cho đến khi nàng đứng dậy khỏi ghế ngồi để ra sàn nhảy với tớ. Một thằng cha căng chú kiết nào đó vô tình dẫm lên chiếc váy của nàng. Nó tụt xuống làm cả phòng quay lại nhìn.

Tom cười đắc chí:

- Thế thì chắc nàng xấu hổ lắm nhỉ?

Peter thở dài với vẻ tiếc nuối:

- Tớ cũng chẳng biết nữa, lúc ấy làm sao tập trung được để mà nhìn mặt.

Giải pháp phát triển du lịch xanh ở Việt Nam

Bùi Thị Xuân Cúc - CQ54/16.01

Du lịch xanh là loại hình du lịch dựa vào tự nhiên và văn hoá, có giáo dục môi trường, đóng góp cho nỗ lực bảo tồn và phát triển bền vững, có sự tham gia tích cực của cộng đồng địa phương. Ngoài ra, du lịch xanh còn góp phần vào việc nâng cao dân trí và sức khoẻ cộng đồng thông qua các hoạt động giáo dục môi trường, văn hoá lịch sử và nghỉ ngơi giải trí. Bên cạnh các lợi ích về kinh tế, du lịch xanh còn được xem như một giải pháp rất có hiệu quả để bảo vệ môi trường sinh thái thông qua quá trình làm giảm sức ép khai thác nguồn lợi tự nhiên phục vụ nhu cầu của khách du lịch của người dân địa phương khi tham gia vào các hoạt động du lịch.

Những tiềm năng để phát triển du lịch xanh ở Việt Nam

Thứ nhất, nằm ở vành đai khí hậu nhiệt đới gió mùa, lãnh thổ Việt Nam trải dài trên 15 độ vĩ tuyến với 3/4 là địa hình đồi núi và cao nguyên, với hơn 3.200 km đường bờ biển, hàng ngàn hòn đảo... Trên lãnh thổ đó là nơi sinh sống của cộng đồng 54 dân tộc với lịch sử hàng ngàn năm dựng nước và đấu tranh giữ nước với nhiều truyền thống có những nét đặc trưng riêng, nhiều di tích văn hoá lịch sử nên Việt Nam, cùng với những nét riêng, tinh tế của nghệ thuật ẩm thực được hoà quyện, đan xen trên nền kiến trúc phong cảnh có giá trị triết học phương Đông đã tạo nhiều điều kiện phát triển du lịch xanh cũng như du lịch sinh thái.

Thứ hai, Việt Nam có sự đa dạng sinh học khá cao, cũng như các hệ sinh thái đặc trưng. Về thành phần các loài động thực vật, tại Việt Nam có tới 14.624 loài thực vật thuộc gần 300 họ. Về động vật có tới 11.217 loài và phân loài. Về các loài thú, Việt Nam có 10 loài đặc trưng nhiệt đới như: Cheo, đồi, chồn bay, cầy mực, culi, vượn, tê tê, voi, heo vòi, tê giác và đặc biệt trong thế kỉ 20 có 5 loài thú lớn mới được phát hiện thì đều ở Việt Nam. Việt Nam còn là một trung tâm của cây trồng nhân tạo.

Thứ ba, Việt Nam có một số hệ sinh thái tự nhiên đặc trưng gồm: Hệ sinh thái san hô ở Việt Nam khá giàu về thành phần loài, trong các rạn san hô quần tụ nhiều loài sinh vật khác nhau, nhiều loài có mầu sắc sặc sỡ và có giá trị kinh tế cao; Hệ sinh thái

đất ngập nước ở các vùng có những đặc thù riêng như: hệ sinh thái ngập mặn ven biển trải dài dọc bờ biển nuôi dưỡng một số lớn diệc, cò, cò lớn, cò quăm; Hệ sinh thái vùng cát ven biển của Việt Nam đa dạng với 60 vạn ha: hệ sinh thái vùng cồn cát trắng vàng; hệ sinh thái vùng đất cát biển; hệ sinh thái vùng đất cát đỏ...; Hệ sinh thái rừng nhiệt đới với nét đặc trưng là hệ thống các khu rừng đặc dụng là nơi lưu trữ các nguồn gen quý của nước ta phân bổ ở khắp từ Nam ra Bắc, từ đất liền tới các hải đảo.

Những lợi ích to lớn mà du lịch xanh mang lại

Một là, giữ vai trò giáo dục, nâng cao hiểu biết dân trí về môi trường sinh thái, văn hóa lịch sử, du lịch xanh sẽ mang lại cho du khách những kinh nghiệm, kiến thức mới mẻ và sự hiểu biết nhất định về một vùng đất lạ. Điểm khác biệt là bên cạnh việc hướng tới thưởng thức các giá trị thiên nhiên, du lịch xanh khiến bạn nhận thức rõ tầm quan trọng của thiên nhiên, sự tác động qua lại giữa hệ sinh thái và chất lượng sống của con người.

Hai là, du lịch xanh sẽ mang lại nguồn thu để phục vụ trở lại công tác bảo tồn cũng như giải quyết vấn đề việc làm, nâng cao thu nhập cho người dân, nhất là ở vùng sâu vùng xa - nơi có các khu bảo tồn tự nhiên và các cảnh quan thiên nhiên hoang sơ, hấp dẫn.

Ba là, sự phát triển của du lịch xanh sẽ tạo động lực để phát triển các ngành kinh tế khác, cũng như thu hút du lịch, xây dựng thương hiệu, hình ảnh đẹp của địa phương.

Bốn là, du lịch xanh cũng được coi như giải pháp bảo vệ môi trường xanh - sạch - đẹp, nâng cao sức khỏe cộng đồng. Môi trường sẽ không còn chịu nhiều ảnh hưởng từ hoạt động du lịch (quá trình khai thác, xây dựng cơ sở hạ tầng, rác thải du lịch…), sức ép khai thác nguồn lợi tự nhiên phục vụ nhu cầu du khách cũng giảm, khiến thiên nhiên được bảo tồn nguyên trạng.

Năm là, giảm thiểu tác động đến môi trường, đóng góp tích cực vào bảo vệ đa dạng sinh học, ít phát thải, sử dụng năng lượng tái tạo, giữ gìn và phát huy các giá trị di sản thiên nhiên, văn hóa, phát triển các sản phẩm thân thiện với môi trường. Du lịch xanh góp phần phát triển bền vững.

Những thách thức phải vượt qua để phát triển du lịch xanh

Thứ nhất, mặc dù có tiềm năng phát triển, song du lịch xanh ở Việt Nam mới ở giai đoạn khởi đầu. Du lịch xanh còn là loại hình du lịch mới cả về khái niệm lẫn tổ chức quản lý và khai thác tài nguyên phục vụ cho mục đích du lịch.

Thứ hai, công tác nghiên cứu, điều tra cơ bản và quy hoạch phát triển, đa dạng hóa sản phẩm du lịch xanh còn hạn chế. Nhiều địa phương, nhiều công ty lữ hành đã cố gắng xây dựng một số chương trình, tuyến du lịch mang sắc thái của du lịch xanh đã được xây dựng, song quy mô và hình thức còn đơn điệu, mờ nhạt, sản phẩm và đối tượng thị trường còn chưa rõ nên ít có khả năng thu hút khách.

Thứ ba, việc đào tạo nghiệp vụ cho đội ngũ cán bộ điều hành quản lý, hướng dẫn viên du lịch xanh còn chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển.

Thứ tư, thị trường khách của loại hình du lịch sinh thái ở Việt Nam còn rất hạn chế, phần lớn khách du lịch quốc tế đến các vườn quốc gia, khu bảo tồn thiên nhiên là từ các nước Tây Âu, Bắc Mỹ và Úc, còn khách nội địa là sinh viên, học sinh và cán bộ nghiên cứu. Trong số khách du lịch quốc tế đến Việt Nam hàng năm chỉ có khoảng 5 - 8% tham gia vào các tour du lịch sinh thái tự nhiên và khoảng 40 - 45% tham gia vào các tour du lịch tham quan - sinh thái nhân văn. Còn đối với thị trường khách du lịch nội địa tỷ lệ này thấp hơn.

Giải pháp phát triển du lịch xanh Việt Nam trong những năm tới

Một là, quan tâm tới đầu tư sản phẩm:

Quy hoạch, đầu tư phát triển sản phẩm du lịch dựa vào thế mạnh nổi trội và hấp dẫn về tài nguyên du lịch; tập trung ưu tiên phát triển sản phẩm du lịch biển, đảo, du lịch văn hoá và sinh thái; từng bước hình thành hệ thống khu, tuyến, điểm du lịch của quốc gia, của địa phương và các đô thị du lịch. Tích cực quảng cáo, truyền thông tới mọi người trong nước về hình thức, những trải nghiệm,… của loại hình du lịch xanh.

Phát huy thế mạnh và tăng cường liên kết giữa các vùng, miền, địa phương hướng tới hình thành sản phẩm du lịch đặc trưng theo bảy vùng du lịch: Vùng trung du, miền núi Bắc Bộ; vùng đồng bằng sông Hồng và duyên hải Đông Bắc, vùng Bắc Trung Bộ, vùng duyên hải Nam Trung Bộ, vùng Tây Nguyên, vùng Đông Nam Bộ, vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Hệ thống sản phẩm chất lượng, đặc sắc, đa dạng và đồng bộ, có giá trị tăng cao sẽ được xây dựng, bảo đảm đáp ứng nhu cầu của du khách; phát triển sản phẩm du lịch xanh, tôn trọng yếu tố tự nhiên và văn hoá địa phương.

Hai là, phát triển hạ tầng cơ sở vật chất và đào tạo nguồn nhân lực.

Việc đầu tư phát triển hệ thống hạ tầng giao thông công cộng, quy hoạch không gian công cộng, rồi thông tin, truyền thông, năng lượng, môi trường và các lĩnh vực liên quan phải đảm bảo được tính đồng bộ, đủ điều kiện và tiện nghi phục vụ du khách,

đặc biệt là hệ thống các khu, điểm du lịch, cơ sở lưu trú, nhà hàng, thông tin, tư vấn và các dịch vụ phục vụ du lịch...

Công tác đào tạo và phát triển nhân lực được tăng cường về chất lượng và số lượng, bảo đảm cân đối cơ cấu ngành nghề, trình độ đào tạo đáp ứng nhu cầu phát triển của ngành du lịch và hội nhập quốc tế. Mạng lưới cơ sở đào tạo cần được quan tâm đầu tư xây dựng hiện đại, đạt chuẩn hoá về chất lượng giáo viên và chuẩn hoá về giáo trình khung đào tạo.

Việc tổ chức thực hiện chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển nhân lực du lịch cần phù hợp với nhu cầu phát triển du lịch từng thời kỳ, từng vùng, miền trong cả nước. Cần quan tâm nhiều tới nhân lực quản lý và lao động có tay nghề cao, thực hiện đa dạng hoá phương thức đào tạo, khuyến khích đào tạo tại chỗ và tự đào tạo theo nhu cầu doanh nghiệp.

Ba là, phát triển thị trường, xúc tiến giới thiệu các sản phẩm du lịch, xây dựng thương hiệu du lịch:

Cần tập trung thu hút có lựa chọn các phân đoạn thị trường khách du lịch có khả năng chi tiêu cao và lưu trú dài ngày, trong đó chú ý các thị trường khách Đông Bắc Á, Đông Nam Á và Thái Bình Dương, Tây Âu, Đông Âu. Mở rộng thu hút khách đến từ các thị trường mới như Trung Đông, Ấn Độ.

Phát triển mạnh thị trường trong nước, quan tâm phân đoạn khách nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí, nghỉ cuối tuần và mua sắm. Đẩy mạnh xúc tiến, giới thiệu theo hướng chuyên nghiệp nhằm vào thị trường mục tiêu, lấy sản phẩm du lịch và thương hiệu du lịch là trọng tâm, gắn xúc tiến du lịch với xúc tiến thương mại, đầu tư và đối ngoại, văn hoá.

Tập trung phát triển thương hiệu du lịch quốc gia trên cơ sở phát triển thương hiệu du lịch vùng, địa phương, thương hiệu doanh nghiệp du lịch và sản phẩm du lịch, nhất là những thương hiệu có vị thế cạnh tranh cao trong khu vực và quốc tế. Trong lĩnh vực này cần đặc biệt đề cao yếu tố phối hợp giữa các ngành, các cấp và các địa phương để đảm bảo tính thống nhất.

Bốn là, đổi mới nâng cao hiệu quả quản lý

Nhà nước hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách về du lịch; nghiên cứu sửa đổi bổ sung Luật Du lịch nhằm tạo môi trường pháp lý thuận lợi cho phát triển.

Ngành du lịch cần đẩy mạnh việc áp dụng hệ thống các tiêu chuẩn ngành, kiểm tra, giám sát, duy trì chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch, hình thành hệ thống kiểm định, đánh giá và quản lý, qua đó tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh trong ngành du lịch. Tiếp tục đổi mới doanh nghiệp du lịch Nhà nước theo hướng cổ phần hoá toàn bộ vốn nhà nước, khuyến khích doanh nghiệp có tiềm lực và thương hiệu mạnh, phát triển doanh nghiệp du lịch vừa và nhỏ, đặc biệt là hộ gia đình gắn với phát triển du lịch cộng đồng, du lịch ở vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa.

Cần có chính sách ưu tiên hỗ trợ đầu tư và liên kết, huy động nguồn lực để tập trung đầu tư nâng cao năng lực và chất lượng cung ứng dịch vụ du lịch, hình thành một số trung tâm dịch vụ du lịch có tầm cỡ khu vực và quốc tế. Các khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia, đô thị du lịch; các khu, tuyến, điểm du lịch thuộc các địa phương có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn, vùng sâu, vùng xa nhưng có tiềm năng phát triển du lịch.

Thực hiện chính sách phát triển bền vững với chính sách ưu đãi phát triển du lịch sinh thái, du lịch xanh, du lịch cộng đồng, du lịch có trách nhiệm; khuyến khích xã hội hoá, thu hút các nguồn lực cả trong và ngoài nước vào các lĩnh vực liên quan của du lịch. Mở rộng hợp tác quốc tế, gắn thị trường du lịch Việt Nam với thị trường du lịch khu vực và thế giới; mở rộng quan hệ, tận dụng sự hỗ trợ quốc tế, tăng cường hội nhập và nâng cao hình ảnh, vị thế của du lịch Việt Nam trên trường quốc tế.

Kết luận

Việt Nam là một đất nước có tiềm năng lớn trong việc phát triển du lịch xanh với nguồn tài nguyên phong phú và đa dạng, có nhiều danh lam thắng cảnh đẹp cùng với các di tích lịch sử. Nền văn hoá đậm đà bản sắc dân tộc, con người hoà đồng thân thiện, là điểm đến của nhiều du khách. Chính vì vậy, việc phát triển du lịch xanh là thực sự cần thiết và đây cũng nên là định hướng lâu dài cho du lịch Việt Nam trong điều kiện đầy biến động của môi trường.

Tài liệu tham khảo:

https://timeoutvietnam.com/loi-ich-cua-nhung-chuyen-di-xanh-11151.html
http://css.hcmussh.edu.vn/?ArticleId=8c00a29b-2829-4ab3-9c41-01cfb0570f7b

Hoạt động kinh tế tự sản tự tiêu ở Việt Nam

Nguyễn Thiện Phúc - CQ55/22.05

Hoạt động kinh tế tự sản tự tiêu hiển hiện khắp mọi miền đất nước và nhờ hoạt động kinh tế tự sản tự tiêu, nhiều hộ gia đình đã đứng vững được trong nền kinh tế thị trường, có tác động lớn đến sự nghiệp xóa đói giảm nghèo của địa phương cũng như cả nước. Tuy nhiên, việc thống kê chưa đầy đủ đã khiến cho việc quản lý còn nhiều hạn chế, khiến cho hoạt động tự sản tự tiêu thường mang tính bộc phát, thiếu định hướng, chưa có sự phát triển bền vững nên tiềm ẩn nhiều rủi ro cho các hộ gia đình nói riêng và kinh tế địa phương nói chung.

Khái niệm kinh tế tự sản tự tiêu

Trong thời gian qua, đặc biệt kể từ khi Chính phủ Việt Nam phê duyệt Đề án thống kê khu vực kinh tế chưa được quan sát, các thuật ngữ "kinh tế chưa được quan sát", "kinh tế ngầm", "kinh tế phi chính thức", "kinh tế tự sản tự tiêu" đã được nhắc tới nhiều trên các phương tiện thông tin đại chúng. Tuy nhiên, nhiều nhà nghiên cứu vẫn còn có sự nhầm lẫn về định nghĩa của các thuật ngữ này.

Theo Tổng cục Thống kê, khu vực kinh tế chưa được quan sát (NOE) phản ánh kết quả của các đơn vị tham gia vào hoạt động sản xuất kinh doanh nhưng chưa có điều kiện để thu thập thông tin. Khu vực này bao gồm các bộ phận sau: (i) Kinh tế ngầm; (ii) Kinh tế bất hợp pháp; (iii) Kinh tế phi chính thức chưa được quan sát; (iv) Kinh tế tự sản, tự tiêu của hộ gia đình; (v) Hoạt động kinh tế bị bỏ sót trong chương trình thu thập dữ liệu thống kê.

Như vậy, kinh tế tự sản tự tiêu là một bộ phận của hoạt động kinh tế chưa được quan sát ở Việt Nam. Hoạt động kinh tế này diễn ra ở nhiều lĩnh vực, nhiều địa phương, tạo ra nhiều việc làm, hỗ trợ các hộ gia đình cải thiện cuộc sống, góp phần ổn định an sinh xã hội. Giá trị của các hoạt động tự sản tự tiêu của hộ gia đình là một phần kết quả sản xuất của nền kinh tế và bao gồm hai loại hàng hóa là hàng hóa hữu hình (sản phẩm ngành nông, lâm, thuỷ sản và sản xuất chế biến khác) và hàng hóa vô hình.

Trên thực tế, các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ do hộ gia đình sản xuất ra có thể đem bán trên thị trường, cũng có thể được giữ lại sử dụng cho tiêu dùng của chính hộ gia đình. Đây cũng là lý do cơ bản giải thích tại sao hoạt động kinh tế chưa được quan sát phải phân biệt hai khu vực kinh tế: khu vực kinh tế phi chính thức và khu vực kinh

tế tự sản tự tiêu của hộ gia đình. Đối với khu vực kinh tế phi chính thức, có hai đối tượng tham gia vào quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, đó là người sản xuất và người mua. Còn đối với khu vực kinh tế tự sản tự tiêu của hộ gia đình, quá trình sản xuất và tiêu thụ hoàn toàn khép kín và chủ yếu một đối tượng tham gia, đó là bản thân hộ gia đình. Việc phân chia ra hai khu vực kinh tế trên đây cũng nhằm giúp cho việc thu thập thông tin về mỗi khu vực được thuận tiện hơn.

Tóm lại, định nghĩa về hoạt động kinh tế tự sản tự tiêu của hộ gia đình có thể phát biểu như sau: *"Kinh tế tự sản tự tiêu là hoạt động sản xuất tạo ra sản phẩm vật chất và dịch vụ của hộ gia đình để tự tiêu dùng và tự tích luỹ cho chính các thành viên hộ gia đình"*. Mặt khác, các hoạt động kinh tế tự sản tự tiêu của hộ gia đình không bao gồm *"các hoạt động được tiến hành trong nội bộ của hộ gia đình hoặc các dịch vụ của cá nhân trong hộ gia đình, do các thành viên của chính hộ thực hiện, phục vụ cuộc sống thường nhật hàng ngày (tự nấu cơm, tự giặt quần áo, tự lau nhà…) cho chính các thành viên trong hộ gia đình đó, ngoại trừ các hoạt động làm thuê trong hộ gia đình*".

Vài nét về kinh tế tự sản tự tiêu ở Việt Nam

Thứ nhất, hoạt động kinh tế tự sản tự tiêu đảm bảo được mức sống tối thiểu cho các hộ gia đình. Điều này giúp các hộ gia đình tiết kiệm được một khoản chi phí sinh hoạt, và có thể sử dụng khoản chi phí này cho các mục đích hợp lý hơn. Tuy nhiên, quy mô hoạt động kinh tế tự sản tự tiêu của các hộ gia đình nhìn chung còn manh mún, nhỏ lẻ. Đối với lĩnh vực nông nghiệp, trong khi diện tích nông nghiệp ngày càng bị thu hẹp bởi quá trình đô thị hóa, hoạt động sản xuất manh mún được cho là một trong những nguyên nhân hàng đầu cản trở quá trình phát triển nông nghiệp, nông thôn theo hướng hiện đại, bền vững. Điều này là do mỗi hộ sản xuất nhỏ, riêng lẻ sẽ rất khó có được lượng vốn đủ lớn để đầu tư đổi mới công nghệ, hoặc nếu có đủ lượng vốn đó thì cũng không đủ không gian để có thể thực hiện cơ giới hóa. Kể từ khi được thừa nhận là đơn vị kinh tế tự chủ (năm 1988), sự phát triển kinh tế hộ gia đình nông thôn đã có sự chuyển biến tích cực cả về quy mô, tốc độ và cơ cấu. Theo Tổng cục Thống kê, tỷ lệ đóng góp của khu vực kinh tế phi chính thức đã được quan sát trong chỉ tiêu GDP Việt Nam năm 2015 là 14,34%; hoạt động tự sản, tự tiêu hộ gia đình đã được quan sát là 2,09%.

Thứ hai, có sự chuyển dịch cơ cấu trong kinh tế tự sản tự tiêu, từ chủ yếu hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp sang khu vực phi nông nghiệp. Lĩnh vực hoạt động của các hộ nông thôn ngày càng đa dạng, nhờ đó cơ cấu thu nhập của hộ cũng có sự thay đổi theo hướng bền vững hơn. Ngoài những ngành nghề truyền thống như trồng lúa và các loại cây ăn trái, cây công nghiệp, chăn nuôi gia súc, gia cầm..., các hộ đã chủ động chuyển đổi ngành nghề, chuyển đổi cơ cấu cây trồng vật nuôi không chỉ để

phục vụ nhu cầu tiêu dùng của chính mình mà còn để tạo nguồn thu nhập cao và ổn định hơn.

Mặc dù vậy, hoạt động kinh tế tự sản tự tiêu của các hộ gia đình còn phụ thuộc nhiều vào việc khai thác tự nhiên, nên nguy cơ cạn kiệt tài nguyên và ô nhiễm môi trường cao. Sản xuất mang nặng tính tự nhiên là đặc điểm phổ biến và là nguyên nhân quan trọng dẫn đến tình trạng kém bền vững trong hoạt động sản xuất kinh doanh của kinh tế hộ gia đình hiện nay, đặc biệt trong lĩnh vực nông nghiệp. Tại nhiều vùng, nhất là các tỉnh miền Trung và miền núi phía Bắc do điều kiện thời tiết khí hậu rất khắc nghiệt đã làm giảm mùa vụ và năng suất cây trồng vật nuôi.

Thứ ba, hoạt động tự sản tự tiêu đã thu hút được số lượng đông đảo lực lượng lao động nhàn rỗi ở khu vực nông thôn, giảm thiểu tỷ lệ vi phạm pháp luật do không có công ăn việc làm ổn định. Tuy nhiên, trình độ quản lý và chuyên môn nghiệp vụ của lao động trong hoạt động tự sản tự tiêu rất hạn chế, chủ yếu là theo kinh nghiệm từ đời trước truyền lại cho đời sau. Vì vậy, nhận thức của chủ hộ về luật pháp, về kinh doanh, cũng như về kinh tế thị trường rất hạn chế.

Thứ tư, khả năng tiếp cận nguồn vốn tín dụng phục vụ sản xuất, kinh doanh và đời sống của các hộ gia đình ở mức thấp. Điều này đã làm hạn chế quy mô hoạt động sản xuất kinh doanh, cản trở quá trình áp dụng khoa học công nghệ của hộ gia đình, làm giảm năng suất hoạt động kinh tế của hộ gia đình nói chung và hoạt động tự sản tự tiêu nói riêng.

Một số khuyến nghị

Thứ nhất, Chính phủ cần tiếp tục hoàn thiện các quy định pháp lý hỗ trợ khu vực kinh tế phi chính thức, đồng thời tăng cường năng lực thực thi pháp luật và trách nhiệm hành chính. Trong những năm qua, việc hoàn thiện hệ thống hành lang pháp lý ở Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu đáng ghi nhận, nhiều vấn đề cản trở quá trình phát triển kinh tế đã được gỡ bỏ, nhiều chủ thể trong nền kinh tế cũng đã được các cơ quan quản lý quan tâm, hỗ trợ, chẳng hạn như DNNVV. Tuy nhiên, do sự phát triển nhanh của nền kinh tế quốc dân, hệ thống văn bản quy phạm pháp luật còn chồng chéo, chưa bao quát hết các khía cạnh của nền kinh tế, đặc biệt đối với khu vực kinh tế chưa được quan sát. Chính những bất cập đã kìm hãm sự tăng trưởng của khu vực chính thức, đồng thời thúc đẩy các hoạt động kinh tế phi chính thức, hoạt động kinh tế ngầm phát triển.

Thứ hai, Chính phủ tăng cường hỗ trợ đào tạo nghề cho các hộ gia đình khu vực nông thôn, miền núi, tập trung vào những vùng đặc biệt khó khăn. Các cơ quan chuyên trách ở địa phương cần thường xuyên tổ chức các buổi tập huấn kĩ thuật cũng như các

lớp bổ túc kiến thức cho các hộ nông dân, mở rộng các cơ sở đào tạo nghề cho thanh niên nông thôn, miền núi và dân tộc thiểu số nhằm nâng cao trình độ và năng suất lao động của các hộ gia đình. Bên cạnh đó, Chính phủ cần tăng cường chính sách công và sự bảo vệ đối với lao động phi chính thức, đồng thời đẩy mạnh hoạt động tuyên truyền và hình thành các cơ chế khuyến khích, hỗ trợ một phần kinh phí để người lao động phi chính thức tham gia bảo hiểm xã hội tự nguyện cũng như sự linh hoạt trong mức đóng, phương thức đóng...

Thứ ba, cần có chính sách khuyến khích các hoạt động kinh tế tự sản tự tiêu vươn lên để gia nhập khu vực chính thức, trong đó tập trung vào việc ban hành các chương trình hành động cụ thể khuyến khích các hộ kinh doanh cá thể phát triển thành doanh nghiệp. Hiện nay, hoạt động kinh tế tự sản tự tiêu nói riêng và hoạt động kinh tế phi chính thức chưa được quan sát như buôn bán vỉa hè, chủ tiệm tạp hóa, xe ôm... vẫn còn rất phổ biến ở Việt Nam. Đây cũng là lý do khiến các hộ kinh doanh cá thể lẩn tránh được việc nộp thuế, khiến NSNN thất thu…

Thứ tư, đất đai là tư liệu sản xuất quan trọng đối với kinh tế tự sản tự tiêu của hộ gia đình, không chỉ đối với sản xuất nông nghiệp, mà còn đối với các hoạt động sản xuất phi nông nghiệp. Do vậy, cần tiếp tục chỉ đạo đẩy nhanh quá trình dồn điền, đổi thửa đất sản xuất nông nghiệp. Đồng thời, cần xây dựng chính sách cho phép và khuyến khích tích tụ ruộng đất một cách hợp pháp đối với các hộ gia đình có kinh nghiệm sản xuất nông nghiệp; nghiên cứu xây dựng chính sách trao quyền sử dụng đất đai lâu dài từ 50 năm trở lên cho các hộ gia đình sản xuất phi nông nghiệp...

Thứ năm, các cơ quan quản lý cần tăng cường các biện pháp thu thập thông tin về hoạt động kinh tế tự sản tự tiêu ở Việt Nam. Hoạt động sản xuất của hộ gia đình để tự tiêu dùng rất đa dạng và rất thiếu thông tin để tính toán. Nguồn thông tin để ước tính sản xuất của các hộ gia đình là điều tra mẫu định kỳ 2 năm một lần do Vụ thống kê Xã hội và Môi trường thực hiện. Tuy nhiên, hoạt động sản xuất kiêm nhiệm của các hộ rất đa dạng nên việc ước tính còn hạn chế, đặc biệt là loại hình tự sản tự tiêu không trả tiền. Do đó, các cơ quan chuyên trách của Chính phủ cần tiến hành các cuộc điều tra chuyên đề nhỏ tìm ra các hệ số để bổ sung và điều chỉnh số liệu.

Tài liệu tham khảo:

Hệ thống tài khoản quốc gia năm 2008 (System of National Accounts 2008 - UN).

Quốc hội (2014), Luật Doanh nghiệp 2014 số 68/2014/QH13 ngày 26/11/2014.

Thủ tướng Chính phủ (2009), Quyết định số 491/QĐ-TTg Về việc ban hành bộ tiêu chí quốc gia về nông thôn mới.

Thủ tướng Chính phủ (2019), Quyết định 146/QĐ-TTg về "Phê duyệt Đề án thống kê khu vực kinh tế chưa được quan sát".

Các nhân tố ảnh hưởng tới phát triển dịch vụ phi tín dụng của ngân hàng thương mại

Nguyễn Thị Phương Thảo - CQ54/15.02

Dịch vụ phi tín dụng là dịch vụ được ngân hàng cung cấp tới khách hàng để đáp ứng nhu cầu về tài chính, tiền tệ của khách hàng nhằm trực tiếp hoặc gián tiếp đem lại cho ngân hàng một khoản thu nhập bằng các khoản phí xác định thu được từ khách hàng, không bao gồm dịch vụ tín dụng.

Phát triển dịch vụ phi tín dụng theo chiều rộng đó là việc tăng qui mô, số lượng các dịch vụ phi tín dụng đã có và mở thêm dịch vụ phi tín dụng mới, nó gắn liền với việc đa dạng hóa các loại hình dịch vụ phi tín dụng ngân hàng. Đây là nội dung quan trọng nhất của chiến lược dịch vụ ngân hàng, bởi tăng qui mô, số lượng dịch vụ phi tín dụng đã có và phát triển thêm dịch vụ phi tín dụng mới sẽ làm đổi mới danh mục dịch vụ, tăng cường khả năng cạnh tranh của ngân hàng. Yếu tố quyết định đến sự tồn tại và phát triển của ngân hàng thương mại trong môi trường cạnh tranh. Phát triển dịch vụ phi tín dụng theo chiều sâu, có nghĩa là hoàn thiện dịch vụ phi tín dụng đã có, nó gắn liền với việc nâng cao chất lượng dịch vụ phi tín dụng, đó chính là tính chính xác, nhanh nhạy, tính tiện ích… mà dịch vụ phi tín dụng có thể mang lại cho khách hàng.

Các nhân tố chủ quan

Nhóm nhân tố thuộc về ngân hàng

Thứ nhất, năng lực tài chính: Trong việc phát triển các dịch vụ phi tín dụng ngân hàng, đặc biệt là những dịch vụ có tính hiện đại, không thể bỏ qua yếu tố năng lực tài chính. Nó được xem như một trong những nhân tố quan trọng nhất. Năng lực tài chính đủ mạnh quyết định những vấn đề nội sinh nhằm mạnh dạn trang bị các tài sản cần thiết (kể cả những tài sản hiện đại dựa trên công nghệ thông tin phát triển) cho việc kinh doanh ngân hàng. Nhiều hoạt động khác nhau cần có sự hỗ trợ đắc lực của vốn. Vốn giúp các Ngân hàng thương mại đưa ra những chiến lược quảng bá hay cạnh tranh hiệu quả sau khi có những nghiên cứu có giá trị về thị trường. Quy mô vốn lớn tạo ra một "tấm nệm chống đỡ rủi ro" dày sẽ dễ dàng chiếm được lòng tin của khách hàng, lòng tin của các đối tác trong cũng như ngoài nước.

Thứ hai, hạ tầng công nghệ thông tin: Nhu cầu sử dụng các dịch vụ Ngân hàng cũng như yêu cầu đối với chất lượng cung ứng của chúng luôn có xu hướng tăng lên theo sự phát triển của nền kinh tế. Đặc biệt trong bối cảnh cách mạng khoa học công nghệ, quá trình đưa công nghệ ứng dụng trong hoạt động kinh doanh nổi lên như một xu hướng tất yếu. Công nghệ trở thành yếu tố "nền" để các ngân hàng thương mại nghiên cứu phát triển dịch vụ của mình một cách tốt nhất nhằm thoả mãn khách hàng ngày một trở nên khó tính hơn.

Thứ ba, năng lực quản trị điều hành và chiến lược nguồn nhân lực: Năng lực quản trị điều hành của mỗi ngân hàng trong hệ thống quyết định sự phát triển của dịch vụ ngân hàng. Quản trị hiệu quả giúp duy trì sự ổn định, an toàn, bền vững và nâng cao năng lực kiểm soát.

Quản trị ngân hàng giúp đánh giá xu hướng phát triển của nền kinh tế cũng như phản ánh khả năng dự báo nhu cầu của thị trường. Dự báo chính xác nhu cầu của thị trường giúp cho ngân hàng đưa ra các chiến lược kinh doanh hiệu quả cũng như có các biện pháp dự phòng thích hợp. Ban quản trị ngân hàng phải là những người không chỉ giỏi chuyên môn mà còn có kiến thức pháp luật.

Thứ tư, chính sách khách hàng: Công nghệ ngân hàng trên thế giới ngày càng đa dạng và có nhiều thay đổi quan trọng khi cạnh tranh ngày một gia tăng giữa chính các tổ chức trong nước hay với nước ngoài. Nhu cầu của KH cũng thay đổi thường xuyên trong xu thế thay đổi của một thị trường vốn không còn mang tính truyền thống. Chính sách khách hàng cần được đưa ra phù hợp với mỗi giai đoạn, mỗi thời kì khác nhau. Chính sách khách hàng là kim chỉ nam cho mọi hoạt động phân đoạn thị trường cũng như xác định khách hàng mục tiêu từ đó tạo hiệu quả kinh doanh nhằm tối đa hoá lợi nhuận của ngân hàng.

Nhóm nhân tố thuộc về khách hàng

Thứ nhất, nhu cầu của khách hàng: Một ngân hàng có thể cung ứng dịch vụ cho nhiều nhóm khách hàng khác nhau như khách hàng cá nhân, khách hàng doanh nghiệp. Khách hàng của ngân hàng được xem như trung tâm của mọi hoạt động ngân hàng. Chiến lược mục tiêu của bất kỳ ngân hàng nào chính là tìm hiểu xem khách hàng cần gì và làm như thế nào nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Do vậy, phải dựa trên mong muốn của khách hàng và xu hướng thị hiếu để đưa ra các quyết định liên quan đến phát triển dịch vụ.

Thứ hai, năng lực đối tượng sử dụng dịch vụ: Đối với khách hàng cá nhân: Trình độ dân trí cao quyết định khả năng sử dụng dịch vụ tốt. Dịch vụ càng đa dạng, càng hiện đại đòi hỏi trình độ dân trí càng cao. Công nghệ ngân hàng vốn hiện đại và phức tạp, muốn sử dụng và làm chủ được công nghệ ngân hàng đòi hỏi người sử dụng phải được hướng dẫn và có một trình độ nhất định.

Đối với khách hàng doanh nghiệp: Đối với mỗi doanh nghiệp, công nghệ Ngân hàng chỉ thực sự được sử dụng có hiệu quả khi doanh nghiệp ý thức được việc sử dụng dịch vụ ngân hàng và có năng lực quản lý nó. Doanh nghiệp kí kết được nhiều hợp đồng giao kết với bạn hàng nước ngoài sẽ xuất hiện nhiều nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng.

Các nhân tố khách quan

Thứ nhất, môi trường chính trị và hệ thống hành lang pháp lý: Hoạt động của hệ thống Ngân hàng chịu tác động trực tiếp từ môi trường chính trị trong và ngoài nước. Đặc biệt, trong bối cảnh phát triển như vũ bão của cách mạng công nghiệp, sự giao thoa về loại hình hoạt động giữa các tổ chức tín dụng khiến cho hoạt động dịch vụ phi tín dụng ngân hàng chịu nhiều biến động lớn. Một môi trường ổn định tạo điều kiện phát triển tốt các hoạt động ngân hàng nhằm tạo ra hiệu quả lợi nhuận tốt và ngược lại.

Thứ hai, môi trường kinh tế: Hội nhập kinh tế quốc tế trong lĩnh vực ngân hàng tạo ra một sân chơi mới có tính bình đẳng trên bình diện quốc tế cho các ngân hàng cả trong lẫn ngoài nước. Nhờ có hội nhập kinh tế, các ngân hàng trong nước và các Ngân hàng khối ngoại sẽ xoá bỏ được rào cản phân biệt, điều đó cũng giúp hướng đến giảm dần sự can thiệp của Nhà nước, thậm chí còn có thể xoá bỏ trong nhiều trường hợp. Tuy nhiên, đây lại là hạn chế trong việc giữ lợi thế vốn có của các ngân hàng trong nước về khả năng tiếp cận khách hàng truyền thống, hay thế mạnh trong mạng lưới hoạt động ngân hàng.

Điều đó thúc đẩy các ngân hàng thương mại càng phải nỗ lực nhiều hơn trong xu thế hội nhập quốc tế càng sâu rộng trong việc phát triển sản phẩm dịch vụ phi tín dụng nhằm ổn định và đảm bảo phát triển bền vững trong bối cảnh cạnh tranh.

Thứ ba, môi trường xã hội: Dịch vụ ngân hàng thường chỉ quan tâm phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh tại những quốc gia mà kinh tế còn chậm phát triển hay tốc độ tăng trưởng GDP thấp. Khi nền kinh tế có mức độ tăng trưởng cao, quá trình phục vụ này không chỉ còn giới hạn ở khu vực sản xuất vật chất hay nhóm khách hàng doanh nghiệp nữa mà cơ cấu sản phẩm dịch vụ ngày càng mở rộng đối với nhóm dịch vụ phi tín dụng hướng tới đối tượng khoa học công nghệ. Tình hình kinh tế - xã hội, trình độ học vấn, văn hoá hay thậm chí các yếu tố như thói quen, tâm lý, địa chính là những yếu tố đặc trưng của môi trường xã hội tạo ra ảnh hưởng lớn đến thói quen của người dân. Theo xu thế thường thấy, dịch vụ ngân hàng ngày càng tập trung nhiều ở nơi nào mà nhiều người có năng lực lao động, thu nhập cao, trình độ lao động tốt hay có địa vị trong xã hội.

Tài liệu tham khảo:

http://www.123tailieufree.com/2015/05/phat-trien-dich-vu-phi-tin-dung-cua-cac-ngan-hang-thuong-mai-nha-nuoc-viet-nam.html

https://luanvanaz.com/cac-nhan-to-anh-huong-toi-phat-trien-dich-vu-phi-tin-dung-cua-nhtm.html

Tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng tại ngân hàng thương mại

Nguyễn Phương Thảo - CQ55/15.03

Chất lượng dịch vụ là một phạm trù rộng và có rất nhiều định nghĩa khác nhau tùy thuộc vào từng loại dịch vụ, nhưng bản chất của chất lượng dịch vụ nói chung được xem là những gì mà khách hàng cảm nhận được. Mỗi khách hàng có nhận thức và nhu cầu cá nhân khác nhau nên cảm nhận về chất lượng dịch vụ cũng khác nhau.

Chất lượng dịch vụ được đánh giá trên hai khía cạnh: chất lượng kỹ thuật và chất lượng kỹ năng. Chất lượng kỹ thuật liên quan đến những gì được phục vụ còn chất lượng chức năng nói nên chúng được phục vụ như thế nào.

Dịch vụ cung cấp tốt hay không là tùy thuộc vào người cung cấp dịch vụ qua thái độ, quan hệ bên trong công ty, hành vi, tinh thần phục vụ, sự biểu hiện bên ngoài, tiếp cận và tiếp xúc khách hàng. Muốn tạo dịch vụ tốt, phải có sự giao thoa giữa chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng.

Chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng tại ngân hàng thương mại (NHTM) là mức độ đáp ứng, hỗ trợ các yêu cầu của khách hàng trong tất cả các hoạt động của Ngân hàng một cách kịp thời, đầy đủ, chi tiết; tạo nên sự hài lòng, yên tâm, tin tưởng từ phía khách hàng khi sử dụng các sản phẩm dịch vụ tại NHTM.

Khi dịch vụ chăm sóc khách hàng tại ngân hàng đáp ứng được các yêu cầu bên ngoài như: yêu cầu về luật pháp, yêu cầu của khách hàng, yêu cầu về công nghệ, yêu cầu cạnh tranh với các đối thủ cũng như các yêu cầu bên trong về kỹ thuật đối với sản phẩm, năng lực con người, năng lực công nghệ, năng lực cạnh tranh của ngân hàng …. thì dịch vụ đó đạt chất lượng phù hợp. Nếu mức độ đáp ứng thấp hơn thì chất lượng thấp, mức độ đáp ứng cao hơn là chất lượng cao.

Chăm sóc khách hàng luôn luôn là một yêu cầu cấp thiết trong công việc kinh doanh. Khách hàng ngày nay - theo cách nói của các nhà kinh doanh - không phải là một "đám đông màu xám" mà họ là những con người đầy đòi hỏi, muốn được đối xử nhã nhặn, được tôn trọng và được nghe những lời cảm ơn chân thật. Những điều mà khách hàng đòi hỏi khi mua sản phẩm dịch vụ là rất nhiều và dường như vô tận. Vì vậy

hệ thống dịch vụ chăm sóc khách hàng theo một quy trình tận tình, chuyên nghiệp đang ngày càng quan trọng và cần thiết với các NHTM.

Trước đây quan điểm về dịch vụ chăm sóc khách hàng tại ngân hàng chỉ được hiểu là việc tập trung mọi nỗ lực để bán được các sản phẩm, chỉ đơn thuần xuất phát từ lợi ích ngân hàng. Nhưng quan điểm hiện đại chỉ ra rằng mọi mối quan hệ sẽ khó lòng thực hiện được nếu chỉ phát sinh và duy trì dựa trên cơ sở lợi ích từ một phía. Vì vậy thay đổi quan điểm về dịch vụ chăm sóc khách hàng cho đúng đắn và nhận thức một cách sâu sắc về nó là rất cần thiết. Dịch vụ chăm sóc khách hàng không chỉ nên xuất phát từ lợi ích của ngân hàng mà nên xuất phát từ lợi ích của cả ngân hàng và khách hàng. Việc hoạch định chiến lược chăm sóc khách hàng càng chi tiết, rõ ràng sẽ góp phần tạo nên sự thành công của ngân hàng.

Đối với các NHTM, do đặc trưng của NHTM là gắn liền với các hoạt động như được phép nhận tiền gửi với trách nhiệm hoàn trả; sử dụng tiền gửi của KH để cho vay, chiết khấu, đầu tư; thực hiện các khoản thanh toán và các dịch vụ ngân hàng cho khách hàng nên dịch vụ chăm sóc khách hàng tại các NHTM lại càng trở nên vô cùng quan trọng, mang tính chiến lược như: Duy trì KH hiện tại - tạo ra KH trung thành, thu hút khách hàng tiềm năng, giảm chi phí kinh doanh, vũ khí cạnh tranh của ngân hàng trong môi trường kinh doanh

Khi mà ngân hàng đã cung cấp hàng hóa, dịch vụ đáp ứng thực sự mong muốn của khách hàng và xây dựng mối quan hệ tốt đẹp cho cả hai. Khách hàng sẽ cảm thấy mình là một đối tác giao dịch của ngân hàng thay vì là nguồn thu của ngân hàng. Chính vì vậy ta có thể nói: " Dịch vụ chăm sóc khách hàng là mạch máu của tất cả các ngân hàng".

Các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng tại Ngân hàng thương mại

Chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng tại Ngân hàng thương mại được đánh giá các tiêu chí sau:

❖ ***Mức độ hài lòng của khách hàng***

Mức độ hài lòng của khách hàng là tiêu chí quan trọng nhất để đánh giá chất lượng dịch vụ bởi nâng cao chất lượng dịch vụ bằng cách này hay cách khác đều hướng tới sự hài lòng của khách hàng.

Bất kỳ một loại sản phẩm dịch vụ nào cũng nhằm để cung ứng và thỏa mãn các nhu cầu khác nhau của KH. Khác với sản phẩm vật chất, KH sử dụng dịch vụ CSKH tại ngân hàng không thể cầm nắm hay cất giữ mà chỉ có thể trải nghiệm bằng cách sử dụng dịch vụ. Ngày nay nhờ vào nền kinh tế thị trường, KH có thể dễ dàng lựa chọn

được ngân hàng và sử dụng dịch vụ CSKH tại NHTM nào mà mình muốn. Vì vậy giá trị kỳ vọng của KH vào dịch vụ CSKH tại NHTM ngày càng cao do đó yêu cầu đối với các NHTM ngày càng lớn.

Thực tế, sự hài lòng của khách hàng, mức độ hài lòng của KH cao hay thấp phụ thuộc vào rất nhiều khía cạnh. Trong hoạt động ngân hàng, các nhân tố ảnh hưởng tới mức độ hài lòng của KH bao gồm:

Thứ nhất, nhân tố phương tiện hữu hình: là nhân tố đánh giá dựa trên việc ngân hàng có thể đáp ứng được các kênh tiếp cận KH (điện thoại, email, mạng xã hội,…); khách hàng dễ dàng tìm kiếm số điện thoại, email của TTCSKH khi có nhu cầu liên hệ; khách hàng dễ dàng kết nối với TTCSKH, bất kể thời điểm nào, tại bất kỳ đâu.

Thứ hai, nhân tố tin cậy: là nhân tố đánh giá dựa trên việc ngân hàng thực hiện đúng tất cả các cam kết đối với khách hàng; khách hàng cảm thấy an tâm về việc bảo mật thông tin khi sử dụng các dịch vụ do TTCSKH cung cấp; ngân hàng sẵn sàng bồi hoàn tổn thất về tài chính do lỗi của cán bộ chăm sóc khách hàng gây ra; khách hàng an tâm khi sử dụng dịch vụ do biết đó là cán bộ chính thức của NH, không phải do thuê ngoài.

Thứ ba, nhân tố đáp ứng: là nhân tố đánh giá dựa trên việc ngân hàng đáp ứng được các nội dung như: khách hàng gặp được cán bộ CSKH/trả lời email ngay tại lần quay số đầu tiên/lần gửi email đầu tiên; khách hàng được hỗ trợ giải quyết vấn đề ngay trong cuộc gọi/email đầu tiên; bất kỳ cán bộ chăm sóc khách hàng nào đều có thể giải quyết nhu cầu mà không cần chuyển máy; thời gian chờ đợi kể từ khi đưa ra yêu cầu đến khi cán bộ chăm sóc khách hàng phản hồi trong cuộc gọi không quá 60s.

Thứ tư, nhân tố năng lực phục vụ: là nhân tố đánh giá dựa trên việc ngân hàng có đáp ứng được các nội dung như: cán bộ chăm sóc khách hàng lịch sự, nhã nhặn; Cán bộ chăm sóc khách hàng có đầy đủ kiến thức để tư vấn, giải đáp thắc mắc nhanh chóng, rõ ràng, chính xác; khách hàng có thể được giao tiếp, trao đổi với cấp quản lý của nhân viên chăm sóc khách hàng khi có nhu cầu.

Thứ năm, nhân tố thấu hiểu: là nhân tố đánh giá dựa trên việc ngân hàng đáp ứng được các nội dung như: cán bộ chăm sóc khách hàng hiểu đúng, đủ mọi nhu cầu của khách hàng, đưa ra được phương án hỗ trợ, giải quyết phù hợp với nhu cầu đó; cán bộ chăm sóc khách hàng có thái độ cầu thị, luôn ghi nhận những góp ý để cải tiến sản phẩm dịch vụ; nhân viên chăm sóc khách hàng của TTCSKH nhận diện được khách hàng quen (đã từng liên hệ với tổng đài).

Thứ sáu, nhân tố linh hoạt là nhân tố đánh giá dựa trên việc khách hàng có hài lòng về chất lượng dịch vụ CSKH của ngân hàng hay không; khách hàng có cho rằng

việc sử dụng dịch vụ CSKH tại ngân hàng là hữu ích và khách hàng có giới thiệu dịch vụ CSKH tới những KH khác hay không.

❖ ***Sự hoàn hảo của dịch vụ CSKH***

Sự hoàn hảo của dịch vụ CSKH tại NHTM là sự đáp ứng được mọi yêu cầu của KH, làm hài lòng KH khi sử dụng dịch vụ của NH. Một dịch vụ CSKH tại NH hoàn hảo được hiểu là sự gia tăng các tiện ích, phải đáp ứng nhanh gọn, sử dụng thuận lợi dễ dàng, giảm thiểu được các sai sót trong giao dịch, đảm bảo an toàn cho KH khi sử dụng và cũng làm giảm rủi ro trong quá trình sử dụng dịch vụ của NHTM. Dịch vụ CSKH tại NHTM hoàn hảo sẽ làm giảm thiểu những lời phàn nàn, khiếu nại, khiếu kiện của KH với NH và cũng đảm bảo hơn cho KH. Từ đó càng được củng cố niềm tin và sự yêu mến của KH đối với NH, giúp NH nâng cao được uy tín của mình.

❖ ***Thái độ và trách nhiệm của cán bộ CSKH***

Các cán bộ CSKH có trình độ nghiệp vụ vững vàng, luôn tận tình với KH, quan tâm và hướng dẫn KH một cách chu đáo sẽ tạo được sự tin tưởng và làm KH hài lòng. Bản thân dịch vụ có tính vô hình đặc trưng, nó mang lại cho KH một lợi ích nào đó và chắc chắn nó mang lại cho người được phục vụ cảm giác thỏa mãn. Vì vậy khi khách hàng sử dụng dịch vụ thì họ muốn nhận được sự tôn trọng, chủ động tìm hiểu nhu cầu của họ và làm họ thỏa mãn bằng thái độ phục vụ chân thành, có tinh thần trách nhiệm cao. Bản thân mỗi cán bộ CSKH ngoài việc hiểu rõ nghiệp vụ của NH thì còn cần phải nắm bắt được tâm lý KH, phải đặt địa vị của mình vào KH, luôn đáp ứng được nhu cầu của KH một cách đầy đủ.

❖ ***Năng lực cạnh tranh và đa dạng hóa dịch vụ CSKH***

Ngày nay các NHTM cạnh tranh nhau dựa trên việc đa dạng hóa dịch vụ CSKH đi kèm với nâng cao chất lượng CSKH, mà nâng cao chất lượng dịch vụ CSKH hiện nay phụ thuộc rất lớn vào công nghệ hiện đại. Công nghệ hiện đại là nền tảng, là cơ sở để quyết định sự phát triển của dịch vụ CSKH tại NHTM. Nếu công nghệ tại NH sử dụng không tiên tiến, không hiện đại thì chất lượng dịch vụ CSKH cũng không cao được. Do đó xu thế tất yếu của các NHTM là các thiết bị trong quá trình CSKH phải được trang bị các thiết bị công nghệ hiện đại, phải áp dụng công nghệ tiên tiến vào phát triển để mang lại chất lượng dịch vụ CSKH cao.

Tài liệu tham khảo:

PGS.TS. Đinh Xuân Hạng và TS. Nghiêm Văn Bảy, Giáo trình "Quản trị Ngân hàng Thương mại 1", Nhà xuất bản Tài chính năm 2012 - Đồng chủ biên.

TS. Đào Thị Minh Thanh và ThS. Nguyễn Sơn Lam, Giáo trình "Nghiên cứu Marketing", Nhà xuất bản Tài chính 2010 - Đồng chủ biên.

Tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 tới nền kinh tế của Việt Nam - Giải pháp

Nguyễn Thảo Linh - CQ54/05.01
Nguyễn Như Quỳnh - CQ55/05.04

Không thể phủ nhận rằng Cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0) với những công nghệ mới, hiện đại đã mang đến cho nhân loại rất nhiều cơ hội nhưng bên cạnh đó cũng đưa ra những thách thức lớn ảnh hưởng đến nền kinh tế cũng như xã hội ở các quốc gia. Bài viết này nêu lên những cơ hội cũng như thách thức mà cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 đến nền kinh tế của Việt Nam. Từ đó nêu ra một số giải pháp cụ thể.

Cách mạng công nghiệp 4.0 đem đến cơ hội gì cho thị trường tài chính Việt Nam?

Thứ nhất là, thực hiện quá trình tái cơ cấu nền kinh tế gắn với chuyển đổi mô hình tăng trưởng.

Việt Nam đang là điểm đến ưa thích của làn sóng đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) mới, qua đó tham gia nhiều hơn vào các chuỗi giá trị toàn cầu, là một "công xưởng lắp ráp" mới của nền kinh tế thế giới. Sự phát triển nhanh chóng của các ngành công nghiệp chế tạo thâm dụng lao động có định hướng xuất khẩu đang có tác động đáng kể đến quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Quá trình này giúp Việt Nam rút lao động ra khỏi nông nghiệp để chuyển sang làm việc trong các ngành công nghiệp và dịch vụ với năng suất và thu nhập cao hơn, qua đó mở ra nhiều cơ hội để đất nước thực hiện hiệu quả quá trình tái cơ cấu nền kinh tế gắn với chuyển đổi mô hình tăng trưởng, chuyển sang quỹ đạo tăng trưởng nhanh và bền vững hơn.

Thứ hai là, Cách mạng công nghiệp 4.0 giúp các doanh nghiệp trên thị trường Việt Nam có cơ hội mở rộng thị trường, từ đó thúc đẩy doanh nghiệp nói riêng cũng như nền kinh tế Việt Nam nói chung phát triển.

Các doanh nghiệp ứng dụng công nghệ vào sản xuất sản phẩm, điều này dẫn đến một sự thay đổi to lớn từ phía cung hàng hóa thông qua việc giảm chi phí và tăng năng suất lao động. Cùng với đó, chi phí giao thông vận tải và thông tin liên lạc sẽ giảm xuống, hậu cần và chuỗi cung ứng toàn cầu sẽ trở nên hiệu quả hơn, các chi phí thương mại được giảm bớt. Do đó thị trường của doanh nghiệp sẽ được mở rộng.

Những thách thức mà nền kinh tế phải đối mặt trong cách mạng công nghiệp 4.0.

Thứ nhất, đối với thị trường lao động:

Cách mạng công nghiệp 4.0 đòi hỏi chuyển đổi nguồn nhân lực từ lao động tay chân sang lao động trí thức. Nguồn nhân lực Việt Nam vẫn chưa sẵn sàng cho nền kinh tế tri thức. Việt Nam được xếp vào nước có năng suất lao động thấp, nguồn nhân lực qua đào tạo chỉ đạt 20%, lao động khi được tuyển dụng thường phải được doanh nghiệp đào tạo lại để đáp ứng yêu cầu công việc.

Thực tế, đa số việc làm ở Việt Nam là việc làm giản đơn, lao động tay chân. Chỉ có 10% số việc làm là công việc có chuyên môn hay trong vị trí quản lý. Với trình độ kỹ năng hạn chế của lực lượng lao động như hiện nay, người lao động sẽ khó khăn trong việc thích ứng với các loại công việc làm mới, đòi hỏi tri thức của công nghiệp 4.0. Tuy vậy, thời kỳ chuyển đổi luôn có sự tiếp nối và giao thoa của các thế hệ, nếu Việt Nam biết đầu tư đúng hướng cho thế hệ lao động tiềm năng đang ngồi trên ghế nhà trường từ bây giờ, nguồn lao động của nước ta sẽ thích ứng được với công nghiệp 4.0.

Thứ hai, CMCN 4.0 sẽ tạo ra sự cạnh tranh lớn trong lĩnh vực dịch vụ tài chính, ngân hàng, dịch vụ thanh toán trong bối cảnh các doanh nghiệp công nghệ tài chính - FinTech đang ngày càng mở rộng và phát triển.

Theo khảo sát, đánh giá của PwC (một trong 4 công ty kiểm toán hàng đầu thế giới hiện nay), kể từ năm 2018, tổng mức đầu tư vào FinTech trên toàn cầu có thể vượt mức 150 tỷ USD. Theo đó, miếng bánh thị phần của các nhà cung cấp dịch vụ tài chính trên thị trường sẽ dần co hẹp lại, cạnh tranh khốc liệt để chiếm lĩnh khách hàng giữa ngân hàng thương mại và công ty công nghệ là xu thế tất yếu.

Thứ ba, thách thức liên quan đến vấn đề an toàn, bảo mật thông tin khi sử dụng hệ sinh thái vạn vật kết nối (IOT - Mạng lưới vạn vật kết nối Internet). Việc này sẽ làm tăng nguy cơ xâm phạm đời tư, an ninh mạng và những vấn đề liên quan đến trách nhiệm của con người trong việc sử dụng các sản phẩm kết nối không dây…

Một số giải pháp

Để hạn chế các tác động của CMCN 4.0 đến nền kinh tế của Việt Nam thời gian tới, các giải pháp cần được tập trung thực hiện gồm:

Một là, xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực trong đó chú trọng công tác đào tạo nguồn nhân lực công nghệ cao; tăng khả năng ứng dụng công nghệ thông tin. Việc đào tạo, quan tâm tới chất lượng nguồn nhân lực công nghệ cao được thực hiện trên toàn hệ thống tài chính.

Việc đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ công nghệ thông tin tại các tổ chức tín dụng, các định chế tài chính cần được chú trọng để có đội ngũ cán bộ trình độ nghiệp vụ giỏi, tính chuyên nghiệp cao, đáp ứng nhu cầu quản trị vận hành và làm chủ các hệ thống công nghệ hiện đại. Bên cạnh đó, cần có liên kết đào tạo nâng cao trình độ, khảo sát công nghệ hiện đại trong nước và quốc tế, thực hiện các chế độ đãi ngộ chuyên gia.

Hai là, đẩy nhanh tiến độ xây dựng và hoàn thiện Chiến lược tài chính toàn diện trong đó nhấn mạnh vai trò ứng dụng công nghệ thông tin, khuyến khích sự phát triển hợp tác giữa ngân hàng và các công ty tài chính công nghệ Fintech; Thúc đẩy hệ sinh thái Fintech phát triển, trở thành một phần của hệ sinh thái trong chuỗi cung ứng sản phẩm dịch vụ tài chính, ngân hàng hiện đại.

Ba là, chú trọng quản lý an ninh mạng. CMCN 4.0 đã đẩy cao mức độ chia sẻ thông tin từ đó tạo ra một nhu cầu rất lớn về an ninh mạng. Theo đó, các ngân hàng và các định chế tài chính cần đặc biệt quan tâm đến việc xây dựng trung tâm Dự phòng dữ liệu (Disaster Recovery); nâng cấp hệ thống an ninh, bảo mật ở mức cao, đảm bảo việc mở rộng phạm vi hoạt động (nếu có) được ổn định, an toàn, mang lại hiệu quả lâu dài.

Bốn là, đẩy mạnh đổi mới và ứng dụng các công nghệ hiện đại thông qua việc xây dựng và hoạch định chiến lược về phát triển công nghệ thông tin, trong đó nhiệm xuyên suốt là nghiên cứu và ứng dụng các thành tựu công nghệ hiện đại được phát minh từ CMCN 4.0.

Năm là, các tổ chức tài chính nói riêng và các định chế tài chính nói chung cần tập trung thúc đẩy phát triển, tạo sự bứt phá về hạ tầng công nghệ hỗ trợ cho sự phát triển của toàn hệ thống. Cụ thể: Nhà nước tập trung đầu tư tài chính để phát triển hạ tầng công nghệ (đặc biệt là hạ tầng thanh toán quốc gia) phục vụ cho sự phát triển các sản phẩm dịch vụ của các tổ chức tài chính, các định chế tài chính; đồng thời xây dựng chính sách khuyến khích các tổ chức tài chính, các định chế tài chính phát triển các sản phẩm, dịch vụ tài chính, ngân hàng dựa trên công nghệ số.

Sáu là, tăng cường ứng dụng chuỗi cung ứng thông minh. Nguyên lý của CMCN 4.0 là tạo ra một mô hình chuỗi cung ứng mới gắn kết chặt chẽ hơn với nhu cầu của khách hàng. Chuỗi cung ứng mới này sẽ tạo ra một cơ sở dữ liệu duy nhất, làm cho chuỗi cung ứng thông minh hơn, minh bạch hơn và hiệu quả hơn ở mọi giai đoạn, từ khi phát sinh nhu cầu cho đến khi bàn giao dịch vụ, sản phẩm.

Tài liệu tham khảo:

http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/nghien-cuu-dieu-tra/tac-dong-cua-cach-mang-cong-nghiep-40-den-thi-truong-tai-chinh-viet-nam-145716.html

https://baotintuc.vn/kinh-te/tac-dong-co-hoi-va-vi-tri-cua-viet-nam-trong-cach-mang-cong-nghiep-40-20181121123907428.htm

http://vinalines.com.vn/vi/cach-mang-cong-nghiep-4-0-co-hoi-va-thach-thuc/

Vai trò của Ngân hàng Chính sách xã hội Việt Nam trong việc đẩy lùi nạn tín dụng đen

Lê Thị Huyền - CQ55/08.03

Nhu cầu đối với tài chính vi mô ở Việt Nam rất cao và thị trường tài chính vi mô chủ yếu do Ngân hàng Chính sách xã hội (NHCSXH) là đơn vị cung cấp chính. Sự thành công của loại hình ngân hàng này là nhờ việc cung cấp các dịch vụ và sản phẩm tài chính đa dạng, có chất lượng, lãi suất hợp lý, thuận tiện đến những khách hàng bên lề, không được hoặc ít được các Ngân hàng thương mại ở Việt Nam phục vụ; với một cung cách phục vụ đơn giản, hiệu quả, luôn ưu tiên bảo vệ quyền lợi khách hàng và giáo dục tài chính cho khách hàng. Đây chính là một trong những đối tượng rất dễ tiếp cận "tín dụng đen" do ưu tiên tính linh hoạt, thủ tục dễ dàng mà không lường trước được những rủi ro dài hạn.

NHCSXH được thành lập để thực hiện chính sách tín dụng ưu đãi đối với người nghèo và các đối tượng chính sách khác. Hoạt động của NHCSXH không vì mục đích lợi nhuận, được Nhà nước bảo đảm khả năng thanh toán, tỷ lệ dự trữ bắt buộc bằng 0%, không phải tham gia bảo hiểm tiền gửi, được miễn thuế và các khoản phải nộp ngân sách Nhà nước.

NHCSXH được thực hiện các nghiệp vụ huy động vốn, cho vay, thanh toán, ngân quỹ và được nhận vốn uỷ thác cho vay ưu đãi của chính quyền địa phương, các tổ chức kinh tế, chính trị - xã hội, các hiệp hội, các hội, các tổ chức phi Chính phủ, các cá nhân trong và ngoài nước đầu tư cho các chương trình dự án phát triển kinh tế - xã hội. NHCSXH là một trong những công cụ đòn bẩy kinh tế của Nhà nước nhằm giúp hộ nghèo, hộ cận nghèo và đối tượng chính sách có điều kiện tiếp cận vốn tín dụng ưu đãi để phát triển sản xuất, tạo việc làm, nâng cao thu nhập, cải thiện điều kiện sống, vươn lên thoát nghèo, góp phần thực hiện chính sách phát triển kinh tế gắn liền với xóa đói, giảm nghèo, bảo đảm an sinh xã hội, vì mục tiêu dân giàu nước mạnh - dân chủ - công bằng - văn minh.

Tín dụng đen là tổ hợp những khoản vay dưới chuẩn, trong đó người cho vay thực hiện những hành vi phi đạo đức hoặc trái pháp luật nhằm mục đích tư lợi cá nhân và thường gây ra hậu quả nghiêm trọng tới người đi vay.

Đặc điểm của tín dụng đen là sự cho vay do quen biết giữa các cá nhân, cư trú gần nhau; không tuân theo một chuẩn mực nào, trong đó vay nóng là chủ yếu; thủ tục cho vay đơn giản, có thể tiếp cận mọi lúc, mọi nơi, đáp ứng mọi nhu cầu; món vay thường có giá trị nhỏ, trong khi tài sản đảm bảo cực kỳ đa dạng, có thể là vật dụng, tài sản cá nhân đến nhà cửa, đất đai; có thể gia hạn nếu cần và quan trọng là cực kỳ rủi ro.

Tình trạng tín dụng đen bùng nổ bắt nguồn từ nhiều nguyên nhân, trong đó những nguyên nhân cơ bản là: Nhiều cá nhân, tổ chức gặp khó khăn về nguồn vốn mà không tiếp cận được nguồn vốn từ hệ thống tín dụng ngân hàng, do đó đến vay vốn tại các cơ sở tín dụng đen, các điểm cho vay nặng lãi. Cá biệt, một bộ phận người dân, nhất là giới trẻ, không chịu làm ăn, ham mê cá độ, cờ bạc, game online, đã vay nặng lãi để sử dụng vào mục đích ăn chơi không chính đáng của bản thân, khi cần thì lãi suất cao cũng chấp nhận vay. Với những người có nhu cầu vay thực sự như đóng tiền trọ, chữa bệnh, đóng học phí cho con… là không thể trì hoãn, nhưng do không thể vay từ ngân hàng, công ty tài chính… với những quy định, thủ tục chặt chẽ, thời gian ra quyết định cho vay kéo dài, nên họ tìm đến tín dụng đen, dù bản thân không chắc được khả năng trả nợ. Thực tế cho thấy, những người tìm đến tín dụng đen phần nhiều đều trong hoàn cảnh bế tắc, công việc bấp bênh, đa số không có bảo hiểm y tế. Thậm chí, tín dụng đen ngày càng nở rộ và biến tướng sang hình thức cho vay online với mức lãi suất lên tới vài trăm phần trăm mỗi năm. Đặc biệt, với sự hỗ trợ của công nghệ, người vay và người cho vay chỉ cần đăng nhập vào ứng dụng công nghệ là có thể tiến hành giao dịch vay mượn.

Kết quả thực hiện tín dụng chính sách của Ngân hàng Chính sách xã hội Việt Nam

Thứ nhất, về nguồn vốn

Để đảm bảo có đủ nguồn vốn thực hiện các chương trình tín dụng chính sách xã hội, Đảng, Quốc hội, Chính phủ, các Bộ, ngành Trung ương và chính quyền địa phương các cấp đã luôn quan tâm đến việc huy động và tập trung các nguồn lực tài chính, đáp ứng nhu cầu vay vốn của người nghèo và các đối tượng chính sách khác. Đến 31/01/2019, tổng nguồn vốn của NHCSXH đạt 198.045 tỷ đồng. Trong đó: Vốn ngân sách Trung ương cấp trực tiếp dưới hình thức vốn Điều lệ và vốn bổ sung các Chương trình mục tiêu giảm nghèo theo kế hoạch hàng năm đạt 31.501 tỷ đồng, chiếm 15,9% tổng nguồn vốn; Vốn do NHCSXH tự huy động trên thị trường, vay theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ, nhận tiền gửi 2% của các TCTD nhà nước và phát hành trái phiếu được Chính phủ bảo lãnh… được ngân sách cấp bù lãi suất đạt 154.159 tỷ đồng, chiếm 77,8% tổng nguồn vốn. Ngoài ra, các địa phương cũng đã quan tâm, ủy thác từ ngân sách địa phương sang NHCSXH để cho vay các đối tượng chính sách trên địa bàn với số tiền 12.385 tỷ, chiếm 6,3% tổng nguồn vốn do NHCSXH quản lý.

Thứ hai, về dư nợ

Đến 31/01/2019, tổng dư nợ các chương trình tín dụng chính sách xã hội do NHCSXH quản lý đạt 187.079 tỷ đồng, với hơn 8,3 triệu món vay của gần 6,7 triệu

khách hàng đang còn dư nợ. Trong 16 năm qua, kể từ khi thành lập đến nay, tổng doanh số cho vay đạt 508.521 tỷ đồng, đã giúp trên 34 triệu lượt hộ nghèo và các đối tượng chính sách khác được tiếp cận vốn tín dụng chính sách để tạo sinh kế, tạo việc làm, đáp ứng nhu cầu thiết yếu về đời sống.

Theo bà Trần Lan Phương, Phó Tổng Giám đốc NHCSXH, trong 16 năm qua, vốn tín dụng chính sách xã hội đã góp phần giúp hơn 5 triệu hộ vượt qua ngưỡng nghèo; thu hút, tạo việc làm cho gần 3,7 triệu lao động; trên 120 ngàn lao động thuộc gia đình chính sách được vay vốn đi làm việc ở nước ngoài; trên 3,6 triệu lượt học sinh, sinh viên có hoàn cảnh khó khăn được vay vốn học tập; xây dựng trên 11 triệu công trình nước sạch và vệ sinh môi trường ở nông thôn; gần 105 ngàn căn nhà cho hộ gia đình vượt lũ đồng bằng sông Cửu Long, trên 573 ngàn căn nhà cho hộ nghèo và trên 13 ngàn căn nhà phòng tránh bão, lụt khu vực miền Trung, trên 2,8 ngàn căn nhà ở xã hội…

Nhu cầu về vốn cho sản xuất và tiêu dùng tồn tại khách quan và không ngừng tăng thêm. Vì vậy giải pháp cơ bản để khắc phục tình trạng tín dụng đen là tăng cường hệ thống tín dụng chính thức (tín dụng kinh doanh và tín dụng chính sách xã hội) cả về nguồn vốn vay, mạng lưới cơ sở cho vay và đơn giản hóa thủ tục hành chính. Ở đây vai trò đặc biệt thuộc NHCSXH.

Thứ nhất, nguồn tín dụng từ NHCSXH sẽ giải quyết được các vấn đề cốt lõi của "tín dụng đen", giải quyết được nhu cầu của người cần sử dụng. NHCSXH là tổ chức được giao nhiệm vụ thực thi tín dụng chính sách xã hội đã phối hợp chặt chẽ với các tổ chức chính trị - xã hội, tập trung các nguồn lực đẩy mạnh thực hiện các chương trình tín dụng chính sách, đáp ứng kịp thời nhu cầu vốn của hộ nghèo và các đối tượng chính sách. Vốn tín dụng chính sách xã hội đã giúp giải quyết những vấn đề căn bản, thiết yếu trong cuộc sống của hộ nghèo và các đối tượng chính sách khác, giúp cho hộ nghèo và các đối tượng chính sách khác dần nâng cao chất lượng cuộc sống, giảm bệnh tật, thất học và các tệ nạn xã hội. Cùng với đó, hộ nghèo và các đối tượng chính sách khác được tiếp cận nguồn vốn của Chính phủ để đầu tư làm ăn, tạo việc làm, từng bước nâng cao trình độ quản lý sản xuất, kinh doanh cũng như trình độ quản lý vốn để dần vươn lên thoát nghèo, làm giàu trên chính quê hương mình, góp phần thay đổi cơ cấu kinh tế theo hướng sản xuất hàng hóa ở nông thôn. Đặc biệt, thông qua sử dụng vốn tín dụng chính sách xã hội đã tác động đến nhận thức, giúp hộ nghèo, hộ dân tộc thiểu số thêm tự tin, tăng dần vị thế trong xã hội.

Thứ hai, thông qua vốn tín dụng chính sách xã hội, người nghèo và các đối tượng chính sách khác có điều kiện để mua sắm tư liệu sản xuất, tạo sinh kế, tạo việc làm, góp phần nâng cao thu nhập, cải thiện đời sống; có kinh phí để trang trải các chi phí đáp ứng nhu cầu thiết yếu của cuộc sống như chi phí học tập cho con em, xây nhà ở, công trình nước sạch, vệ sinh môi trường. Từ đó, góp phần hạn chế tình trạng vay nặng lãi, hoặc phải mua chịu vật tư, vật liệu, phân bón với giá cao, bán non các sản phẩm

cho tư thương với giá thấp; có tác dụng trực tiếp đẩy lùi và ngăn chặn sự tác động tiêu cực của tín dụng đen đến đời sống của hộ nghèo, hộ cận nghèo, hộ mới thoát nghèo và các đối tượng chính sách khác, nhất là tại các vùng nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa.

Thứ ba, việc tích cực tuyên truyền, tiếp cận đến vùng sâu, vùng xa các chính sách tín dụng ưu đãi thông qua các tổ chức chính trị - xã hội đã góp phần nâng cao nhận thức của người dân. Ở các vùng xa xôi hẻo lánh, đa phần người dân chưa lường trước được những rủi ro mà họ sẽ phải đương đầu khi tham gia vào các đường dây tín dụng phi chính thức. Cộng thêm những khó khăn/hạn chế khi tiếp cận với các tổ chức tài chính chính thức, nên khi gặp phải biến cố khẩn cấp trong cuộc sống, người dân đã không có những lựa chọn nào khác ngoài việc tìm đến "tín dụng đen". Tuy nhiên việc được phổ biến thông tin từ Tổ Tiết kiệm và vay vốn do các tổ chức Hội đoàn thể quản lý (Hội Phụ nữ, Hội Nông dân, Hội Cựu chiến binh, Đoàn Thanh niên) với 6.734.682 hội viên tại khắp thôn, bản trong cả nước đang sát cánh cùng NHCSXH Việt Nam trong công cuộc xóa đói giảm nghèo, góp phần thực hiện có hiệu quả các chính sách tín dụng ưu đãi của Nhà nước.

Một số khó khăn NHCSXH gặp phải trong việc đẩy lùi nạn tín dụng đen

Thứ nhất, NHCSXH Việt Nam vẫn còn hạn chế trong thu hút các nguồn vốn nhân đạo, vốn ODA và các nguồn vốn có thời hạn dài, lãi suất thấp để đáp ứng nhu cầu vay vốn của hộ nghèo, các đối tượng chính sách,...

Thứ hai, NHCSXH còn một số khó khăn trong việc đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ tài chính. Mặc dù NHCSXH đã làm tốt dịch vụ tín dụng, quản lý tốt vốn vay ưu đãi và cố gắng mở rộng các sản phẩm dịch vụ khác như huy động tiết kiệm, tiền gửi, thanh toán, chuyển tiền... nhưng do địa bàn hoạt động rộng, giao dịch đến tận xã, đến cả vùng sâu, vùng xa, hạ tầng công nghệ thông tin, trình độ dân trí còn nhiều bất cập... nên việc tăng cường các sản phẩm về dịch vụ tài chính vẫn còn hạn chế cả về số lượng và chất lượng.

Thứ ba, công tác tuyên truyền của NHCSXH để người dân hiểu rõ "tín dụng đen" từ đó tránh xa, không sử dụng vẫn còn gặp không ít khó khăn. Nhiều người dân sống ở vùng sâu, vùng xa việc tiếp cận với phương tiện truyền thông, thông tin còn nhiều bất cập nên việc tuyên truyền đến tận nơi là khó khăn.

Tài liệu tham khảo:

Đặng Công Thức (2018), Vai trò của Ngân hàng Chính sách xã hội Việt Nam trong thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội theo Nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ XII, Tạp chí Ngân hàng.

Nguyễn Vân Hà (2018) đề tài cấp cơ sở "Thực trạng tín dụng đen tại Việt Nam và một số kiến nghị" mã số: DTHV.18 /2017.

Ngân hàng và fintech: Cạnh tranh hay không?

Bùi Thị Hiền Lương - CQ54/15.03

Thời gian qua, chúng ta đã không chỉ nghe rất nhiều về thuật ngữ Fintech (financial technology - công nghệ trong tài chính) trong các hội thảo, sự kiện, trên các phương tiện thông tin đại chúng mà còn đã chứng kiến, trực tiếp sử dụng tính ứng dụng của nó trong thực tế cuộc sống và đặc biệt là các giao dịch tài chính như ví điện tử, thanh toán trực tuyến,...

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin và với dân số hơn 94 triệu dân, phần lớn là dân số trẻ có độ tuổi bình quân là 30,8 tuổi (thống kê tháng 1/2017) - là những người có thói quen, yêu thích sự trải nghiệm về công nghệ, nắm bắt nhanh những sản phẩm về công nghệ đã tạo ra sự thuận lợi cho Fintech để có thể đóng một vai trò ngày càng quan trọng và sẽ bùng nổ trong lĩnh vực tài chính của Việt Nam thời gian tới.

Cuộc cách mạng Công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra đã có tác động tới tất cả các ngành, lĩnh vực trong đời sống. Ngành ngân hàng, tài chính cũng sẽ phải đi theo xu hướng này. Dữ liệu, công nghệ và các chính sách đang được dự đoán là những tác nhân sẽ tạo ra các thay đổi lớn trong ngành ngân hàng. Vậy với điều kiện hoàn cảnh như vậy ngân hàng truyền thống và công ty Fintech nên cạnh tranh hay hợp tác cùng phát triển?

Sự tăng lên nhanh chóng của các doanh nghiệp Fintech

Trước đây có những dịch vụ chỉ có ngân hàng hay các tổ chức tín dụng cung cấp như cho vay thì nay đã có những startup Fintech cạnh tranh. Điều này yêu cầu ngân hàng cần phải có những sự thay đổi để tạo ra các yếu tố cạnh tranh tốt hơn.

Tiềm năng ngân hàng số Việt Nam và Fintech là rất lớn. Với tỷ lệ sử dụng smatphone đang gia tăng, dân số trẻ phát triển đến 2030 cao hơn các nền kinh tế trong khu vực, và giới trẻ hiện nay đã rất nhanh nhạy với công nghệ.

Theo khảo sát năm 2017 của McKinsey Asia, mỗi người dùng ở Việt Nam thường dùng từ 2 đến 3 dịch vụ mà ngân hàng cung cấp. Tỷ lệ người dùng thực hiện các giao dịch trực tuyến cũng cao hơn nhờ chất lượng kết nối Internet tốt và người dùng vẫn tin vào việc các tổ chức thanh toán, ngân hàng có thể đảm bảo an toàn cho giao dịch.

Riêng với các hoạt động thanh toán không qua ngân hàng mà qua các dịch vụ thanh toán thu hộ, ví điện tử, đã chiếm 16%. Chủ yếu nằm ở hoạt động thanh toán hoá đơn và mua sắm.

Theo báo cáo 2018 Digital Yearbook công bố tháng 1/2018, với tổng số dân là 96,02 triệu người, tại Việt Nam đang có 64 triệu người dùng Internet, chiếm 67% dân số và tăng 28% so với tháng 1/2017. Có 55 triệu người dùng tích cực (Active Users) trên truyền thông xã hội (Social Media), chiếm 57% dân số và tăng 20% so với tháng 1/2017. 94% người sử dụng Internet hằng ngày và thời gian trung bình sử dụng Internet trên tất cả các thiết bị là 6 giờ 52 phút mỗi ngày.

Nguồn: Theo báo cáo 2018 Digital Yearbook công bố tháng 1/2018

Tháng 5/2018, Công ty Tư vấn Solidiance công bố báo cáo "Unlocking Vietnam's Fintech Growth Potential" (giải phóng tiềm năng tăng trưởng của Fintech tại Việt Nam). Solidiance cho biết, thị trường Fintech của Việt Nam cán mốc 4,4 tỷ USD vào năm 2017, và sẽ tăng lên mức 7,8 tỷ USD vào năm 2020. Báo cáo này cũng ghi nhận điểm cộng cho một số yếu tố bao gồm tỷ lệ người sử dụng Internet và smartphone lớn tại các đô thị, các loại ví điện tử ngày càng phổ biến, thu nhập và tiêu dùng gia tăng và thương mại điện tử phát triển. Những con số đã cho thấy sự phát triển hết sức nhanh chóng của thị trường Fintech tại Việt Nam.

Tiềm năng phát triển của ngân hàng

Với yếu tố Công nghệ - Dữ liệu, trong thời đại hiện nay số lượng các dữ liệu ngày càng lớn. Công nghệ để khai thác, xử lý các dữ liệu này cũng phát triển đầy đủ với trí tuệ nhân tạo, điện toán đám mây. Ngoài ra những công nghệ mới ra đời cũng mang tới những mô hình kinh doanh mới. Những mô hình kinh doanh này sẽ có sự tham gia của cả các tổ chức tài chính. Sự kết hợp này sẽ đem lại những thay đổi đột phá trong thị trường.

Tiềm năng để phát triển chuyển đổi số trong lĩnh vực ngân hàng ở Việt Nam là rất lớn. Ngân hàng có cơ hội, có tiềm năng, đã có những định hướng phát triển của Đảng và nhà nước. Vấn đề quan trọng là làm thế nào để biến các tiềm năng và cơ hội đó thành hiện thực.

Thách thức mà ngân hàng phải đối mặt

Lợi thế trong chuyển đổi số sẽ giúp ngân hàng cắt giảm chi phí, tăng doanh thu, giúp ngành ngân hàng phát triển sản phẩm nhanh hơn, dễ dàng hơn. Tuy nhiên, ngân hàng cũng chịu nhiều thách thức, thiếu nguồn lao động chất lượng cao, rủi ro an ninh mạng sẽ phát sinh từ các hành vi gian lận, lừa đảo… ngân hàng cũng sẽ thiếu nguồn vốn để đầu tư chuyển đổi, cạnh tranh ngày càng cao giữa các ngân hàng…

Các doanh nghiệp fintech mới đã tăng cường áp dụng công nghệ tiên tiến với hiệu quả cao và cung cấp dịch vụ với chi phí thấp, phù hợp với nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng.

Ngành ngân hàng nên liên kết với các công ty fintech để cùng phát triển

Câu chuyện của các Fintech bây giờ giống như các ngân hàng nhiều năm trước trong việc mở rộng mạng lưới. Khi đó, các ngân hàng cạnh tranh bằng cách bỏ tiền của, công sức để giữ khách hàng. Sau khi có sự chia sẻ trong hoạt động của các ngân hàng, thị trường ghi nhận tốc độ tăng trưởng 30-40%, có mảng tăng trưởng 100%. Do đó, xu thế tất yếu hiện nay là hợp tác và chia sẻ.

Hiện nay, trong tổng số gần 30 ví điện tử được Ngân hàng Nhà nước cấp phép hoạt động thì chỉ có 5-6 ví điện tử hoạt động tích cực, trong đó chỉ có 3-4 ví điện tử là có nhiều người dùng thực sự. Đây là một ngành rất khốc liệt và kén người.

Các ngân hàng thì luôn e dè với fintech, luôn tìm hiểu và "lăn xả" để thực hiện quá trình số hóa và ưu tiên thúc đẩy chuyển đổi số. Thậm chí, các ngân hàng còn đi trước các Fintech.

Tuy nhiên, trong bối cảnh đó, chúng ta đặt ra câu hỏi: "Ngân hàng nên hợp tác với fintech hay nên thủ thế?". Tại sao Fintech và ngân hàng không cùng nhau hợp tác để cùng "Win-Win". Một bên có lợi thế về khách hàng, về sự tín nhiệm; một bên có lợi thế về công nghệ, về những ứng dụng giúp người dùng nhanh chóng và dễ dàng trong các giao dịch. Một bên lợi thế ở mảng huy động vốn và cấp tín dụng, một bên có lợi thế trong việc cung cấp các dịch vụ thanh toán. Fintech và Ngân hàng phải chăng nên tận dụng các thế mạnh của nhau để cùng phát triển.

Các công ty Fintech có ưu thế về công nghệ, mô hình kinh doanh sáng tạo nhưng lại ít kinh nghiệm trong hoạt động tài chính - ngân hàng. Hệ thống kiểm soát, tuân thủ

nội bộ chưa đầy đủ. Mạng lưới tiếp cận khách hàng còn nhiều hạn chế. Trong khi đó, các ngân hàng truyền thống lại có thế mạnh về mạng lưới khách hàng, nguồn nhân lực, bộ máy kiểm soát tuân thủ pháp lý chắc chắn hơn. Chính vì vậy, cái bắt tay giữa ngân hàng và Fintech sẽ tạo ra sức mạnh tổng hợp cho thị trường dịch vụ ngân hàng, nâng cao khả năng cạnh tranh và góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế.

Bức tranh ngân hàng sẽ thay đổi trong 10 năm tới?

Với việc số hóa ngân hàng, hợp tác giữa fintech và ngân hàng, câu chuyện 10 năm nữa của ngành ngân hàng sẽ thế nào?

Ngân hàng có thể mất đi vị trí trong thế giới số nhưng ngành ngân hàng sẽ vẫn tồn tại và phát triển, tiến hóa theo cách khác. Trong vòng 10 năm tới thì ngân hàng khó có thể bị lấn sân ở những mảng chủ chốt, chẳng hạn như cho vay, nhưng sẽ có sự thay đổi ở mảng thanh toán. Các ngân hàng có thể tận dụng nguồn lực của mình để mua các công nghệ tiên tiến, các công ty fintech khó mà vượt được các ngân hàng. Tuy nhiên ở lĩnh vực thanh toán không bao giờ là hết việc, các công ty Fintech có hay chăng vẫn nên tập trung xây dựng nền tảng thanh toán, hỗ trợ cho các ngân hàng.

Theo ước tính của nhiều chuyên gia, khoảng 10-40% doanh thu và 20-60% lợi nhuận của ngân hàng bán lẻ trên thế giới sẽ bị fintech đe dọa trong vòng 10 năm tới. Một số liệu khác còn cho thấy khoảng 1/3 các khoản vay trên thị trường phi chính thức do các doanh nghiệp fintech nắm giữ. Nhưng cũng có nhiều chuyên gia không bi quan khi cho rằng, các ngân hàng đủ khả năng thâu tóm các đối thủ này, từ đó nâng cao năng suất và hiệu quả của ngân hàng.

Cho đến nay câu chuyện "tranh chấp" giữa fintech và ngân hàng vẫn chưa ngã ngũ. Có nhiều ý kiến cho rằng fintech sẽ là cánh tay nối dài của ngành ngân hàng, nhưng cũng có ý kiến cho rằng các công ty công nghệ sẽ tranh mất một phần miếng bánh của ngân hàng hoặc tệ hơn là sẽ chiếm lĩnh thị trường, lấy đi phần đa miếng bánh.

Cuối cùng, là cánh tay nối dài hay là đối thủ cạnh tranh khốc liệt thì còn phải tùy thuộc vào nhiều yếu tố từ ngân hàng và các doanh nghiệp fintech. Ngân hàng có đủ sức mạnh để thâu tóm Fintech hay các doanh nghiệp Fintech có đủ năng lực để chiến đấu một cuộc chiến dài nhằm chiếm lĩnh thị phần mà ngân hàng đang nắm giữ hay không?

Tài liệu tham khảo:

https://sbv.gov.vn

https://nhadautu.vn/ngan-hang-nha-nuoc-phan-tich-rui-ro-cua-fintech-voi-he-thong-ngan-hang-d8520.html

https://techinsight.com.vn/fintech-va-tac-dong-toi-nganh-tai-chinh-ngan-hang-trong-chuyen-doi-so/

https://vietnambiz.vn/ngan-hang-va-fintech-tu-doi-dau-den-doi-tac-80308.htm

Khởi nghiệp và bài toán tìm kiếm nguồn nhân lực cho các dự án khởi nghiệp tại Việt Nam

Nguyễn Thùy Dung - CQ55/11.05

Khái quát về vấn đề khởi nghiệp

Khởi nghiệp là gì?

Trong vài năm trở lại đây, khi bối cảnh kinh tế Việt Nam có nhiều biến động theo chiều hướng tích cực, thêm vào đó là sự ảnh hưởng mạnh mẽ của cuộc cách mạng công nghệ 4.0, hoạt động khởi nghiệp đã trở thành một hiện tượng của nền kinh tế - tài chính, một chủ đề nóng bỏng thu hút sự chú ý, quan tâm ở Việt Nam.

Khởi nghiệp là bạn có ý định tự mình có một công việc kinh doanh riêng, bạn mang lại nhiều giá trị cho bản thân cũng như nhiều lợi ích cho xã hội, cho người lao động, cho cộng đồng và nhà nước.

Các hoạt động khởi nghiệp đều tiềm ẩn rủi ro và thực tế chỉ ra rằng, không phải tất cả các hoạt động khởi nghiệp đều thành công. Do đó, trước khi tập trung vào việc làm cách nào để khởi nghiệp, cần chắc chắn rằng, bạn đã nắm bắt được tất cả các đặc điểm của hoạt động khởi nghiệp, đó là: tính đột phá, sự tăng trưởng, vốn ban đầu, công nghệ sử dụng:

Hoạt động khởi nghiệp trải qua 4 giai đoạn: định hướng, thách thức, hòa nhập, phát triển, mỗi giai đoạn đều đóng vai trò quan trọng không thể thiếu trong hoạt động khởi nghiệp, giai đoạn trước là bước đệm, là nền tảng cho giai đoạn sau phát triển. Vì vậy, cần phải có chiến lược, hoạch định rõ ràng cho mỗi giai đoạn để có thể thực hiện tốt đảm bảo cho quá trình khởi nghiệp diễn ra thành công đồng thời có thể kiểm soát được những rủi ro có thể xảy ra.

Có thể thấy, hoạt động khởi nghiệp tại Việt Nam những năm gần đây đang diễn ra sôi nổi, trở thành một làn sóng mạnh mẽ. Tính đến thời điểm hiện nay số lượng doanh nghiệp Việt Nam đã lên đến hàng trăm ngàn doanh nghiệp, bao gồm doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp tư nhân và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Tuy nhiên hoạt động khởi nghiệp tại Việt Nam vẫn phải đối diện với nhiều thách thức như: nguồn vốn huy động từ đâu? Những kế hoạch, chiến lược kinh doanh được hoạch định như thế nào? Áp lực về thời gian… Một trong những khó khăn lớn cho hoạt động khởi nghiệp là tìm kiếm nguồn nhân lực thực sự chất lượng.

Thực trạng nguồn nhân lực trong dự án khởi nghiệp hiện nay

Bên cạnh các nhân tố khác như nguồn vốn, kinh nghiệm và trải nghiệm trong kinh doanh, kiến thức cơ bản về chuyên môn thì nguồn nhân lực cũng là một yếu tố cần thiết cho dự án khởi nghiệp hiện nay. Mặc dù Việt Nam có rất nhiều lợi thế về nguồn nhân lực do đang ở trong thời kỳ dân số vàng, tuy nhiên, thực trạng nguồn nhân lực của Việt Nam hiện nay vẫn còn nhiều hạn chế. Trình độ, tay nghề lao động còn yếu kém, đội ngũ lao động lành nghề còn rất thiếu so với nhu cầu của xã hội, kỹ năng làm việc nhóm cũng như khả năng lãnh đạo còn nhiều thiếu sót, chưa đạt hiệu quả cao.

Tỷ lệ lao động trong độ tuổi đã qua đào tạo còn thấp, thiếu hụt lao động có tay nghề cao vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu của thị trường lao động và hội nhập, khoảng cách giữa giáo dục nghề nghiệp và nhu cầu của thị trường lao động ngày càng lớn. Đồng thời, sự chuyển dịch mô hình, cơ cấu kinh tế khiến cho cung và cầu trong lao động thay đổi, trong khi các ngành đào tạo trong nhà trường chưa bắt kịp được xu thế sử dụng lao động của doanh nghiệp. Theo một nghiên cứu gần đây của Viện Khoa học lao động xã hội, hiện năng suất lao động ở Việt Nam và trình độ quản trị doanh nghiệp rất thấp và hiện 2/3 người lao động đang thiếu hụt kỹ năng về lao động và kỹ thuật, 55% số doanh nghiệp cho rằng rất khó tìm kiếm nguồn lao động có chất lượng cao. Trong khi trên 60% số doanh nghiệp FDI đang có kế hoạch mở rộng đầu tư tại Việt Nam, nếu không nâng cao chất lượng nguồn lao động thì rất khó có thể thu hút đầu tư.

Đâu là nguyên nhân dẫn đến tình trạng thiếu hụt nguồn nhân lực thực sự có chất lượng?

Thứ nhất, khoảng cách lớn giữa đào tạo nghề và thị trường lao động. Khi đất nước ngày càng phát triển, nhu cầu xã hội ngày càng tăng cao, các doanh nghiệp luôn đòi hỏi nguồn nhân lực thực sự có chất lượng để đảm bảo cho quá trình hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, quá trình đào tạo nhân lực vẫn còn nhiều thiếu sót, chưa thực sự được quan tâm và chú trọng. Giáo dục còn mang nặng lý thuyết chưa áp dụng vào thực tiễn nên một số sinh viên thiếu kiến thức thực tế, thiếu cơ hội tích lũy kinh nghiệm và phải mất nhiều năm để có thể thành thạo với công việc.

Thứ hai, ở góc độ người lao động chưa thực sự chủ động trong việc trau dồi kỹ năng, kiến thức cơ bản về chuyên môn, chưa thực sự đam mê, nhiệt huyết, nỗ lực với công việc. Khởi nghiệp là một chặng đường đầy khó khăn, vất vả, đầy mạo hiểm và thách thức, vì vậy, mỗi chúng ta cần phải tự trang bị cho bản thân kỹ năng mềm và kỹ năng chuyên môn thật vững chắc đồng thời phải có tinh thần ham học hỏi, chăm chỉ, chịu khó tích lũy kinh nghiệm thực tế để có thể thành công trong mọi lĩnh vực.

Thứ ba, do hiện tượng "chảy máu chất xám". Đây là một hiện tượng phức tạp buộc các quốc gia cần phải xem xét và có điều chỉnh trong đó có Việt Nam. Khoảng 70% những sinh viên Việt mới tốt nghiệp ở nước ngoài không quay trở về sau khi đã nhận bằng. Các nhà vô địch cuộc thi kiến thức Đường lên đỉnh Olympia, tổ chức từ

năm 1999, dành cho học sinh trung học phổ thông, được Đại học Kỹ thuật Swinburne Úc trao tặng 100% học bổng. Các á quân của cuộc thi này cũng được trao tặng 50% học bổng khi học tại đây. Tính đến nay, trong tất cả các quán quân của cuộc thi này, chỉ có hai người trở về nước làm việc sau khi tốt nghiệp.

Giải pháp để giải quyết bài toán nhân sự cho dự án khởi nghiệp là gì?

Thứ nhất, đổi mới yêu cầu về giáo dục, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thông qua đẩy mạnh đào tạo kỹ năng, năng lực thực hành, tiếp tục đẩy mạnh xã hội hoá, đa dạng nguồn lực cho phát triển giáo dục nghề nghiệp. Bên cạnh đó, các trường Đại học, cao đẳng, các trường dạy nghề và doanh nghiệp phải phối hợp chặt chẽ với nhau để bắt kịp xu thế sử dụng lao động, có thể tổ chức các cuộc thi tìm kiếm nguồn nhân lực với trị giá giải thưởng lớn để thu hút được sự quan tâm, chú ý của sinh viên, qua đó tìm kiếm và chọn lọc được những sinh viên ưu tú, xuất sắc - thế hệ vàng, nguồn nhân lực chất lượng đảm bảo cho dự án khởi nghiệp thành công.

Thứ hai, bản thân các doanh nghiệp cần phải tổ chức những khóa đào tạo ngắn hạn để nâng cao tay nghề cho người lao động, tài trợ những chuyến đi thực tế trong và ngoài nước để trải nghiệm, tích lũy kinh nghiệm, học hỏi kiến thức chuyên sâu để bổ sung kiến thức phục vụ cho các lĩnh vực thuộc dự án đồng thời tránh được những sai lầm từ người đi trước để có thể đạt được thành công như mong đợi.

Thứ ba, để giải quyết vấn đề "chảy máu chất xám", doanh nghiệp Việt Nam phải có chiến lược bài bản, có thể tham khảo những bí quyết của các chuyên gia trong lĩnh vực nhân sự của các công ty quốc tế: Giữ chân người giỏi là chiến lược, không phải là biện pháp đối phó nhất thời. Vì vậy, chiến lược giữ người giỏi phải tiến hành song song 4 yếu tố: Thu hút, tuyển dụng, hội nhập và cộng tác. Cần có những tiêu chí định tính và định lượng giúp doanh nghiệp nhận diện ra nhân viên giỏi cần giữ. Đó là những người luôn hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ được giao, đảm trách những công việc đòi hỏi kỹ năng, kiến thức hiếm trên thị trường lao động, tâm huyết với sự phát triển của doanh nghiệp… Doanh nghiệp phải tìm ra được những yếu tố quyết định để giữ nhân viên giỏi. Nếu muốn nhân viên giỏi hài lòng và ở lại lâu dài với doanh nghiệp cần phải có chính sách đãi ngộ với người lao động.

Thứ tư, người lao động nên chủ động học hỏi, trau dồi kinh nghiệm để nâng cao trình độ cho bản thân đáp ứng yêu cầu của các nhà quản trị, năng động, không ngừng sáng tạo, tự tìm kiếm những cơ hội cho bản thân được làm việc trong môi trường chuyên nghiệp, từ đó nắm bắt xu hướng phát triển của các lĩnh vực thuộc dự án khởi nghiệp.

Tài liệu tham khảo:

http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/chat-luong-nguon-nhan-luc-viet-nam-thoi-ky-hoi-nhap-co-hoi-va-thach-thuc-304052.html

http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/ban-ve-hoat-dong-khoi-nghiep-o-viet-nam-142026.html

Cơ hội, thách thức của Vingroup nếu gia nhập vào thị trường viễn thông di động?

Mai Thị Lan Anh - CQ54/11.01

Trong nhiều năm qua, viễn thông là ngành luôn duy trì mức tăng trưởng cao về doanh thu và lợi nhuận. Đáng chú ý, khác với các ngành sản xuất khác, giá trị thu được (không chỉ ở lợi nhuận) từ sự tăng trưởng của ngành viễn thông là rất lớn. Do đó, ngành viễn thông luôn thu hút sự quan tâm của rất nhiều nhà đầu tư, nhưng để gia nhập vào thị trường này liệu có dễ dàng?

Vingroup liên tục thành công trong nhiều lĩnh vực

Từ một khởi đầu khiêm tốn trong lĩnh vực thực phẩm, nhưng với một giấc mơ vô cùng to lớn, trải qua hơn 25 năm, Vingroup hiện tại đang là tập đoàn số 1 ở Việt Nam, là "ông lớn" trong hàng loạt các lĩnh vực kinh doanh như: bất động sản, chuỗi siêu thị, du lịch - giải trí, giáo dục, y tế… Năm 2018, Vingroup cũng đã chính thức công bố chiến lược đầu tư trọng điểm vào lĩnh vực công nghệ - công nghiệp với mục tiêu đến năm 2028, Vingroup sẽ trở thành một tập đoàn Công nghệ - Công nghiệp - Dịch vụ đẳng cấp quốc tế.

Cho đến thời điểm hiện tại, Vingroup đã có một khởi đầu vô cùng thành công trong lĩnh vực công nghiệp với hàng loạt sản phẩm được cả nước đón nhận như: ô tô, xe máy, điện thoại… Vừa qua, khi tập đoàn SK Group (Hàn Quốc) - một tập đoàn hiện đang sở hữu mạng di động lớn nhất xứ Hàn quyết định đầu tư 1 tỷ USD vào Vingroup, trong đó, chiếm một phần không nhỏ cho lĩnh vực công nghệ. Việc này làm dấy lên nhiều đồn đoán rằng Vingroup đang tính toán "đặt chân" vào thị trường viễn thông di động. Nếu điều đó thành sự thật, thì đâu là cơ hội, thách thức cho tập đoàn tư nhân đa ngành lớn nhất Việt Nam khi gia nhập vào thị trường viễn thông - thị trường luôn được cho là một cuộc chơi tốn rất nhiều tiền, phải đầu tư rất lớn?

Những thách thức mà Vingroup sẽ phải đối mặt khi gia nhập vào lĩnh vực viễn thông

Thứ nhất, ngành viễn thông đòi hỏi quy mô và vốn đầu tư rất lớn

Đặc điểm của viễn thông di động là quy mô - tức phải xây dựng một hạ tầng mạng lưới rộng khắp và đủ tốt để đảm bảo tính liên thông, kết nối, đầu tư liền mạch rồi mới kinh doanh. Theo phân tích từ lãnh đạo nhiều nhà mạng, để mở một mạng di động mới hoặc mua một doanh nghiệp viễn thông nhỏ (hạ tầng còn rất khiêm tốn và hạn hẹp, chỉ băng tần là giá trị nhất) thì vốn đầu tư để xây dựng hoàn thiện hạ tầng mạng lưới viễn thông ít nhất cũng phải trên 1 tỷ USD, thậm chí để phát triển mạng lưới ổn định, đủ khả năng cạnh tranh với các mạng di động lớn, vốn có thể lên tới 1,5-2 tỷ USD. Vingroup là tập đoàn kinh tế hùng mạnh nên khoản tiền tỷ USD trên có thể không phải là rào cản quá lớn nhưng nó là khoản tiền đầu tư không hề nhỏ nên khi doanh nghiệp bỏ 1-2 tỷ USD ra chắc chắn phải tính đến hiệu quả mang lại bởi đầu tư càng lớn, rủi ro đi kèm cũng càng cao, do đó càng phải thận trọng hơn.

Thứ hai, tỉ lệ thuê bao di động trong gần chục năm qua đã rơi vào tình trạng bão hòa

Thời điểm hiện tại, Việt Nam đang có hơn 133 triệu thuê bao điện thoại di động, thậm chí có những năm số thuê bao điện thoại di động còn gấp đôi dân số. Việc tăng trưởng thuê bao di động những năm qua cơ bản theo chiều hướng âm. Hơn nữa, do giá dịch vụ di động tại Việt Nam đã xuống rất thấp và người tiêu dùng từ lâu không còn quan tâm đến giá nên các chính sách giá rẻ, khuyến mại - chiến lược cạnh tranh cơ bản nhất của các mạng mới gia nhập thị trường có lẽ cũng không còn nhiều hiệu nghiệm. Yếu tố này cũng khiến việc phát triển thuê bao mới của một mạng di động mới sẽ tương đối khó, sẽ không còn dễ dàng như thời dựng cột đến đâu có thuê bao đến đó.

Thứ ba, doanh thu dịch vụ viễn thông di động hiện nay đang bước vào giai đoạn giảm là chủ yếu

Đây là khó khăn chung đối với ngành viễn thông hiện nay. Do ảnh hưởng của các công nghệ mới, xu hướng phát triển mạng xã hội tạo ra nhiều kênh giao tiếp chủ yếu như Facebook, Zalo,… hay các ứng dụng gọi điện, nhắn tin miễn phí (OTT) khiến sản lượng viễn thông (gọi, SMS) gần như không tăng trưởng và đi xuống từ năm bảy năm nay, không riêng thị trường Việt Nam mà của toàn thế giới. Theo báo cáo của một số nhà mạng Mobifone, VNPT,… doanh thu gọi, SMS có xu hướng giảm rất mạnh trong giai đoạn 2013-2018. Dung lượng sử dụng data Mobile tăng mạnh khi có 3G/4G, tuy nhiên đơn giá suy giảm mạnh nên doanh thu data dù tăng trưởng nhưng tỷ lệ không đủ lớn, không đủ bù đắp sự suy giảm của gọi/SMS.

Công bố của Bộ Thông tin và Truyền thông cho thấy, mức doanh thu viễn thông của 6 tháng cuối năm 2018 đạt 181.948 tỷ đồng, thấp hơn khoảng 31.000 tỷ đồng so

với số liệu doanh thu 6 tháng cuối năm 2017 khi đạt 213.355 tỷ đồng. Mức tăng trưởng về doanh thu viễn thông là 4,83% so với cùng kỳ - chậm và thấp hơn so với lĩnh vực khác như công nghiệp, công nghệ thông tin khi nhóm ngành hàng này tăng 16,15% (6 tháng cuối năm 2017, nhóm hàng này tăng trưởng 15%).

Điển hình là trong 6 tháng đầu năm 2019, doanh thu của MobiFone tăng trưởng âm ở mảng viễn thông với quy mô sụt giảm 3%. Nguyên nhân giảm do ảnh hưởng từ việc hạn chế sử dụng thẻ cào, tài khoản viễn thông trong việc thanh toán các dịch vụ nội dung số, giảm giá cước kết nối... Bên cạnh đó, trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt, các nhà mạng thường xuyên cung cấp các gói cước giá rẻ, khuyến mại và miễn phí gói chu kỳ đầu để lôi kéo thuê bao đã làm giảm đơn giá các dịch vụ, ảnh hưởng nhiều nhất là dịch vụ Data. Trong thời gian qua, lưu lượng tăng mạnh tới 70%, nhưng doanh thu data chỉ tăng 7,2% do đơn giá data giảm xấp xỉ 37%.

Thứ tư, phương thức kinh doanh dịch vụ viễn thông cần được làm mới

Trong bối cảnh Bộ Thông tin và Truyền thông siết chặt quản lý thông tin thuê bao trả trước, ngăn chặn SIM "rác" (thu hồi hơn 15 triệu sim rác cuối năm 2017) thì việc phát triển thuê bao di động và phấn đấu tăng trưởng cả doanh thu và lợi nhuận của các DN viễn thông Việt Nam trở nên khó khăn hơn bao giờ hết. Để giữ chân được khách hàng cũ và phát triển được thuê bao mới chỉ còn cách buộc nhà mạng phải nâng cao chất lượng dịch vụ và chăm sóc khách hàng; đổi mới phương thức kinh doanh dịch vụ viễn thông.

Theo đó, các doanh nghiệp viễn thông cần phải thấy rõ rằng mô hình kinh doanh viễn thông cố định và di động hiện nay của Việt Nam là không phù hợp với xu thế chung của thế giới. Hiện đang có sự tách bạch giữa doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông và doanh nghiệp kinh doanh thiết bị đầu cuối (máy điện thoại). Tại thị trường viễn thông thế giới, đặc biệt là các nước phát triển (Nhật, Mỹ, Anh, Pháp...) các nhà mạng khi cung cấp dịch vụ viễn thông cũng đồng thời là nhà cung cấp thiết bị đầu cuối cho khách hàng.

Cơ hội nào cho Vingroup để có chỗ đứng trong ngành viễn thông?

Với hàng loạt khó khăn, thách thức và bối cảnh thị trường viễn thông di động như trên, câu hỏi đặt ra là cơ hội nào dành cho Vingroup? Quy mô, tầm vóc hiện nay liệu có đem lại lợi thế cho Vingroup khi "dấn thân" vào lĩnh vực viễn thông di động?

Thứ nhất, với quy mô và sự lớn mạnh của mình, Vingroup có nhiều lựa chọn để đặt chân vào thị trường viễn thông di động. Có hai con đường đưa Vingroup đến với thị trường viễn thông di động, đây cũng là hai cách thức cơ bản nhất hiện nay.

Ngả đường thứ nhất là Vingroup sẽ mua cổ phần chi phối một phần hoặc toàn bộ một nhà mạng khác (mạng di động nhỏ). Khó khăn của các nhà mạng di động nhỏ chính là vốn. Là những mạng di động nhỏ nên số vốn của họ không cao, việc cạnh tranh trên thị trường sẽ gặp nhiều khó khăn, nhất là đối với những nhà mạng lớn có nhiều vốn và thị phần lớn. Những nhà mạng nhỏ sẽ yếu thế trong việc theo đuổi những chương trình khuyến mãi để tranh giành thị phần, nâng cao chất lượng sử dụng mạng điện thoại… Nếu Vingroup đi theo ngả đường này, họ có rất nhiều cơ hội để bước chân vào ngành viễn thông nhờ việc mua lại một phần hoặc toàn bộ một nhà mạng nhỏ bởi lẽ, quy mô và khả năng tài chính của Vingroup luôn đủ lớn và uy tín. Tuy nhiên, gia nhập vào thì dễ, nhưng khó khăn lớn nhất là làm sao để Vingroup làm mới lại toàn bộ, khắc phục những khó khăn, nâng cao khả năng cạnh tranh của nhà mạng nhỏ đó mới là vấn đề.

Ngả đường thứ hai là Vingroup sẽ đấu thầu băng tần (có thể là băng tần 2600 Mhz cho 4G) và thành lập mạng viễn thông hoàn toàn mới. Điều này cũng được đại diện một nhà mạng "tiên liệu" rằng đây là phương án có nhiều khả năng sẽ xảy ra. Bởi lẽ, với một thương hiệu mạnh, khả năng tài chính, mô hình quản trị doanh nghiệp chuyên nghiệp, Vingroup hoàn toàn có thể tự xây dựng một thương hiệu viễn thông cho chính mình.

Thứ hai, ngoài thế mạnh thương hiệu, Vingroup đã và đang xây dựng được một hệ sinh thái vô cùng tiềm năng.

Viễn thông cũng như bất kỳ lĩnh vực kinh doanh nào, xu hướng quan trọng nhất bây giờ là xây dựng được một hệ sinh thái. Doanh nghiệp nào có hệ sinh thái càng rộng, càng sâu (khách hàng tin tưởng, dùng nhiều) thì càng có cơ hội trở thành người chiến thắng. Từ Vinhomes, Vinpearl, Vinmec, Vinmart, Vinschool, rồi mới đây là VinFast, Vinsmart, Vinpearl Air… với việc phát triển một hệ sinh thái đa dạng như vậy, nếu tập đoàn Vingroup tham gia vào lĩnh vực viễn thông di động thì cũng không có gì là bất ngờ, vì nó sẽ là một cấu thành quan trọng trong hệ sinh thái hiện nay của Vingroup.

Viễn thông hiện nay không còn nói câu chuyện của việc đầu tư trạm 3G, 4G, là thoại hay SMS nữa mà là hệ sinh thái, kiếm tiền bằng hệ sinh thái. Hay viễn thông cũng không còn kể bằng câu chuyện thuê bao bởi đã có dịch vụ chuyển mạng giữ số (MNP), người dùng chỉ ngại đổi số thuê bao chứ đâu ngại đổi nhà mạng khi sang nhà mạng có nhiều lựa chọn hay ho, thú vị hơn. Nên, viễn thông phải là hệ sinh thái. Ai đem lại hệ sinh thái "khủng", quản trị tốt và đem lại giá trị thật thì các nhà mạng còn

lại cũng phải dè chừng. Cơ hội của Vin chính là đang có hệ sinh thái tốt.

Hơn nữa, tháng 3 năm 2019 vừa qua, Tập đoàn SK (Hàn Quốc) đã quyết định rót 1 tỷ USD mua cổ phần của Vingroup cũng sẽ đem lại những lợi thế, kinh nghiệm nhất định cho Vingroup vì SK Group sở hữu SK Telecom - là một trong những doanh nghiệp viễn thông lớn nhất Hàn Quốc, và cũng sẽ có những chia sẻ về công nghệ, phát triển sản phẩm dịch vụ cho Vingroup khi họ tham gia vào thị trường viễn thông. Vì vậy, nếu Vingroup có gia nhập vào ngành viễn thông, cơ hội thành công là khá lớn.

Tóm lại, Vingroup đang hướng tầm nhìn đến các lĩnh vực có vai trò quan trọng. Dựa vào những tiềm lực khổng lồ của các mảng kinh doanh khác, hi vọng rằng Vingroup sẽ khai thác thành công chất xám của người Việt trong lĩnh vực viễn thông di động nói riêng và đưa Việt Nam vươn lên trong những lĩnh vực đang bị bỏ xa bởi các đối thủ toàn cầu.

Tài liệu tham khảo:

http://cafef.vn/sau-vinfast-vinsmart-vinpearl-air-dieu-gi-se-xay-ra-neu-vingroup-nhay-vao-thi-truong-vien-thong-di-dong-20190801133704171.chn

http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/tai-chinh-doanh-nghiep/thi-truong-vien-thong-viet-nam-co-hoi-va-thach-thuc-doi-voi-doanh-nghiep-118641.html

https://vietnambiz.vn/nganh-vien-thong-tang-truong-cham-lai-vinaphone-co-nhu-ca-boi-nguoc-dong-73824.htm

Thư giãn:

CŨNG CHỊU THÔI

Một cô gái lên chùa cầu khấn:

- Lạy Thánh mớ bái, xin ngài ban cho con lấy được người chồng: một là vô cùng giàu có, hai là có quyền cao chức trọng, ba là vừa trẻ vừa đẹp trai, bốn là vô cùng chung thuỷ với con.

- Thánh mỉm cười trả lời: Ba điều trên con xin, ta đều có thể ban cho, nhưng đã có ba điều ấy mà con lại xin kèm theo điều thứ tư là sự chung thuỷ của anh ta thì đến ta là Thánh cũng chịu.

Hạn chế hành vi chuyển giá của các doanh nghiệp FDI tại Việt Nam

Nguyễn Đức Huy - CQ56/08.01

Tác động của chuyển giá

- Chuyển giá làm cho hai mục tiêu quan trọng nhất trong việc thu hút FDI là vốn và công nghệ hiện đại đã không thực hiện được, hoặc chỉ thực hiện được một phần. Chuyển giá làm giá máy móc thiết bị và nguyên nhiên vật liệu đầu vào của doanh nghiệp FDI bị nâng lên, đồng thời giảm giá sản phẩm đầu ra khiến cho doanh nghiệp FDI bị thua lỗ giả tạo. Không ít trường hợp các doanh nghiệp liên doanh có vốn FDI liên tục thua lỗ (do chuyển giá) đã khiến cho phần vốn góp của phía Việt Nam (chủ yếu là góp vốn bằng quyền sử dụng đất) bị giảm đi, thậm chí mất hẳn, buộc phía Việt Nam phải nhượng lại phần vốn góp do không chịu nổi thua lỗ, biến doanh nghiệp liên doanh thành doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài.

- Chuyển giá làm thất thu ngân sách nhà nước. Đây là điều dễ nhận thấy vì với việc doanh nghiệp được lợi về thuế thì phần thuế lẽ ra có thể thu được theo Luật đã không được nộp vào ngân sách nhà nước. Và thực tế là qui mô các khoản thu NSNN này không nhỏ khi các doanh nghiệp FDI đã chiếm tới khoảng 20% GDP, khoảng 25% tổng vốn đầu tư toàn xã hội và chiếm trên 40% giá trị sản xuất công nghiệp, trên 50% tổng kim ngạch xuất khẩu, gần 50% tổng kim ngạch nhập khẩu, chiếm khoảng 30% tổng thu NSNN (nếu loại trừ thu từ dầu thô thì tỷ lệ này chỉ còn gần 15% - tương đương 70% số nộp NSNN của khu vực DNNN). Việt Nam cho phép ưu đãi thuế TNDN đối với doanh nghiệp FDI, tạo điều kiện thuận lợi để chuyển lợi nhuận ra nước ngoài, ưu đãi về tiếp cận đất đai, cho phép chuyển lỗ năm trước sang năm sau,…

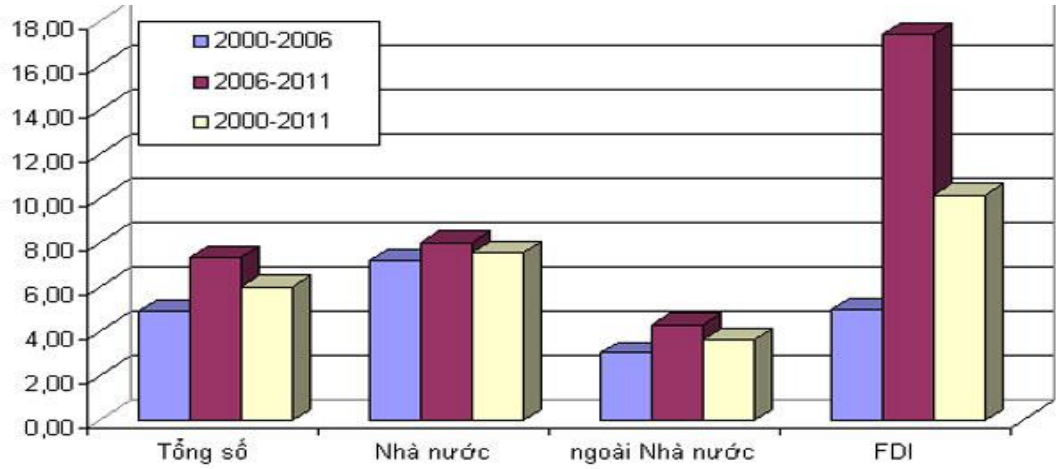
- Chuyển giá tạo ra môi trường cạnh tranh không lành mạnh giữa các chủ thể trong nền kinh tế. Khi một doanh nghiệp được hưởng lợi về nghĩa vụ thuế thông qua hành vi chuyển giá, doanh nghiệp này sẽ thu lợi cao hơn những doanh nghiệp khác có cùng điều kiện nhưng không thực hiện hành vi chuyển giá. Một môi trường cạnh tranh lành mạnh phải tạo ra khả năng hưởng lợi chính đáng từ hoạt động kinh doanh chính đáng.

- Chuyển giá làm cho giá cả một số sản phẩm nhập khẩu cao hơn rất nhiều so với giá trung bình trong khu vực và thế giới. Một mặt, mức giá nhập khẩu cao do chuyển giá đã thủ tiêu lợi ích về giá từ hoạt động nhập khẩu, làm cho mặt bằng giá cao giả tạo,

thậm chí có một số hàng hoá dịch vụ có mức giá tại Việt Nam còn cao hơn nhiều so với tại các nước trong khu vực, đặc biệt là những hàng hoá dịch vụ do nhà cung cấp nước ngoài độc quyền, gây thiệt hại cho các nhà sản xuất kinh doanh và người tiêu dùng Việt Nam, gây ra những khó khăn mới cho khả năng kiềm chế lạm phát.

- Chuyển giá còn là một trong những nguyên nhân chính làm sụt giảm hiệu quả sử dụng vốn nói chung, sử dụng vốn FDI nói riêng, khiến cho ICOR của khu vực FDI rất cao, thậm chí còn cao hơn cả khu vực kinh tế trong nước và suất đầu tư trên lao động cũng tương đối cao. ICOR của khu vực có vốn đầu tư nước ngoài năm 2010 là 7,1 lần, cao gần gấp đôi mức 3,7 lần của năm 2006, bình quân 2006-2010 là gần 6,4 lần. Đây là một trong những nguyên nhân chính dẫn đến hệ số ICOR của Việt Nam liên tục tăng trong các thời kỳ (ICOR năm 2011 cao gấp hơn 1,5 lần năm 1996, cao gấp trên 1,2 lần năm 2001, cao gấp 1,3 lần năm 2006) điều này chứng tỏ hiệu quả đầu tư không những thấp mà còn sụt giảm.

ICOR theo 3 khu vực sở hữu cho 3 giai đoạn từ 2000-2011



Nguồn: Vietstock.vn

- Chuyển giá gây mất cân đối cán cân thanh toán quốc tế, nguyên nhân do luồng vốn FDI vào và ra không ổn định. Như vậy, các biện pháp chống chuyển giá cần đồng bộ với các biện pháp giảm thâm hụt thương mại, thâm hụt cán cân vãng lai, kiểm soát tài khoản vốn, quản lý cán cân thanh toán cũng như quản lý ngoại hối và điều hành chính sách tỷ giá hối đoái.

Thực trạng hành vi chuyển giá của các doanh nghiệp FDI tại Việt Nam

Tính đến hết năm 2017, Việt Nam có hơn 20 nghìn dự án FDI còn hiệu lực với tổng vốn đăng ký đạt 281,882 tỷ USD. Tuy nhiên, hiệu quả sản xuất, kinh doanh của

DN FDI qua các báo cáo lại không cao, phổ biến nhất là tình trạng thua lỗ. Báo cáo thường niên DN Việt Nam năm 2017 do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) vừa công bố có đánh giá rất đáng chú ý, trong 3 loại hình DN, khối FDI có tỷ lệ DN thua lỗ cao nhất, với gần 48 DN trong 3 năm (2012 - 2014). Cũng trong năm 2017, số DN có dấu hiệu chuyển giá đã được cơ quan Thuế thực hiện thanh tra, kiểm tra là 4.751 DN, kết quả, các DN này đã giảm số lỗ 10.050 tỷ đồng.

Những ngành đầu tư có tỷ lệ DN chuyển giá nhiều nhất gồm: 90% DN kinh doanh lĩnh vực tài chính và bảo hiểm, 70% DN sản xuất dệt may, 51% DN sản xuất linh kiện ô tô… Với nhóm DN FDI sản xuất hàng hóa tiêu thụ nội địa, hàng hóa tiêu thụ trong nước rất khó tùy tiện tăng giá so với mặt bằng chung nên họ phải tìm mọi cách để nâng chi phí đầu vào sản xuất, bằng cách tăng giá trị thiết bị vật tư, nguyên liệu, định mức tiêu hao vật tư trên một đơn vị sản phẩm, chi phí phân bổ từ công ty mẹ ở nước ngoài. Khi chi phí tăng sẽ kéo giảm lợi nhuận, thậm chí lỗ và trốn được trách nhiệm nộp thuế thu nhập DN. Cũng dùng thủ thuật nâng chi phí đầu vào, nhóm DN FDI làm hàng xuất khẩu thì dùng thêm "kỹ thuật" ép giá bán sản phẩm.

Qua báo cáo của 63 cục thuế, hơn 100 chi cục thuế trên cả nước với kết quả thanh tra tại 870 DN FDI có tới 720 DN vi phạm. Tính riêng trong 9 tháng đầu năm 2017, ngành Thuế đã kiểm tra và phát hiện 1.600 DN có dấu hiệu chuyển giá. Cụ thể, trường hợp Công ty Metro Cash & Carry Việt Nam, sau khi công bố kết quả thanh tra bước đầu, đã điều chỉnh giảm lỗ, giảm khấu trừ và truy thu thuế với tổng số tiền 507 tỷ đồng.

Một số nguyên nhân chính dẫn đến thực trạng này là do:

- Hệ thống pháp luật chưa hoàn thiện, còn nhiều bất cập là nguyên nhân chủ yếu khiến cho hoạt động chuyển giá diễn ra ngày càng phổ biến và gây thiệt hại cho Nhà nước và các chủ thể kinh doanh có đạo đức kinh doanh và kinh doanh đúng quy định của pháp luật. Việc quản lý giá chuyển giao giữa các bên liên kết chưa được quy định một cách cụ thể trong Luật Quản lý thuế nên tính pháp lý chưa cao.

- Chưa có quy định về cơ chế thoả thuận trước về phương pháp tính giá, nên việc quản lý thuế đối với hoạt động chuyển giá chưa được áp dụng linh hoạt đối với một số trường hợp có tính phức tạp và chưa khắc phục được việc tranh chấp về thuế giữa cơ quan thuế và người nộp thuế. Thời hạn cho một cuộc thanh tra giá chuyển nhượng tại Việt Nam bị giới hạn bởi quy định tại Luật Thanh tra, dẫn tới không đủ thời gian để thực hiện các công việc cần thiết trong quá trình thanh tra.

- Chưa có quy định chế tài xử lý đủ mạnh đảm bảo tính răn đe đối với những doanh nghiệp có hành vi "chuyển giá"; trong khi quyền hạn của cơ quan thuế bị giới hạn, chưa có quyền điều tra, do đó khó khăn trong quá trình xử lý các vụ cố tình vi phạm chuyển giá nhằm tối thiểu hoá nghĩa vụ thuế. Mức độ xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực thuế đối với các trường hợp chuyển giá còn quá nhẹ, được quy định chung với các hành vi vi phạm khác về thuế (quy định tại Luật Quản lý thuế hiện hành, tại Nghị định số 98/2007/NĐ-CP và Thông tư số 28/2011/TT-BTC) mà chưa có hình thức xử phạt riêng, nghiêm khắc hơn theo số thuế thất thoát do chuyển giá nên chưa đủ sức răn đe đối với người nộp thuế có hành vi chuyển giá tránh thuế.

- Công tác thanh tra, kiểm tra hoạt động chuyển giá mới chỉ được thực hiện trên phạm vi hẹp, chưa rộng khắp trên toàn quốc, và chủ yếu được lồng ghép trong chương trình thanh tra khác. Đồng thời, ngành thuế vẫn chưa có bộ phận chuyên trách quản lý thuế đối với hoạt động "chuyển giá", nên việc quản lý thuế trong lĩnh vực này được thực hiện phân tán, dẫn tới công tác chỉ đạo và triển khai chưa thống nhất, chưa đồng bộ và tập trung.

- Hệ thống cơ sở dữ liệu của ngành Thuế chưa hoàn thiện; việc phối hợp trao đổi, cung cấp thông tin với cơ quan quản lý và cấp phép đầu tư, cơ quan quản lý giá, cơ quan thống kê, cơ quan thuế nước ngoài còn hạn chế nên việc tìm kiếm thông tin, dữ liệu phục vụ cho việc xác định giá thị trường đối với giao dịch liên kết là rất khó khăn, đặc biệt là đối với những trường hợp mà sản phẩm, hàng hoá, máy móc thiết bị không có bán tại thị trường Việt Nam. Vì vậy việc xác định hành vi chuyển giá của doanh nghiệp gặp khó khăn.

Một số biện pháp

Thứ nhất, có sự kết hợp đồng bộ, chặt chẽ giữa các cơ quan chức năng, các bộ ban ngành và các địa phương từ khâu kêu gọi vốn đầu tư; xét duyệt, thẩm định, cấp phép cho dự án đến quá trình hoạt động của doanh nghiệp FDI. Nhà nước cần có văn bản quy định nhiệm vụ cụ thể cho các ngành có liên quan như: cơ quan thuế, hải quan, quản lý đầu tư, công an, viện kiểm sát, tòa án, ngân hàng thực hiện tốt việc phối hợp theo thẩm quyền về trao đổi, cung cấp thông tin, nhằm kịp thời phát hiện và xử lý nghiêm các hành vi vi phạm pháp luật trong hoạt động giao dịch liên kết và chuyển giá của các doanh nghiệp FDI.

Thứ hai, tăng cường hơn nữa công tác thanh tra, kiểm tra các doanh nghiệp FDI, đặc biệt là các doanh nghiệp hoạt động kém hiệu quả, báo lỗ kéo dài nhưng vẫn mở

rộng sản xuất kinh doanh, để sớm phát hiện hành vi chuyển giá. Hiện nay, hầu hết các vụ thanh tra, kiểm tra chỉ dừng ở việc giảm lỗ, truy thu và phạt vi phạm về thuế, chứ chưa xử lý được chống chuyển giá. Hình thành cơ quan chuyên trách chống chuyển giá ở cấp Trung ương và các tỉnh, thành phố nhằm chỉ đạo thực hiện thông suốt. Xây dựng quy trình triển khai thực hiện và các kỹ năng dành riêng cho nghiệp vụ thanh tra đối với hoạt động chuyển giá; xây dựng bộ tiêu chí phân tích, đánh giá rủi ro.

Thứ ba, hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật về chống chuyển giá, đưa ra quy định xử phạt thật nặng với những doanh nghiệp có hành vi chuyển giá. Cần có các chế tài xử phạt với từng hành vi vi phạm cụ thể của doanh nghiệp, từ việc xử lý doanh nghiệp không cung cấp thông tin hoặc cung cấp muộn thông tin, doanh nghiệp không lưu giữ hồ sơ chứng minh với cơ quan thuế... Đồng thời cần có khung phạt, mức phạt cụ thể theo số thuế thất thu do chuyển giá. Sau khi có đủ cơ sở kết luận doanh nghiệp có hành vi chuyển giá, thì cơ quan thuế có quyền ra quyết định xử lý chuyển giá ở hai góc độ: Một là, xem xét trách nhiệm dân sự của đối tượng nộp thuế, từ đó, cơ quan thuế có quyền: truy đòi lại số tiền thuế, yêu cầu bồi thường thiệt hại (nếu có). Hai là, chuyển giá xâm phạm trật tự quản lý nhà nước trong lĩnh vực thuế nên phải xem là hành vi vi phạm phạm pháp luật nên chủ thể thực hiện còn phải gánh chịu trách nhiệm hành chính hoặc hình sự.

Thứ tư, nâng cao năng lực cán bộ thuế, nhất là bộ phận thanh, kiểm tra và quản lý thuế tại các doanh nghiệp FDI. Hiện tượng chuyển giá xảy ra khá phổ biến thời gian qua một phần do trình độ nghiệp vụ; nhiều cán bộ thanh tra thuế không thể làm tốt ngay khi mà kinh nghiệm, kỹ năng và trách nhiệm chưa thật sự cao. Trong khi đó, các ông chủ của các doanh nghiệp FDI rất giỏi, có kinh nghiệm làm ăn, kinh doanh khắp thế giới. Vì vậy để việc hạn chế vấn đề chuyển giá có hiệu quả, đòi hỏi đội ngũ cán bộ thuế, đặc biệt là bộ phận thanh tra chống chuyển giá phải được nâng cao trình độ hơn nữa. Để thực hiện tốt việc thanh tra, kiểm tra đối với DN thì bản thân cán bộ thanh tra thuế phải có đủ năng lực đánh giá từng hồ sơ, phát hiện những dấu hiệu của hiện tượng chuyển giá... Ngoài ra, các thông tin về thị trường, tỉ suất lợi nhuận ngành... phải được chuẩn bị đầy đủ.

Thứ năm, áp dụng cơ chế thoả thuận trước về phương pháp xác định giá tính thuế (APA) vào sửa đổi Luật Quản lý thuế, sẽ góp phần đáng kể trong việc nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý thuế và góp phần hạn chế, ngăn chặn tình trạng chuyển giá. Cơ chế APA trong chống chuyển giá là việc các bên gồm đối tượng nộp thuế, cơ quan quản lý thuế của nước sở tại hoặc bao gồm cả nước tham gia ký kết cùng nhau đi đến

thống nhất trong việc giả định trước giao dịch bị kiểm soát với một hệ thống các tiêu chuẩn thích hợp (như phương pháp, cách thức điều chỉnh thích hợp, cách thức so sánh, những giới hạn giả định cho những sự kiện ở tương lai) để xác định giá chuyển giao cho những giao dịch như vậy trong một khoảng thời gian được xác định.

Thứ sáu, củng cố và hoàn thiện hệ thống cơ sở dữ liệu phục vụ cho quản lý thuế: Bao gồm hệ thống thông tin dữ liệu về người nộp thuế, dữ liệu phục vụ cho việc xác định giá thị trường đối với giao dịch liên kết. Một số quốc gia đã ký kết với nhau các hiệp định song phương hoặc đa phương trong việc trao đổi các thông tin về việc thực hiện nghĩa vụ thuế của đối tượng nộp thuế ở các quốc gia sở tại. Các thông tin này sẽ cho phép các quốc gia có được nguồn dữ liệu mang tính chính thức về giá giao dịch làm cơ sở tính thuế của các quốc gia trên thế giới, qua quá trình so sánh, sàng lọc, phân tích và xử lý để chuyển thành cơ sở dữ liệu mang tính chính thức được công nhận làm thước đo cho việc định danh các giao dịch liên kết là chuyển giá hay không.

Tài liệu tham khảo:

TS. Lê Xuân Trường - HVTC - Chống chuyển giá ở Việt Nam: Tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý và các điều kiện thực hiện.

TS. Vũ Đình Ánh - Diễn đàn đầu tư - Chống chuyển giá và một số vấn đề tài chính liên quan tới FDI.

Nguyễn Văn Thắng - Cục Thuế tỉnh Khánh Hòa - Các giải pháp nhằm kiểm soát hoạt động chuyển giá năm 2012.

http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/hoat-dong-chuyen-gia-tai-viet-nam-va-nhung-tac-dong-den-nen-kinh-te-302055.html

Thư giãn:

THẤT VỌNG

Một thời gian sau khi có vợ, anh nhân viên nọ buồn rầu than thở với đồng nghiệp:

- Trước khi cưới, mình hi vọng cô ấy sẽ là một thủ môn giỏi, trấn giữ khung thành gia đình, nhưng đến bây giờ mình hoàn toàn thất vọng…

Một đồng nghiệp ái ngại hỏi:

- Vợ cậu tệ lắm phải không?

- Cổ chẳng chịu làm thủ môn mà chỉ đòi làm huấn luyện viên!

!!!!!!!

Nhân tố nội tại ảnh hưởng đến chất lượng tín dụng của các ngân hàng thương mại

Nguyễn Hoàng Thu Trang - CQ56/11.10

Chất lượng tín dụng là sự đáp ứng yêu cầu về tín dụng của khách hàng phù hợp với các điều kiện phát triển kinh tế - xã hội và đảm bảo sự tồn tại, phát triển của các ngân hàng thương mại (NHTM) cung cấp sản phẩm tín dụng đó.

Trong điều kiện nền kinh tế đất nước đang gặp những khó khăn, tác động tiêu cực từ nhiều yếu tố, lạm phát tăng cao, tăng trưởng kinh tế chậm, sản xuất kinh doanh gặp nhiều rủi ro, chất lượng tín dụng của các NHTM bị tác động mạnh và có nhiều dấu hiệu giảm sút. Có rất nhiều nhân tố ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến chất lượng tín dụng của các NHTM, nhân tố chủ quan hoặc khách quan. Nhận biết và phát huy những tác động tích cực, hạn chế những tác động tiêu cực của các nhân tố là điều mà các nhà quản trị Ngân hàng (NH) quan tâm. Trong phạm vi bài viết này chúng tôi xin trao đổi về các nhân tố chủ quan ảnh hưởng đến chất lượng tín dụng của NHTM. Đó là:

Thứ nhất: Chính sách tín dụng của NH

Chính sách tín dụng của NH là một hệ thống các biện pháp liên quan đến việc mở rộng hoặc hạn chế tín dụng nhằm đạt được các mục tiêu của NH trong từng thời kỳ. Nội dung cơ bản của chính sách tín dụng bao gồm toàn bộ các vấn đề có liên quan tới cấp tín dụng nói chung như các tiêu chuẩn, các hướng dẫn và các giới hạn để chỉ đạo và ra quyết định cho vay.

Mỗi NH sẽ xây dựng cho mình một chính sách tín dụng riêng phù hợp với điều kiện, đặc điểm của NH mình nhằm đảm bảo cho hoạt động tín dụng đạt hiệu quả cao nhất, hạn chế rủi ro, đảm bảo an toàn trong kinh doanh tín dụng của NH. Chính sách tín dụng phải có nội dung phù hợp với đường lối, chủ trương phát triển kinh tế - xã hội của nhà nước đồng thời được xây dựng khoa học và chặt chẽ, đảm bảo kết hợp hài hoà quyền lợi của NH, khách hàng và xã hội thì sẽ hứa hẹn một chất lượng tín dụng tốt.

Nếu chính sách tín dụng đúng đắn, phù hợp sẽ thu hút được khách hàng, mở rộng quy mô cho vay, đảm bảo được khả năng sinh lời trên cơ sở tuân thủ pháp luật và có thể phân tán được rủi ro. Như vậy, chất lượng tín dụng có được nâng cao hay không phụ thuộc rất lớn vào việc xây dựng chính sách tín dụng của NH.

Thứ hai: Công tác tổ chức của NH

Công tác tổ chức là việc sắp xếp các phòng ban theo đúng chức năng, nhiệm vụ và phù hợp với năng lực chuyên môn nhưng vẫn có sự phối hợp chặt chẽ nhằm phát huy hiệu quả hoạt động cao nhất.

Công tác tổ chức tốt là việc giao đúng người, đúng việc sao cho mọi người phát huy hết khả năng của mình và phải tự chịu trách nhiệm về phần công việc của mình.

Trong cơ cấu tổ chức NH, các phòng ban phải sắp xếp hợp lý để bảo đảm sự phối hợp nhịp nhàng, chặt chẽ với nhau, nhanh chóng đáp ứng nhu cầu của khách hàng, đồng thời theo dõi, quản lý các khoản vay… do hoạt động tín dụng luôn chứa đựng những rủi ro khó có thể lường trước được. Việc thiết lập các mối quan hệ này sẽ tạo điều kiện cho việc quản lý các khoản tín dụng nhằm phát hiện và kịp thời giải quyết các khoản vay có vấn đề, từ đó giảm tổn thất cho NH. Đây cũng là cơ sở để tiến hành thực hiện các hoạt động tín dụng chất lượng.

Thứ ba: Quy trình tín dụng của NH

Đây là những quy định cần phải thực hiện trong quá trình cho vay, thu nợ nhằm mục đích bảo toàn vốn.

Quy trình tín dụng được bắt đầu từ khi NH thẩm định cho vay đến khi giải ngân, kiểm tra quá trình sử dụng vốn vay và thu hồi nợ. Trong đó thẩm định cho vay là khâu quan trọng, quyết định đến chất lượng tín dụng và là định hướng rủi ro trong cho vay. Việc thẩm định phải được tiến hành một cách kỹ lưỡng và phải tuân thủ chặt chẽ những quy định, đưa ra quyết định đúng đắn trong cho vay nhằm hạn chế thấp nhất những rủi ro, đảm bảo tính ổn định của khoản vay.

Trong quá trình khách hàng sử dụng vốn vay thì NH phải thường xuyên kiểm tra xem nguồn vốn của mình có được sử dụng đúng mục đích không, rà soát để kịp thời phát hiện những sai phạm, có biện pháp xử lý kịp thời, hạn chế rủi ro, góp phần nâng cao chất lượng tín dụng.

Thu nợ và thanh lý nợ là khâu để NH tồn tại và phát triển được, bước này là kết quả cuối cùng của công tác cho vay do đó cán bộ tín dụng phải tích cực trong công tác thu hồi vốn và lãi tiền vay, hạn chế nợ quá hạn.

Việc NH làm tốt các bước của quy trình tín dụng sẽ tạo điều kiện cho NH bảo toàn vốn, nâng cao được chất lượng tín dụng.

Thứ tư: Chất lượng nhân sự của NH

Con người là nhân tố trung tâm trong mọi hoạt động và trong hoạt động tín dụng cũng không phải là ngoại lệ. Khi nền kinh tế ngày càng phát triển, hệ thống NH ngày càng hiện đại đòi hỏi chất lượng con người trong các NH ngày càng phải biến đổi về chất, chất lượng ngày càng cao để đáp ứng kịp thời và có hiệu quả trong hoạt động NH nói chung và trong hoạt động tín dụng nói riêng.

Chất lượng nhân sự ở đây không chỉ là vấn đề về trình độ chuyên môn nghiệp vụ, tác phong làm việc, tinh thần trách nhiệm, kỷ luật lao động mà còn bao gồm cả lương tâm, đạo đức nghề nghiệp của đội ngũ cán bộ NH. Đặc biệt là trong lĩnh vực tín dụng NH luôn chứa đựng những cám dỗ về vật chất, do đó đòi hỏi người cán bộ tín dụng phải có lòng kiên định vững chắc. Có thể nói con người là yếu tố quyết định đến sự thành bại trong quản lý vốn tín dụng của NH, vì vậy việc tuyển chọn cán bộ tín dụng cần phải được tiến hành một cách kỹ lưỡng, đảm bảo vừa có đủ cả đức lẫn tài, phát huy thế mạnh của từng cán bộ tín dụng nhằm ngăn ngừa những sai phạm trong quá trình thực hiện các nghiệp vụ tín dụng, nhằm góp phần nâng cao chất lượng tín dụng trong hoạt động cho vay của NH.

Một số yêu cầu cơ bản về trình độ của cán bộ tín dụng:

+ Thu thập thông tin: Thu thập thông tin từ khách hàng; Thu thập thông tin từ nền kinh tế, cấp chủ quản; Thu thập thông tin từ đối thủ cạnh tranh; Thu thập thông tin từ những nguồn khác.

+ Thẩm định khách hàng: Thẩm định về tư cách pháp nhân, cá nhân; Thẩm định về tình hình sản xuất kinh doanh; Thẩm định về thị trường đầu vào, đầu ra; Thẩm định về thị phần và các đối thủ canh tranh của khách hàng; Thẩm định về tình hình tài chính; Thẩm định về phương án kinh doanh; Thẩm định về các rủi ro có thể gặp phải; Thẩm định về tài sản bảo đảm và định giá; Đề xuất các phương án cho vay kèm theo các điều kiện tín dụng phù hợp; Đề xuất các phương án giải quyết khi xảy ra các rủi ro.

Thứ năm: Thông tin tín dụng

Thông tin tín dụng rất quan trọng đối với hoạt động NH nói chung và hoạt động tín dụng nói riêng. Thông tin tín dụng là cơ sở, yếu tố cơ bản trong quản lý tín dụng để đưa ra các quyết định cho vay hay không của NH. Thông tin tín dụng giúp NH theo dõi, quản lý các khoản tín dụng; thông tin càng đầy đủ, chính xác, kịp thời thì khả năng phòng ngừa rủi ro càng lớn, hạn chế những tổn thất cho NH.

Thông tin tín dụng có thể lấy từ nhiều nguồn khác nhau: từ báo cáo tài chính của khách hàng vay vốn; từ trung tâm thông tin tín dụng (cic) của NH nhà nước việt nam; thông qua các trung tâm tư vấn về tài chính NH hay thông qua các mối quan hệ làm ăn của khách hàng. Thông tin nhanh chóng, kịp thời, chính xác, bao quát là cơ sở để NH nâng cao chất lượng hoạt động tín dụng của mình.

Thứ sáu: Kiểm soát nội bộ

Kiểm soát nội bộ giúp cho ban lãnh đạo NH có được các thông tin về tình hình cho vay của các cán bộ tín dụng có phù hợp với chủ trương, đường lối, chính sách mà NH đưa ra hay không. Hoạt động này gồm có những việc như: kiểm tra các thủ tục về thẩm quyền điều hành, quản lý, giám sát các khoản tiền vay, thủ tục, hồ sơ xin vay vốn… hoạt động này do kiểm toán viên nội bộ trong NH thực hiện nhằm mục đích phát hiện ra các sai phạm trong quá trình cho vay, từ đó giúp ban lãnh đạo đưa ra các quyết định để hạn chế rủi ro tín dụng. Hệ thống kiểm soát nội bộ hoạt động tốt thì sẽ tạo điều kiện cho NH nâng cao chất lượng tín dụng của mình.

Thứ bảy: Công nghệ NH

Trong điều kiện nền kinh tế hội nhập, sự cạnh tranh ngày càng diễn ra gay gắt hơn. Điều này càng thấy rõ hơn trong lĩnh vực NH, hàng loạt các NH mới ra đời trong đó cần chú ý là sự gia nhập của các NH nước ngoài, các NH liên doanh với quy mô và công nghệ hiện đại hơn thoả mãn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, do đó đòi hỏi các NH phải không ngừng cải thiện công nghệ. Với các trang thiết bị, máy móc, phương tiện kỹ thuật hiện đại sẽ tạo điều kiện đơn giản hoá các thủ tục, rút ngắn thời gian giao dịch, thông tin thu thập nhanh và chính xác hơn, tiết kiệm chi phí… hơn nữa với công nghệ NH hiện đại sẽ giúp NH kịp thời nắm bắt những thông tin, diễn biến trên thị trường, dự báo về khả năng phát triển kinh tế xã hội và hoạt động tín dụng nhằm đưa ra các quyết sách phù hợp với tình hình thực tế và đem lại sự tiện ích cho khách hàng. Vì vậy việc áp dụng các phương pháp trong hoạt động tín dụng tiên tiến cũng góp phần thúc đẩy chất lượng tín dụng của NH ngày càng được cải thiện.

Tài liệu tham khảo:

https://voer.edu.vn/m/cac-nhan-to-anh-huong-den-chat-luong-tin-dung/e1b38a7c

http://tapchitaichinh.vn/ngan-hang/danh-gia-cac-yeu-to-anh-huong-den-thanh-khoan-cua-ngan-hang-thuong-mai-viet-nam-309915.html

https://www.slideshare.net/garmentspace/nng-cao-cht-lng-tn-dng-ti-ngn-hng-thng-mi-c-phn-cng-thng-vit-nam-chi-nhnh-sng-nhu

Hồ tiêu Việt Nam - Bài toán cần có lời giải để thoát khỏi khó khăn và hội nhập kinh tế quốc tế

Hồ Trần Minh Quốc - CQ56/02.02

Năm 2019, năm rất khó khăn với ngành hồ tiêu Việt Nam khi giá bán giảm, tăng trưởng chậm so với cùng kỳ..., kim ngạch giảm nhẹ 2,1% và chỉ đạt 571 triệu USD, do giá xuất khẩu giảm 23,4%. Việc xuất khẩu hồ tiêu đang và sẽ tiếp tục đối mặt với khó khăn do giá ở mức thấp khi cung lớn hơn cầu và sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường thế giới. Nhu cầu thế giới hiện khoảng 510.000 tấn/năm và bình quân mỗi năm chỉ tăng 2 - 3%, trong khi sản lượng hồ tiêu toàn cầu tăng 8 - 10%.

"Giọt nước mắt mang tên Hồ tiêu" là từ để nói về ngành Hồ tiêu năm 2019. Từng là một thời hoàng kim khi được mệnh danh là "vàng đen", hồ tiêu được nhà nhà đua nhau trồng bởi giá hồ tiêu những năm 2001 đến 2016 cao ngất ngưởng. Song, ba năm trở lại đây giá hồ tiêu sụt giảm liên tục khiến cho nhiều hộ gia đình "dở khóc dở cười".

Thực trạng ngành hồ tiêu Việt Nam

Về sản xuất và xuất khẩu

Do vị trí địa lý thuận lợi, điều kiện thiên nhiên ưu đãi, lực lượng lao động dày kinh nghiệm, đã tạo tiềm năng, lợi thế cho ngành hồ tiêu phát triển. Đến nay cây hồ tiêu đã trồng ở nhiều vùng sinh thái khác nhau từ Quảng Trị đến Kiên Giang.

Cùng với hàng trăm thương lái, đại lý, các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở khắp các vùng miền đã thu gom, chế biến, cung ứng hạt tiêu cho gần 100 doanh nghiệp đủ loại thành phần trong và ngoài nước, tham gia xuất khẩu trực tiếp tới trên 80 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới, tạo nên hệ thống kênh lưu thông và các dịch vụ rộng khắp, bình đẳng, sôi động chưa từng có từ trước tới nay phục vụ cho xuất khẩu mặt hàng hồ tiêu.

Về chất lượng

Chất lượng hạt tiêu Việt Nam đến nay đã bảo đảm thỏa mãn nhu cầu cho mọi khách hàng nhập khẩu. Việt Nam đã có hơn 10 nhà máy chế biến hạt tiêu đạt tiêu chuẩn thị trường Mỹ (ASTA), tiêu chuẩn thị trường châu Âu (ESA). Lượng tiêu trắng

chiếm 15% thị phần xuất khẩu hàng năm, tiêu nghiền bột, tiêu đóng gói hút chân không, tiêu đỏ, tiêu xanh ngâm dấm… sản phẩm bắt đầu đa dạng hóa.

Sau 5 năm nghiên cứu, đầu tư phát triển sản xuất, chế biến, xúc tiến thương mại cho vùng trồng tiêu trọng điểm tại huyện Chư Sê tỉnh Gia Lai, lần đầu tiên hồ tiêu Việt Nam đã có thương hiệu: "Hồ tiêu Chư Sê, hồ tiêu Việt Nam", nhờ ưu thế về chất lượng, thương hiệu hồ tiêu Chư Sê đã gây được tiếng vang ở thương trường trong nước và quốc tế.

Bên cạnh những thuận lợi để phát triển ngành hồ tiêu, Việt Nam cũng phải đối đầu với những khó khăn, rủi ro từ trong và ngoài nước. Có thể thấy rõ rệt nhất trong 3 năm gần đây khi giá hồ tiêu giảm sút nhanh một cách đáng kể, từ 250.000VNĐ xuống chỉ còn dao động trong khoảng 44.000 - 46.000VNĐ.

Thực tế cho thấy, dù đứng số 1 thế giới nhưng việc sản xuất hồ tiêu tại Việt Nam còn nhiều bất ổn, chưa bền vững. Diện tích hồ tiêu tăng quá nhanh ngay cả ở những vùng không phù hợp, thâm canh quá cao trong thời điểm giá tốt.

Theo một báo cáo của Bộ Công Thương, Việt Nam hiện đang vượt quy hoạch 100.000 ha hồ tiêu gây hiện tượng khủng hoảng. Nếu năm 2010, diện tích hồ tiêu chỉ hơn 51.000 ha thì đến hết năm 2017 đã lên gần 152.000 ha, tăng hơn 100.000 ha khiến nguồn cung dư thừa và giá tiêu chạm đáy, hàng ngàn nông hộ khánh kiệt, bị siết nợ…

Do tình trạng tiêu chết hàng loạt do dịch bệnh, giá cả lao dốc đã khiến không chỉ nông dân mà ngay những đại gia tiêu lớn nhất Việt Nam cũng lâm vào cảnh khó khăn, nhà cửa phải cầm cố ở ngân hàng.

Nguyên nhân dẫn đến thực trạng của hồ tiêu hiện nay

Thứ nhất, do nguồn cung tăng từ 8-10% trong khi nhu cầu tiêu thụ chỉ tăng 2%.

Thứ hai, tình trạng dịch bệnh trên cây hồ tiêu vẫn chưa có biện pháp phòng trừ hiệu quả nhất là bệnh chết nhanh, chết chậm.

Thứ ba, công tác giống còn hạn chế, trong đó có việc nghiên cứu, chọn tạo giống mới, sản xuất giống hồ tiêu sạch.

Thứ tư, công tác bình tuyển và công nhận cây đầu dòng và vườn cây đầu dòng chưa được các tỉnh quan tâm thực hiện.

Thứ năm, sản xuất GAP, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm chưa toàn diện.

Giải pháp cho ngành hồ tiêu Việt Nam

Đứng trước thực trạng cây hồ tiêu hiện nay, Việt Nam cần đẩy mạnh thực hiện những giải pháp như:

Thứ nhất, cố gắng ổn định diện tích hồ tiêu khoảng 100.000 ha. Đối với những vườn hồ tiêu bị bệnh chết, không phù hợp cần phải kiên quyết chuyển đổi sang cây trồng khác.

Thứ hai, tăng cường đẩy mạnh sử dụng phân hữu cơ để giảm bớt nguy cơ mắc bệnh chết nhanh, chết chậm xảy ra trên cây hồ tiêu.

Thứ ba, tổ chức việc trồng xen mang lại nhiều kết quả tốt. Tuy nhiên, nông dân cần phải lựa chọn phương pháp canh tác phù hợp để mang lại hiệu quả tốt nhất.

Thứ tư, cần nâng cao vai trò của các địa phương trong việc xây dựng việc phát triển theo chuỗi giá trị. Bên cạnh đó, cần phải quan tâm đến việc chế biến sâu sản phẩm hồ tiêu.

Thứ năm, nghiên cứu, xây dựng đề án nhằm nâng cao giá trị cho ngành hàng hồ tiêu.

Thứ sáu, các ngân hàng cần đưa ra nhiều cơ chế chính sách hỗ trợ cho nông dân…

Thứ bảy, thu thập, phân tích và phổ biến thông tin để phát huy lợi thế so sánh, chủ động hội nhập.

Thứ tám, xây dựng hiệp hội mạnh, hoạt động theo hướng chuyên nghiệp và đẩy mạnh giao thương quốc tế.

Tài liệu tham khảo:

http://cafef.vn/san-luong-ho-tieu-van-tang-nhieu-du-gia-thap-20190712172009609.chn
http://cafef.vn/dien-tich-ho-tieu-viet-nam-tang-nong-gan-200-20190717202357484.chn

Thư giãn:

ĐỂ DỄ ĐUỔI KHỎI NHÀ

Cô gái bảo với vị hôn thê:

- Em đã nói với bố em rằng anh là nhà thơ đấy nhé!

- Sao vậy? Chẳng lẽ ông già lại yêu thơ ca đến thế?

- Là thế này, anh người yêu trước của em là dân đấm bốc. Lúc bố em muốn tống cổ anh ta ra khỏi cửa thì có đôi chút khó khăn...

Ưu đãi thuế suất thuế nhập khẩu với linh kiện ngành công nghiệp ô tô - Cơ hội và thách thức

Khuất Duy Lộc - CQ54/02.02
Đoàn Châu Giang - CQ54/15.02

Bộ Tài chính đang dự thảo Nghị định sửa đổi, bổ sung Nghị định số 125/2017/NĐ-CP của Chính phủ về Biểu thuế xuất khẩu, Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi, Danh mục hàng hóa và mức thuế tuyệt đối, thuế hỗn hợp, thuế nhập khẩu ngoài hạn ngạch thuế quan. Nhằm tăng tỷ lệ nội địa hóa, nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành sản xuất, lắp ráp ô tô, Bộ Tài chính đề xuất Chính phủ ban hành Chương trình ưu đãi thuế nhập khẩu nguyên liệu, vật tư, linh kiện để sản xuất các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ ưu tiên phát triển cho ngành công nghiệp ô tô.

Thực trạng áp dụng mức thuế suất thuế nhập khẩu 0%

Theo Nghị định số 125/2017/NĐ-CP, Chính phủ quy định, để được áp dụng ưu đãi thuế 0% đối với linh kiện nhập khẩu, doanh nghiệp phải đáp ứng đủ điều kiện về sản lượng chung tối thiểu và sản lượng riêng tối thiểu cho mẫu xe cam kết. Bộ Tài chính đề xuất bổ sung quy định về Chương trình ưu đãi thuế nhập khẩu trong thời hạn 05 năm 2019-2023 đối với nguyên liệu, vật tư, linh kiện trong nước chưa sản xuất được nhập khẩu để sản xuất các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ ưu tiên phát triển cho ngành sản xuất, lắp ô tô. Đây là quãng thời gian phù hợp gắn với Chương trình ưu đãi thuế đối với linh kiện ô tô để hỗ trợ bước đầu giúp doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ tạo dựng thị trường đủ lớn và tiếp tục phát triển. Theo đó, áp dụng mức thuế suất thuế nhập khẩu ưu đãi 0% đối với nguyên liệu, vật tư, linh kiện trong nước chưa sản xuất được nhập khẩu để sản xuất các sản phẩm hỗ trợ ưu tiên phát triển cho ngành sản xuất, lắp ráp ô tô. Để áp dụng mức thuế này, chậm nhất sau 30 ngày kể từ ngày 30/6 hoặc ngày 31/12 hàng năm, doanh nghiệp có công văn gửi cơ quan hải quan đề nghị áp dụng mức thuế suất ưu đãi 0% theo Chương trình ưu đãi thuế công nghiệp hỗ trợ. Giai đoạn đề nghị áp dụng thuế suất 0% của doanh nghiệp tối đa không quá 06 tháng tính từ ngày 01/01 đến ngày 30/6 hoặc từ ngày 01/7 đến ngày 31/12 hàng năm.

Trên thực tế, hiện nay tại Việt Nam chưa có doanh nghiệp nào sản xuất các chủng loại xe ô tô chạy điện, xe ô tô sử dụng pin nhiên liệu, xe ô tô hybrid, xe ô tô sử dụng nhiên liệu sinh học hoàn toàn, xe ô tô sử dụng khí thiên nhiên nên giai đoạn đầu

đi vào hoạt động cần có giai đoạn phát triển thị trường, chưa thể đáp ứng các tiêu chí sản lượng như các chủng loại xe chạy bằng xăng, dầu. Đồng thời, theo Bộ Tài chính, Việt Nam đã kí kết Hiệp định thương mại tự do (CPTPP) năm 2018, cam kết giảm dần thuế nhập khẩu ôtô nguyên chiếc về 0% sau 7-9 năm.

Trước tình hình trên, Bộ Tài chính thấy cần có chính sách kịp thời cho các doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp ô tô để duy trì và phát triển sản xuất, tạo công ăn việc làm cho người lao động. Theo đó, Bộ Tài chính bổ sung các mặt hàng thuộc đối tượng được tham gia chương trình ưu đãi gồm ô tô chạy điện, ô tô sử dụng pin nhiên liệu, ô tô hybrid, ôtô sử dụng nhiên liệu sinh học và ô tô sử dụng khí thiên nhiên. Cụ thể, Dự thảo Nghị định sửa đổi, bổ sung Nghị định số 125/2017/NĐ-CP, Bộ Tài chính đã bổ sung quy định "Trường hợp sản xuất, lắp ráp xe ô tô thuộc các chủng loại xe ô tô chạy điện, xe ô tô sử dụng pin nhiên liệu, xe ô tô hybrid, xe ô tô sử dụng nhiên liệu sinh học hoàn toàn, xe ô tô sử dụng khí thiên nhiên, doanh nghiệp không phải cam kết về mẫu xe và không phải đáp ứng điều kiện về sản lượng tối thiểu trong 02 kỳ đầu tiên xét ưu đãi kể từ ngày đăng ký tham gia Chương trình ưu đãi thuế nhưng phải đáp ứng đủ sản lượng tối thiểu kể từ kỳ xét ưu đãi tiếp theo".

Về sản lượng tối thiểu, để khuyến khích các doanh nghiệp đang sản xuất, lắp ráp xe sử dụng nhiên liệu xăng, dầu, mở rộng sản xuất, lắp ráp sang các loại xe sử dụng pin nhiên liệu, xe hybrid, xe sử dụng nhiên liệu sinh học hoàn toàn, xe sử dụng khí thiên nhiên, tại dự thảo Nghị định đã bổ sung như sau:

Trường hợp doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp xe ô tô sử dụng nhiên liệu xăng, dầu và xe ô tô chạy điện, xe ô tô sử dụng pin nhiên liệu, xe ô tô hybrid, xe ô tô sử dụng nhiên liệu sinh học hoàn toàn, xe ô tô sử dụng khí thiên nhiên đăng ký thêm 01 mẫu xe ô tô chở người từ 09 chỗ ngồi chở xuống/xe minibuýt hoặc tối đa 02 mẫu xe buýt/xe khách/xe ô tô tải thuộc chủng loại xe ô tô chạy điện, xe ô tô sử dụng pin nhiên liệu, xe ô tô hybrid, xe ô tô sử dụng nhiên liệu sinh học hoàn toàn, xe ô tô sử dụng khí thiên nhiên thì doanh nghiệp được cộng sản lượng của mẫu xe đăng ký thêm vào sản lượng riêng tối thiểu để xét ưu đãi thuế.

Trường hợp doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp xe ô tô sử dụng nhiên liệu xăng, dầu và xe ô tô chạy điện, xe ô tô sử dụng pin nhiên liệu, xe ô tô hybrid, xe ô tô sử dụng nhiên liệu sinh học hoàn toàn, xe ô tô sử dụng khí thiên nhiên không đáp ứng tiêu chí sản lượng chung tối thiểu, sản lượng riêng tối thiểu của mẫu xe đăng ký nhưng có đáp ứng sản lượng tối thiểu trong kỳ ưu đãi đạt thì doanh nghiệp được áp dụng thuế suất ưu đãi 0% đối với linh kiện nhập khẩu để sản xuất xe ô tô chạy điện, xe ô tô sử dụng pin nhiên liệu, xe ô tô hybrid, xe ô tô sử dụng nhiên liệu sinh học hoàn toàn, xe ô tô sử dụng khí thiên nhiên.

Tại Dự thảo Nghị định, Bộ Tài chính cũng bổ sung đối tượng được áp dụng Chương trình ưu đãi như sau:

Trường hợp Tập đoàn, Tổng Công ty, Công ty có quy mô vốn điều lệ từ 3.000 tỷ đồng trở lên tham gia góp vốn (hoặc chiếm số cổ phần) trên 35% vào các công ty sản xuất, lắp ráp ô tô thì các công ty nhận vốn góp (hoặc chiếm số cổ phần) trên 35% không phải đáp ứng điều kiện về sản lượng khi xét điều kiện hưởng ưu đãi của chương trình cho thời gian còn lại nếu một trong số các công ty trên đạt điều kiện của chương trình ưu đãi tại kỳ xét ưu đãi và các xe sản xuất lắp ráp của các công ty phải cùng nhóm xe, mẫu xe cam kết với công ty đang được hưởng ưu đãi. Việc áp dụng mức thuế suất 0% đối với các linh kiện nhập khẩu để sản xuất, lắp ráp ô tô của mỗi doanh nghiệp phải tương ứng với sản lượng ô tô nguyên chiếc thực tế mà mỗi doanh nghiệp đã sản xuất, lắp ráp tại kỳ xét ưu đãi.

Cơ hội để tăng tỷ lệ nội địa hóa cho ngành sản xuất, lắp ráp ô tô

Chính sách ưu đãi thuế này sẽ giúp các doanh nghiệp phụ trợ của ngành sản xuất, lắp ráp ô tô giảm chi phí đầu vào, hạ giá thành sản phẩm; đáp ứng được yêu cầu về sản lượng, quy mô, chất lượng, giá thành, nâng cao năng lực cạnh tranh với linh kiện, phụ tùng nhập khẩu. Hiện nay, các doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp ô tô Việt Nam đang phải nhập khẩu linh kiện, phụ tùng từ nước ngoài. Do vậy, khi các doanh nghiệp sản xuất công nghiệp hỗ trợ của ngành sản xuất, lắp ráp ô tô đáp ứng được yêu cầu về sản lượng, quy mô, chất lượng, giá thành thì các doanh nghiệp ô tô sẽ đặt mua của các DN sản xuất linh kiện, phụ tùng trong nước nhằm tăng tỷ lệ nội địa hóa theo định hướng của Chính phủ và để tận dụng các Hiệp định thương mại tự do (nếu đạt hàm lượng giá trị nội khối 40% khi xuất khẩu ô tô vào các nước ASEAN được hưởng thuế suất 0%).

Chính sách trên càng có ý nghĩa hơn trong bối cảnh những năm gần đây, thị trường ô tô Việt Nam đang có sự tăng trưởng vượt bậc tương ứng với giai đoạn ô tô hóa đang cận kề khi GDP bình quân đầu người tăng nhanh và nhu cầu sở hữu, chuyển đổi từ xe máy sang ô tô ngày càng lớn. Theo đó, với ưu đãi thuế đối với nguyên liệu, vật tư, linh kiện để sản xuất các sản phẩm hỗ trợ ưu tiên phát triển cho ngành công nghiệp ô tô, các doanh nghiệp phụ trợ Việt Nam sẽ từng bước nâng cao năng lực và có thể bắt kịp với sự phát triển của ngành công nghiệp ô tô trong khu vực và trên thế giới.

Thách thức đặt ra đối với ngành sản xuất ô tô trong nước

Trong việc giảm thuế suất thuế nhập khẩu linh kiện ô tô về 0%, thay đổi cách tính thuế tiêu thụ đặc biệt cho xe lắp ráp trong nước và xe nhập khẩu, giảm thuế thu nhập DN, ưu đãi vốn vay, hỗ trợ mặt bằng sản xuất, chuyển giao công nghệ,… có thể thực hiện được. Các chính sách hỗ trợ phải duy trì và ổn định trong ít nhất 10 năm thì các DN mới yên tâm đầu tư sản xuất.

Tuy nhiên, tất cả các giải pháp trên vẫn không tạo ra lợi thế cho xe lắp ráp trong nước so với xe nhập khẩu. Theo tính toán, khi thuế suất thuế nhập khẩu xe nguyên chiếc từ ASEAN về Việt Nam giảm xuống 0% thì xe nhập khẩu sẽ rẻ hơn xe lắp ráp trong nước từ 15-25%. Chênh lệch này chỉ có thể khỏa lấp bằng các biện pháp hỗ trợ chi phí sản xuất cho DN, như Toyota Việt Nam đề xuất. Tuy nhiên, điều này là không thể vì vi phạm cam kết với WTO. Nếu muốn, phải hỗ trợ cả xe nhập khẩu nguyên chiếc mới bình đẳng. Chưa nói, hỗ trợ kéo dài tới 10 năm sẽ tốn kém khoản ngân sách lớn, nhất là tiêu thụ xe ngày càng tăng. Nếu áp dụng phương pháp tính thuế tiêu thụ đặc biệt dựa trên hóa đơn bộ linh kiện nhập khẩu, sẽ tạo ra lợi thế cho DN ô tô nào có tỷ lệ nội địa hóa cao.

Song, nhiều ý kiến cho rằng, như vậy vẫn vi phạm cam kết WTO, cụ thể là phải hủy bỏ ưu đãi nội địa hoá. Bộ Tài chính cho hay đang xem xét phương pháp tính này. Còn các DN thì cho rằng, một loạt quốc gia trong khu vực như Thái Lan, Indonesia, Malaysia đang áp dụng, họ cũng gia nhập WTO mà vẫn thực hiện. Rõ ràng, việc hỗ trợ cho DN thế nào để thúc đẩy ngành công nghiệp ô tô phát triển mà không vi phạm cam kết với các hiệp định thương mại đã ký đang thực sự là bài toán khó đối với Chính phủ.

Bộ Công Thương cho biết thời gian tới sẽ có chính sách ưu đãi cho các dòng xe ưu tiên, gồm xe tải nhỏ đa dụng, xe nông dụng, xe chuyên dụng, xe khách tầm trung và xe đến 9 chỗ kích thước nhỏ, giá rẻ, tiêu thụ ít năng lượng. Các DN sản xuất những sản phẩm trên sẽ được hỗ trợ chi phí quảng cáo, xúc tiến thương mại theo chương trình thương mại quốc gia. Ngoài ra, dự án đầu tư sản xuất các dòng xe ưu tiên cũng sẽ được hỗ trợ nghiên cứu, phát triển từ Quỹ hỗ trợ phát triển khoa học công nghệ quốc gia… Đặc biệt, chính sách hỗ trợ sẽ tập trung khuyến khích với các dự án cụ thể, có quy mô tối thiểu 100.000 xe/năm. Các dự án này có thể nhận được những ưu đãi đặc biệt giống như trong lĩnh vực điện tử hiện nay. Đây có thể là hướng đi thiết thực nhằm khuyến khích những DN có năng lực thực sự, muốn đầu tư vào sản xuất ô tô tại Việt Nam.

Tài liệu tham khảo:

https://dantri.com.vn/kinh-doanh/thue-nhap-linh-kien-o-to-ve-0-nam-2018-xe-lap-rap-se-giam-gia-sau-20171129104526841.htm

https://sanbatdongsan.edu.vn/oto-made-in-viet-nam-chieu-ong-lon-pha-cam-ket-wto/

Tạp chí Tài chính, Báo Dân trí, Báo Điện Tử Vnxpress,…

Thương mại điện tử - Cơ hội và thách thức cho các hãng hàng không

Nguyễn Hồng Hạnh - CQ56/08.06

Trong thời đại ngày nay, sự ra đời của thương mại điện tử đã khiến cho người tiêu dùng dần mất hứng thú với việc mua sắm tại các cửa hàng truyền thống bởi các thủ tục rườm rà hay cản trở về khoảng cách địa lý. Theo thống kê hiện nay, có 1,61 tỷ người trên toàn cầu mua hàng trực tuyến. Dự kiến, doanh thu bán lẻ trực tuyến trên toàn thế giới sẽ tăng từ 1.900 tỷ USD năm 2016 lên 4.060 tỷ USD năm 2020. Hàng không là một thị trường đầy tiềm năng bởi nó là một nơi tập trung đông người, vậy sẽ ra sao nếu như các hãng hàng không đưa lĩnh vực mua sắm trực tuyến vào áp dụng trong những chuyến bay của họ để mở ra một nguồn thu lớn từ các dịch vụ phụ trợ hay nói cách khác là mở ra một cách thức du lịch hoàn toàn mới.

Thương mại điện tử là gì?

Thương mại điện tử được hiểu đơn giản là giao dịch thương mại thông qua môi trường điện tử như Internet và mạng.

Lợi ích lớn nhất của thương mại điện tử chính là sự tiết kiệm chi phí và tạo thuận lợi cho các bên giao dịch. Giao dịch điện tử nhanh hơn giao dịch truyền thống, các giao dịch qua Internet có chi phí rất rẻ. Qua thương mại điện tử, các bên có thể tiến hành giao dịch khi ở cách xa nhau, từ thành thị đến nông thôn, từ nước này qua nước khác, hay nói cách khác là không bị giới hạn bởi khoảng cách địa lý.

Ứng dụng thương mại điện tử vào lĩnh vực hàng không sẽ là một bước chuyển mình đáng kể của ngành khi sau này bạn đi máy bay sẽ không chỉ đơn thuần là đi du lịch từ điểm A đến điểm B mà còn tuyệt vời hơn thế nữa.

Cơ hội nào cho ngành hàng không Việt Nam?

**** Kinh nghiệm của Malaysia***

Mười tám năm trước, Tony Fernandes đã tiếp quản một hãng hàng không với mức giá tượng trưng 0,25 USD và khoản nợ 11 triệu USD. Kể từ đó, ông chuyển mô hình kinh doanh của hãng không chỉ đơn thuần là bán vé và bước vào thế giới thương mại điện tử.

"Khi bạn đặt vé (trực tuyến), chúng tôi sẽ đề xuất cho bạn cơ hội mua hàng miễn thuế và bạn có thể lấy nó trên máy bay hoặc tại sân bay", Fernandes nói với Business Insider. "Nó khiến cho khách hàng dành nhiều thời gian truy cập và có khả năng chúng tôi có thể tạo ra một nơi cho các cửa hàng để đưa nội dung lên trang web của AirAsia", CEO này cho biết thêm. AirAsia khẳng định: "Với dữ liệu khách hàng hãng có thể cung cấp nhiều dịch vụ hơn như những gì Alibaba và Amazon đã làm". (Theo bài phỏng vấn với Nikkei Asian Review).

Bằng việc thay đổi hoàn toàn phương thức hoạt động, AirAsia đã có được lợi nhuận chỉ 1 năm sau đó và bắt đầu kế hoạch lấn sân ra toàn châu Á. Đến nay, doanh nghiệp này báo cáo doanh thu 10,6 tỷ ringgit (khoảng 2,58 tỷ USD) (Theo AirAsia Annual Report 2018).

**** Tình hình của thương mại điện tử ở Việt Nam và hàng không tại Việt Nam***

Ở Việt Nam, hoạt động thương mại điện tử đang diễn ra vô cùng sôi nổi. Năm 2018 theo Statista, tổng doanh thu của các công ty thương mại điện tử tại Việt Nam đạt 2,26 tỷ USD, tăng gần 30% so với năm 2017. Với kết quả đó, Việt Nam vươn lên top 6 trong 10 thị trường thương mại điện tử lớn nhất thế giới. Trên thị trường này, Việt Nam chỉ xếp sau những "ông lớn" như Trung Quốc, Mỹ, Anh, Nhật Bản và Đức. Tổng lượng người mua hàng trên các sàn thương mại điện tử trong năm 2018 đạt 49,8 triệu người. Dự kiến, con số này tăng lên 51,1 triệu người vào năm 2019, theo Statista. Trong đó, xu hướng mua sắm trên di động ngày càng tăng, chiếm đến 72% số đơn hàng.

Ngành Hàng không Việt Nam đang chứng kiến sự phát triển mạnh mẽ với dư địa phát triển lớn. Trong khoảng 10 năm qua (2008-2018), ngành Hàng không Việt Nam đã có những bước tăng trưởng vượt bậc. Năm 2008, Việt Nam mới chỉ có 60 máy bay, thì đến nay đã tăng gấp hơn 3 lần, lên 192 chiếc. Trước đây đội bay chủ yếu chỉ có Vietnam Airlines, còn hiện nay có sự tham gia của nhiều doanh nghiệp tư nhân như Vietjet, Bamboo Airways... Mạng đường bay của hàng không Việt Nam cũng có nhiều chuyển biến sau 10 năm với gần 60 đường bay nội địa và 130 đường bay quốc tế so với 25 đường bay nội địa và 54 đường bay quốc tế vào năm 2008.

**** Cơ hội***

Thương mại điện tử có tiềm năng mang lại lợi ích vô cùng lớn cho ngành hàng không.

Một là, các hãng hàng không Việt Nam sẽ có thêm một nguồn doanh thu khổng lồ. Những nghiên cứu quốc tế cho thấy, năm 2016, 10 hãng hàng không hàng đầu toàn cầu tính theo tổng doanh thu phụ trợ, đã thu được 28 tỷ USD từ các dịch vụ bổ sung, so với con số 2,1 tỷ đô la năm 2007 (theo nghiên cứu của Idea Works Company và Car

Trawler). Báo cáo của Trường nghiên cứu kinh tế và vệ tinh di động London (London School of Economics and Inmarsat - LSE) năm 2017, đường truyền băng thông rộng trên những chuyến bay sẽ mang đến các dịch vụ mới như phim truyện, truyền hình tốc độ cao và mua sắm trực tuyến cho hành khách. Mảng kinh doanh này có tiềm năng tạo ra thị trường toàn cầu trị giá 130 tỷ đô la trong vòng 20 năm tới.

Còn ở Việt Nam, Vietjet Air là hãng hàng không đầu tiên ấp ủ dự án lấn sân sang lĩnh vực thương mại điện tử. Năm ngoái, doanh thu từ các hoạt động phụ trợ của hãng như bán thêm suất ăn, đồ lưu niệm... đạt hơn 8.400 tỷ đồng, tăng khoảng 10 lần so với năm 2014. Mảng này chiếm tỷ trọng khoảng 25% tổng doanh thu Vietjet năm 2018. Quý đầu tiên năm nay, tổng doanh thu Vietjet tăng 28%, trong đó doanh thu của hoạt động phụ trợ tăng 45%. Trong quý đầu của năm 2019, tổng doanh thu du lịch hàng không của công ty đã tăng 28%, trong đó riêng doanh thu phụ trợ tăng 45%. Nhận thấy tiềm năng từ các khoản phụ trợ, Vietjet Air đã tiên phong trong việc ứng dụng thương mại điện tử khi vừa tiết lộ kế hoạch ra mắt một nền tảng thương mại bán tất cả mọi thứ, từ hàng tiêu dùng đến dịch vụ tài chính. Ý tưởng là để các công ty đối tác trong những lĩnh vực trên tham gia nền tảng của Vietjet và sử dụng công nghệ blockchain để chia sẻ giao dịch lẫn nhau. Theo Phó Tổng Giám đốc Vietjet Air, bà Nguyễn Thị Thúy Bình: "Chúng tôi sẽ có một nền tảng thương mại điện tử để phục vụ không chỉ vé máy bay mà bất cứ thứ gì khách hàng cần. Tất cả các nhà cung cấp và đối tác sẽ tham gia nền tảng để phục vụ sản phẩm cho không chỉ 30 triệu khách hàng của chúng tôi mà là hàng trăm triệu khách hàng tại Việt Nam và nhiều nơi khác trên thế giới".

Vậy nếu như thương mại điện tử được ứng dụng vào thị trường hàng không Việt Nam, nó sẽ là công cụ giúp các hãng hàng không có thêm một nguồn doanh thu đáng kể từ khách hàng.

Hai là, hàng không Việt Nam sẽ ngày càng hội nhập và phát triển. Việc ứng dụng thương mại điện tử để thay đổi hình thức kinh doanh là cơ hội để ngành hàng không Việt Nam khoác lên mình một tấm áo mới hiện đại và tân tiến hơn. Với mong muốn xem những hành khách là người tiêu dùng trực tuyến hơn là khách du lịch đơn thuần, các hãng hàng không Việt Nam sẽ không thua kém gì các hãng hàng không hàng đầu thế giới khi cung cấp cho khách hàng đầy đủ các dịch vụ như ngân hàng, bảo hiểm, tài chính, khách sạn, hàng tiêu dùng,... Công nghệ thương mại điện tử còn giúp phi hành đoàn nhận diện từng khách hàng, ghế họ muốn ngồi, món ăn họ muốn chọn, áp dụng self-boarding với công nghệ nhận diện khuôn mặt, nhận diện vân tay. Hành khách không chỉ có cơ hội sử dụng phương tiện vận chuyển hàng không với mức giá hợp lý, phù hợp với nhu cầu và khả năng thanh toán mà còn có những trải nghiệm tuyệt vời hơn. Trong năm, hứa hẹn các công nghệ bán hàng tự động sẽ càng được tối ưu, nhiều phần mềm hỗ trợ bán hàng thương mại điện tử tiếp tục ra đời và phát triển…

Chưa kể, các sàn giao dịch thương mại điện tử hiện có sẽ tiếp tục có sự va chạm, cạnh tranh, cộng hưởng và mang lại thêm nhiều giá trị lợi ích cho khách hàng.

Thách thức nào được đặt ra?

Tiềm năng của thương mại điện tử là thế nhưng ẩn sâu trong đó vẫn còn những rủi ro cần phải khắc phục.

Thứ nhất, vấn đề được đặt ra hàng đầu đó là việc rò rỉ thông tin. Mặc dù việc tận dụng dữ liệu khách hàng để đưa ra những gợi ý giúp khách hàng có thể dễ dàng tiếp cận những dịch vụ của hãng nhưng chính nó lại vấp phải những ý kiến trái chiều từ một bộ phận người tiêu dùng. "Sau khi đặt vé máy bay, tôi nhận 5-6 tin nhắn mời đi xe sân bay từ các hãng xe. Mình rất không hài lòng khi thông tin mình cung cấp để mua vé máy bay lại bị rò rỉ ra ngoài, dù không biết là qua đường nào", nam hành khách bức xúc. Điều này có lẽ sẽ khiến Vietjet buộc phải cân nhắc việc phân loại hành khách và tăng cường bảo mật cao nếu muốn lấn sân sang lĩnh vực thương mại điện tử.

Thứ hai, khách hàng mua vé trực tuyến phải cẩn thận khi có thể bị cộng thêm phí mặc định. Nhiều hành khách tỏ ra không hài lòng khi bị cộng thêm chi phí hành lý, phí đặt chỗ và phí bảo hiểm vì các hãng đã tự động chọn trước những gói này... Liệu vấn đề này có nghiêm trọng hơn khi Vietjet dự định không chỉ bán vé máy bay mà còn nhiều thứ khác hơn nữa? Thương mại điện tử nhiều tiềm năng nhưng nó cũng là con dao hai lưỡi, nếu muốn ứng dụng lĩnh vực này có lẽ các hãng hàng không phải nhanh nhạy hơn trong việc nắm bắt tâm lý khách hàng để đưa ra những giải pháp tốt nhất.

Thứ ba, đó là việc đòi hỏi phải có băng thông rộng, wifi tốc độ cao. Hãng hàng không Air Asia của Malaysia cho biết hãng đang đầu tư 20 triệu USD mỗi năm cho nỗ lực đa dạng hóa của mình. Điều này cho thấy các hãng hàng không sẽ phải chịu chi một con số khủng cho chi phí đầu tư nếu muốn áp dụng ngành thương mại điện tử vào dịch vụ của mình.

Kết luận

Nói tóm lại, lĩnh vực thương mại điện tử mang đến cho ngành hàng không nhiều cơ hội tiềm năng để khẳng định vị trí của mình nhưng vẫn còn có nhiều thách thức và rủi ro tiềm ẩn buộc các nhà đầu tư phải tìm ra giải pháp hợp lý, nâng cao hiệu quả dự án, nhất là trong bối cảnh hội nhập với sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt như hiện nay.

Tài liệu tham khảo:

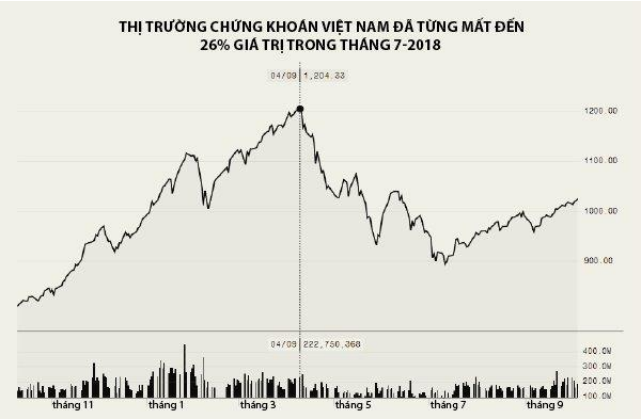
http://cafebiz.vn/airasia-hanh-trinh-tu-mot-doanh-nghiep-pha-san-den-11-lan-doat-giai-oscar-cua-nganh-hang-khong-2019061911412775.chn

http://cafebiz.vn/lan-san-thuong-mai-dien-tu-vietjet-air-tham-vong-chinh-phuc-kho-bau-tri-gia-30-ty-usd-ma-nhieu-hang-hang-khong-dang-bo-lo-20190704095032421.chn

Chiến tranh thương mại với nguy cơ khủng hoảng nợ Việt Nam

Phạm Thị Trà My - CQ54/11.14
Nguyễn Văn An - CQ54/11.07

Tuy được không ít người cho rằng Việt Nam sẽ được hưởng lợi từ cuộc chiến thương mại Mỹ-Trung, nhưng thực tế khi cuộc chiến này nổ ra VN-Index đã có thời điểm mất tới 26% giá trị so với đỉnh điểm 1.204 đạt được vào ngày 9-4 năm 2015 (xem biểu đồ). Tuy VN-Index đã có sự phục hồi nhưng VN-Index hiện vẫn còn thấp hơn đỉnh điểm này tới 15%.



Chiến tranh thương mại ảnh hưởng tiêu cực đến thị trường chứng khoán là điều đáng lo ngại. Nhưng, quan trọng hơn là gánh nặng nợ nước ngoài ở các thị trường mới nổi trong bối cảnh hiện tại có thể gây ra những cuộc khủng hoảng nợ nghiêm trọng.

Nợ doanh nghiệp ở các nền kinh tế mới nổi và đang phát triển hiện đã vượt xa mức trước khi xảy ra cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008. Rủi ro đi kèm với thực tế này là nợ doanh nghiệp cao sẽ đe dọa ổn định tài chính và làm suy yếu nghiêm trọng bảng cân đối tài sản của các ngân hàng. Những rủi ro này hiển hiện rõ ở Đông Á, nơi có tăng trưởng kinh tế cao nhưng thường dựa trên mức vay nợ cao. Vậy nguyên nhân do đâu:

Thứ nhất, chiến tranh thương mại khiến các nhà đầu tư rút vốn khỏi thị trường chứng khoán của các nước mới nổi do lo sợ nguy cơ của một cuộc khủng hoảng nợ kèm với việc Mỹ đánh thuế cao lên hàng nhập khẩu vào Mỹ (cùng biện pháp trả đũa của Trung Quốc đối với Mỹ) và triển vọng thương mại toàn cầu chậm lại sẽ làm cho các doanh nghiệp huy động vốn từ thị trường chứng khoán bị ảnh hưởng. Họ không thể huy động vốn mới để đáo hạn nợ cũ nữa.

Thứ hai, các doanh nghiệp này lại làm ảnh hưởng đến các doanh nghiệp liên đới, là khách hàng vay tín dụng từ hệ thống ngân hàng, nên sẽ kéo theo nạn nhân mới là các ngân hàng khi khách vay không trả được nợ. Theo đó là một cuộc khủng hoảng nợ có thể xảy ra bất cứ lúc nào. Tình hình hiện tại ra sao: Nợ doanh nghiệp ở các nền kinh tế mới nổi và đang phát triển hiện đã vượt xa mức trước khi xảy ra cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008. Rủi ro đi kèm với thực tế này là nợ doanh nghiệp cao sẽ đe dọa ổn định tài chính và làm suy yếu nghiêm trọng bảng cân đối tài sản của các ngân hàng. So với những nền kinh tế tăng trưởng nhanh và có mức nợ doanh nghiệp cao ở châu Á được cho là dễ bị tổn thương bởi cuộc khủng hoảng nợ, Việt Nam không phải là ngoại lệ. Ở Việt Nam, chỉ riêng nợ ngắn hạn nước ngoài của doanh nghiệp và tổ chức tín dụng theo hình thức tự vay tự trả tính đến cuối năm 2017 đã là 21,9 tỉ đô la Mỹ. Với GDP khoảng 220 tỉ đô la Mỹ, con số nợ nói trên tương đương khoảng 10% GDP của Việt Nam. Tuy nhiên, nếu tính thêm cả nợ vay dài hạn của doanh nghiệp và tổ chức tín dụng, cũng như nợ có bảo lãnh của Chính phủ và nợ của Chính phủ đi vay về cho vay lại thì chắc chắn con số sẽ lớn hơn nhiều, và nhìn chung sẽ cao hơn các nước khác trong khu vực.

Vấn đề trở nên trầm trọng hơn khi trong cùng thời kỳ này các nước phát triển lại bắt đầu nâng dần lãi suất để giảm áp lực lạm phát trên đất nước họ. Điều này góp phần làm "khô hạn" thanh khoản ở các nước mới nổi, đang phát triển, gây khó cho việc huy động vốn của doanh nghiệp nơi này, càng làm tăng rủi ro vỡ nợ, phá sản của chúng. Rủi ro của một cuộc khủng hoảng nợ mới là kết quả tổng hợp của cuộc chiến thương mại đang ngày càng diễn ra kịch tính hơn, nợ doanh nghiệp tăng cao ở các nền kinh tế mới nổi và sự thắt chặt tiền tệ ở các nước đang phát triển với Việt Nam có thể đã bộc lộ ở sự căng thẳng về tỷ giá tiền đồng/đô la Mỹ và áp lực tăng lên của lãi suất tiền đồng. Vậy giải pháp ở đây là gì:

Một là, Việt Nam cần nhanh chóng giảm thiểu vay nợ nước ngoài. Hành động này nhằm giảm gánh nặng phải can thiệp để bảo vệ tỷ giá cũng như quỹ dự trữ ngoại hối.

Hai là, liên quan đến giảm thiểu vay nợ nước ngoài, nếu cần thiết thì phải hoãn vô thời hạn một số dự án quy mô lớn phát triển sử dụng vốn vay nước ngoài (cả ưu đãi lẫn thương mại) cho đến khi tình hình bất lợi bên ngoài trở nên đỡ rủi ro hơn. Phương châm chính sách trong giai đoạn rối ren này phải là phòng bị, giảm rủi ro, chứ không phải là mở rộng, phát triển để gánh thêm rủi ro.

Cuối cùng, Việt Nam cũng cần phải tiếp tục cải thiện môi trường đầu tư thân thiện hơn với nhà đầu tư để tiếp tục hấp dẫn và giữ chân dòng vốn đầu tư không chỉ trực tiếp mà còn cả gián tiếp.

Tài liệu tham khảo:

https://www.thesaigontimes.vn/279894/Nguy-co-doi-mat-voi-cuoc-khung-hoang-no.html

http://vneconomy.vn/du-no-vay-ngan-han-nuoc-ngoai-cua-doanh-nghiep-to-chuc-tin-dung-tang-dot-bien-20180527171033991.htm

Xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang thị trường Mỹ - Thực trạng và giải pháp

Trần Thị Ngọc Ánh - CQ54/32.04
Nguyễn Nhật Minh - CQ55/09.01

Mỹ là thị trường xuất khẩu lớn và đầy tiềm năng cho hàng hóa của Việt Nam. Tuy nhiên, đây cũng là thị trường khó tính, đòi hỏi nhiều quy định khắt khe, nhất là trong bối cảnh xung đột thương mại Mỹ và Trung Quốc. Xu hướng dịch chuyển đơn hàng xuất nhập khẩu sẽ diễn ra mạnh mẽ, trong điều kiện đó Việt Nam có thể trở thành nước xuất khẩu chính cho Mỹ. Vậy doanh nghiệp xuất khẩu hàng hóa sang Mỹ cần làm gì trong bối cảnh kinh tế thế giới đang diễn biến phức tạp để tận dụng tốt cơ hội thị trường này?

Thực trạng xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang thị trường Mỹ

Tại hội thảo "Xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ và những điểm cần lưu ý" diễn ra vào ngày 29/8/2019, ông Nguyễn Vũ Kiên - Phó Trưởng ban Quan hệ quốc tế, Phòng Thương Mại và Công nghệ Việt Nam VCCI khẳng định, Mỹ và Việt Nam là đối tác thương mại quan trọng của nhau, với tốc độ tăng trưởng hơn 20%/năm.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, kim ngạch hàng hóa xuất khẩu tháng 8/2019 đạt hơn 25,88 tỷ USD, tăng 12,6% so với tháng trước. So với cùng kỳ năm trước, kim ngạch hàng hóa xuất khẩu tháng 8 tăng 8,1%, trong đó khu vực kinh tế trong nước tăng 2,4%, khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) tăng 5,3%.

Đặc biệt, 8 tháng năm 2019, kim ngạch hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Mỹ đạt 39,26 tỷ USD, trong đó tháng 8 năm 2019 đạt 6,29 tỷ USD. Tính riêng quý I năm 2019, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ tăng 16,9%. Xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Mỹ dự báo tiếp tục tăng trưởng tích cực khi các nhà nhập khẩu Mỹ đẩy mạnh tìm kiếm hàng hóa thay thế hàng Trung Quốc và các cơ sở sản xuất mới sau khi dịch chuyển đầu tư.

Xuất khẩu sang Mỹ được kỳ vọng sẽ tăng cao khi mới đây, Bộ Thương mại Mỹ (DOC) vừa công bố kết quả cuối cùng của đợt rà soát hành chính lần thứ 13 (POR 13) về thuế chống bán phá giá tôm Việt Nam vào Mỹ.

Theo đó, 31 doanh nghiệp của Việt Nam sẽ được hưởng mức thuế 0%. Trong danh sách có rất nhiều doanh nghiệp lớn như tập đoàn Thủy sản Minh Phú, công ty cổ phần Chăn nuôi CP Việt Nam, công ty Cổ phần Camimex Group,... Mức thuế 0% này không chỉ có tác động ngắn hạn mà còn mở ra khả năng bứt phá xuất khẩu sang thị trường Mỹ, kỳ vọng các đơn hàng sẽ nhiều hơn trong thời gian tới. Bởi Mỹ là một thị trường nhập khẩu tôm lớn của Việt Nam và cũng là thị trường khó tính với những quy tắc khắt khe.

Trong khi đó, nhu cầu nhập khẩu tôm của Mỹ từ Việt Nam đang tăng dần do tồn kho giảm trong khi Mỹ cũng đang giảm nhập khẩu từ Ấn Độ, Thái Lan và giảm mạnh nhập khẩu từ Trung Quốc.

Tuy nhiên đi kèm với sự tăng trưởng trong kim ngạch xuất khẩu, hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ gặp nhiều thách thức lớn:

Thứ nhất, các nhà sản xuất hàng hóa Việt Nam chưa nắm rõ hệ thống các quy định về luật lệ hàng hóa nhập khẩu của Mỹ.

Mỹ có rất nhiều quy định pháp luật chặt chẽ và chi tiết trong xuất nhập khẩu, cũng như các quy định về chất lượng, kỹ thuật hàng hóa. Vì thế, khi các nhà sản xuất chưa nắm rõ hệ thống các quy định về luật lệ của Mỹ thường cảm thấy khó làm ăn tại thị trường này. Những quy định ngặt nghèo của Mỹ về hàng nhập khẩu là những trở ngại phi thuế quan mà hàng hóa Việt Nam khó vượt qua.

Đồng thời, đòi hỏi của người tiêu dùng về hàng hóa tại thị trường Mỹ ngày càng lớn. Điều này bắt buộc hàng hóa chất lượng và cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam tại thị trường Mỹ phải được cải tiến đồng bộ cả về chất lượng sản phẩm lẫn chủng loại, mẫu mã.

Thứ hai, vấn đề gian lận thương mại.

Vấn đề gian lận thương mại giữa các nước được coi là một thách thức lớn đối với hàng hóa Việt Nam. Tình trạng hàng hóa một số nước mạo danh là hàng hóa của Việt Nam để được hưởng ưu đãi, trong khi giá thành sản xuất của các nước này thấp hơn nhiều so với hàng hóa của Việt Nam.

Kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc sang Mỹ giảm mạnh so với cùng kỳ năm ngoái trong khi đó kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ đối với những mặt

hàng này lại tăng mạnh và đồng thời chúng ta lại nhập khẩu những mặt hàng đó từ Trung Quốc. Do đó, nguy cơ về gian lận xuất xứ và lẩn tránh các biện pháp phòng vệ thương mại mà hải quan Mỹ áp dụng với một số quốc gia, trong đó có Trung Quốc, là điều các doanh nghiệp Việt Nam cần lưu tâm.

Giải pháp nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa Việt Nam sang thị trường Mỹ

Về phía các doanh nghiệp

Thứ nhất, các doanh nghiệp cần lên kế hoạch xuất khẩu hàng hóa một cách kỹ lưỡng, nghiên cứu cẩn thận thị trường Mỹ cũng như các phương thức, thủ tục xuất khẩu.

Trước khi chuyển hàng, nhà xuất khẩu phải kiểm tra những hạn chế trong việc nhập khẩu của Mỹ, ước tính phí hải quan, cung cấp chứng từ theo quy định khi đặt vận chuyển hàng và cung cấp đủ chứng từ theo yêu cầu của các cơ quan có liên quan. Nhà nhập khẩu cần phải nắm rõ được sẽ phải làm việc với cơ quan nào chịu trách nhiệm về các quy định nhập khẩu hàng hóa vào Mỹ.

Thứ hai, để vào được thị trường Mỹ, ngoài việc nắm vững nhu cầu thị trường, các doanh nghiệp Việt Nam còn phải tìm hiểu và nắm vững hệ thống quản lý xuất nhập khẩu cũng như hệ thống hạn ngạch của Mỹ. Khi các doanh nghiệp Việt Nam vượt qua được những rào cản này thì việc xâm nhập thị trường Mỹ sẽ trở nên dễ dàng hơn.

Trong quá trình chuyển hàng, doanh nghiệp cần có giấy đảm bảo nợ thuế hải quan, trung thực khai báo hải quan, kiểm tra độ chính xác của chứng từ và nộp phí hải quan đúng quy định. Ngoài ra, tùy thuộc vào sản phẩm cụ thể mà Cục Hải quan và Biên phòng Mỹ (CBP) sẽ làm việc cùng các cơ quan khác như: Cục Quản lý dược phẩm và thực phẩm (FDA), Cục Kiểm soát rượu, thuốc lá, vũ khí và chất nổ (ATF)… Các cơ quan này sẽ đặt ra các tiêu chuẩn khác nhau cho mỗi loại sản phẩm.

Thứ ba, doanh nghiệp Việt Nam cần nâng cao nhận thức, năng lực thực thi các quy định của pháp luật về phòng vệ thương mại, quy tắc xuất xứ,... Tuân thủ pháp luật, thực hiện đúng các cam kết quốc tế về quy tắc xuất xứ hàng hóa. Không tiếp tay cho hàng hóa từ các nước đang bị áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại sang Việt Nam để tiêu thụ nội địa hoặc xuất khẩu đi nước thứ ba.

Đồng thời, doanh nghiệp Việt Nam phải thực hiện quản trị tốt công việc lưu trữ chứng từ về nguồn gốc xuất xứ của nguyên liệu, sản phẩm để phục vụ hoạt động xác minh, điều tra của nước nhập khẩu.

Thứ tư, nâng cao chất lượng hàng hóa xuất khẩu

Chất lượng sản phẩm là lợi thế cạnh tranh có tính quyết định. Tầm quan trọng của chất lượng hàng hóa là giúp giữ thị trường cũ, đồng thời thâm nhập tốt thị trường mới. Doanh nghiệp Việt Nam cần nâng cao chất lượng hàng hóa để không chỉ là đảm bảo chất lượng sản phẩm theo chuẩn mực, mà còn phấn đấu một chất lượng vượt trội và khác biệt so với sản phẩm cùng loại của các nước khác.

Doanh nghiệp cần dựa trên công nghệ tiên tiến, thường xuyên đổi mới máy móc thiết bị, mẫu mã sản phẩm, phát triển sản phẩm mới, đa dạng chủng loại sản phẩm để giành, giữ và mở rộng thị trường xuất khẩu một cách hữu hiệu.

Về phía Nhà nước

Trong sự cạnh tranh ngày càng gay gắt của thị trường, doanh nghiệp cần phải nắm bắt được nhu cầu khách hàng một cách đầy đủ, nhanh chóng nhất thì mới có thể đáp ứng tốt nhu cầu của họ, từ đó hoạt động kinh doanh có hiệu quả hơn, sản phẩm sẽ có tính cạnh tranh cao hơn. Bởi vậy, công tác xúc tiến thương mại có ý nghĩa đặc biệt quan trọng.

Để nâng cao hiệu quả hoạt động xuất khẩu, đặc biệt xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Mỹ, Nhà nước Việt Nam cần xây dựng một hệ thống xúc tiến thương mại theo hướng phục vụ theo đối tượng khách hàng rõ rệt. Đồng thời, các tổ chức xúc tiến thương mại đảm bảo hỗ trợ cung cấp, cập nhập thông tin đầy đủ, kịp thời cho các doanh nghiệp sản xuất hàng hóa, hỗ trợ cho các doanh nghiệp tiếp cận thị trường nước ngoài nói chung và thị trường Mỹ nói riêng.

Tài liệu tham khảo:

Số liệu thống kê - Tổng cục Hải quan:

https://www.customs.gov.vn/Lists/ThongKeHaiQuanLichCongBo/Attachments/1248/2019-T08T-2X(VN-SB).pdf

https://www.customs.gov.vn/Lists/ThongKeHaiQuanLichCongBo/Attachments/1253/2019-T08T-5X(VN-SB).pdf

http://cafef.vn/xuat-khau-hang-hoa-sang-hoa-ky-va-nhung-dieu-doanh-nghiep-can-luu-y-20190829191713953rf20190915082256718.chn

Trung Quốc xem xét gia nhập CPTPP

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

Trong bối cảnh chủ nghĩa bảo hộ đang cản trở tăng trưởng thương mại toàn cầu và sức ép từ Mỹ trong chiến tranh thương mại ngày càng lớn, việc Trung Quốc cân nhắc gia nhập Hiệp định Đối tác Toàn diện và Chiến lược xuyên Thái Bình Dương CPTPP được kỳ vọng sẽ là một động thái nhằm thúc đẩy thương mại tự do. Tham gia CPTPP là một kế sách nhằm đối phó chủ nghĩa bảo hộ cũng như chính sách "Nước Mỹ là trên hết" của chính quyền Tổng thống Donald Trump, giúp Trung Quốc mở rộng các mối quan hệ thương mại và nâng cao tiềm năng tăng trưởng trong bối cảnh Trung Quốc đang đối diện với rủi ro có thể bị Mỹ cô lập về kinh tế.

CPTPP: Một số điểm khác biệt với TPP

Sau khi Mỹ tuyên bố rút khỏi Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương TPP tháng 01-2017 thì CPTPP được hình thành. Hiệp định CPTPP là sản phẩm của 11 nước còn lại. Sự rút lui của Mỹ trong khối CPTPP giúp cho Trung Quốc có "thời cơ" để mở rộng thêm bạn bè và tránh khỏi bị loại ra trong bất kỳ hệ thống thương mại mới nào. Mặc dù Mỹ - đối tác thương mại lớn nhất, quan trọng nhất không tham gia, song CPTPP vẫn là một trong những khối thương mại lớn nhất thế giới, bao gồm cả 3 châu lục: châu Á, châu Mỹ và châu Đại Dương với thị trường khoảng 500 triệu dân, chiếm khoảng 13,5% GDP và hơn 15% tổng thương mại toàn cầu. Về nội dung, CPTPP có những khác biệt nhất định so với TPP nhưng khác biệt không đến mức cơ bản. Nếu không có chuyện Mỹ rút khỏi TPP thì không có CPTPP. Hiệp định CPTPP chỉ có một vài thay đổi được cho là "ít mang tính ràng buộc" hơn so với TPP. Sự khác biệt giữa TPP và CPTPP được thể hiện ở 4 điểm đáng chú ý sau:

Thứ nhất, việc bổ sung hai từ "toàn diện" (comprehensive) và "tiến bộ" (progressive) do mở rộng nội dung hợp tác trong CPTPP đã thể hiện tính đồng thuận nhưng vẫn khẳng định các tiêu chí cao và toàn diện của TPP trên các mặt.

Thứ hai, Hiệp định CPTPP có quy mô kinh tế chiếm 13,5% GDP và 15,2% kim ngạch thương mại toàn cầu, khiêm tốn hơn nhiều so với TPP (chiếm 38,2% GDP và 26,5% kim ngạch thương mại toàn cầu). Do đó, thiếu vắng Mỹ, tổng lượng kinh tế cũng như sức ảnh hưởng kinh tế và thương mại đối với toàn cầu và khu vực của CPTPP đã giảm đáng kể.

Thứ ba, do Mỹ chiếm tới 60% GDP của các nước TPP, nên khi Mỹ rút khỏi TPP thì 11 nước còn lại phải thay đổi điều khoản về hiệu lực, theo đó chỉ cần 6 nước phê chuẩn thì CPTPP sẽ có hiệu lực sau 60 ngày kể từ ngày được phê chuẩn.

Thứ tư, Hiệp định CPTPP tạm đình chỉ 23 điều khoản trong một số lĩnh vực, như dược phẩm, quyền bảo vệ sở hữu trí tuệ, chế độ cung ứng cho khu vực nhà nước... được cho là mang tính ràng buộc quá chặt chẽ. Đa số là các điều khoản do Mỹ đề nghị trong 6 năm đàm phán.

Ưu thế của Hiệp định CPTPP là có sự tham gia của Nhật Bản, nền kinh tế có sản lượng thứ ba sau Mỹ và Trung Quốc. Tương tự như TPP, Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) cũng dựa trên nguyên tắc cơ bản là xóa bỏ các hàng rào quan thuế, tự do hóa các luồng giao thương, tư bản và dịch vụ.

Lợi ích khi Trung Quốc tham gia CPTPP

Trong bối cảnh chủ nghĩa bảo hộ đang cản trở tăng trưởng thương mại toàn cầu và sức ép từ Mỹ trong chiến tranh thương mại ngày càng lớn, việc Bắc Kinh cân nhắc gia nhập CPTPP được kỳ vọng sẽ là một động thái nhằm thúc đẩy thương mại tự do. Những lợi ích khi Trung Quốc tham gia CPTPP không hề nhỏ:

Một là, xét khía cạnh kinh tế, CPTPP có thể đóng góp 147 tỷ USD mỗi năm cho nguồn thu toàn cầu và tăng lên 632 tỷ USD/năm (nếu có sự tham gia của Trung Quốc) - vượt xa những lợi ích mà TPP (có sự tham gia của Mỹ) mang lại. CPTPP sẽ tạo động lực cho chính sách "mở cửa" của Trung Quốc - yếu tố được xem là đặc biệt quan trọng đối với tăng trưởng. Trung Quốc hiện đã thiết lập quan hệ thương mại và đầu tư khá mạnh với các thành viên CPTPP, song thỏa thuận CPTPP có thể giúp giảm bớt một số rào cản vẫn còn lớn, giúp thương mại tại châu Á - Thái Bình Dương tăng trưởng, chuỗi cung ứng và sản xuất trở nên hiệu quả hơn, tạo điều kiện để khu vực châu Á - Thái Bình Dương hạn chế lệ thuộc vào vùng Bắc Mỹ.

Không chỉ hạ bớt rào cản thuế quan, hạn ngạch, CPTPP hình thành những nguyên tắc trong nhiều lĩnh vực của quan hệ kinh tế hiện đại.

Hai là, xét từ góc độ chính trị, CPTPP sẽ làm dịu đi những căng thẳng thương mại Mỹ - Trung và củng cố nền ngoại giao kinh tế của Trung Quốc. Tham gia CPTPP, Trung Quốc sẽ phối hợp chặt chẽ với các nước châu Á và Mỹ La Tinh để xây dựng một hệ thống khu vực mở. Mặc dù một số đối tác trong CPTPP lo ngại nguy cơ cạnh tranh từ Trung Quốc song đều mong muốn có sự tham gia của thị trường khổng lồ của nền kinh tế lớn thứ hai thế giới.

Quan hệ kinh tế chính trị giữa Đông Bắc Á và Đông Nam Á cũng sẽ được hưởng lợi từ việc Trung Quốc gia nhập CPTPP. Hợp tác khu vực sâu rộng hơn sẽ thúc đẩy hơn nữa vị thế chính trị của Đông Á trên trường quốc tế. Trung Quốc và khu vực sẽ có sự hậu thuẫn của hệ thống thương mại dựa trên nguyên tắc trong thời điểm Mỹ dường như chọn hướng ngược lại. Sự tham gia của Trung Quốc vào CPTPP không làm gia tăng căng thẳng, thậm chí, có thể hạn chế rủi ro xung đột thương mại.

Điểm tích cực nhất của Hiệp định CPTPP chính là sự thống nhất tuyệt đối của các thành viên về nhu cầu duy trì một hiệp định chất lượng cao và toàn diện trên tất cả các lĩnh vực, chứ không chỉ là vấn đề mở cửa thị trường, thương mại và kinh tế. Hiệp định CPTPP cam kết chống lại xu hướng bảo hộ hiện nay trên thế giới sẽ đem lại nhiều lợi ích kinh tế cho 11 quốc gia thành viên.

Với việc gia nhập CPTPP, Trung Quốc có thể chống lại chiến lược bảo hộ "nước Mỹ trước tiên" của Tổng thống Donald Trump. Tham gia vào CPTPP cùng 11 quốc gia thành viên sẽ giúp Trung Quốc mở rộng các liên kết thương mại và khai thác tiềm năng tăng trưởng trong bối cảnh có nguy cơ bị Mỹ cô lập kinh tế. Gia nhập CPTPP sẽ là cách tương đối dễ để Bắc Kinh giành được lợi thế trước Mỹ và giúp Trung Quốc bớt phụ thuộc vào Mỹ. Hơn nữa, Trung Quốc cần tăng cường hợp tác với Nhật Bản và Hàn Quốc để giảm thiểu những tác động kinh tế tiêu cực của cuộc chiến thương mại với Mỹ, thậm chí giải quyết xung đột với Mỹ.

Gia nhập CPTPP - vốn yêu cầu Trung Quốc đáp ứng các chuẩn mực của khối về lao động, doanh nghiệp nhà nước, trao đổi dịch vụ và sở hữu trí tuệ - sẽ là một cách 'hay' để xây dựng sự đồng thuận trong lòng Trung Quốc và giảm xung đột với Mỹ.

Gia nhập CPTPP sẽ là thông điệp chứng tỏ Trung Quốc đang mở cửa và cải tổ, giúp Trung Quốc đối phó với Mỹ và thiết lập mạng lưới kinh tế mới, ngoài sáng kiến Vành đai Con đường và Tổ chức Hợp tác Thượng Hải. Gia nhập CPTPP giúp Trung Quốc mở rộng những quan hệ mậu dịch, và củng cố hình ảnh Trung Quốc là quốc gia ủng hộ cho thị trường tự do. Khả năng đàm phán gia nhập CPTPP của Trung Quốc là chưa rõ ràng do ảnh hưởng của Mỹ tới các nền kinh tế thành viên. Trung Quốc cũng có thể phải đối diện với những cuộc đàm phán khó khăn hoặc phải thay đổi các chính sách về công nghiệp và sở hữu trí tuệ nhằm tương thích với hiệp định.

Trung Quốc đang phải tính đến việc đối đầu dài hạn với Mỹ. Vì vậy, việc thăm dò tham gia CPTPP vẫn có tác dụng không hề nhỏ đối với Trung Quốc, vừa giúp Trung Quốc chia rẽ các đối tác với Mỹ, vừa khiến 11 thành viên hiện tại của CPTPP dè dặt hơn với khả năng Mỹ trở lại. Mỹ sẽ không tham gia vào CPTPP với nội dung thoả thuận như hiện tại. Sẽ không có chuyện cả Mỹ và Trung Quốc cùng "nhập gia CPTPP". Nếu có ý định tham gia thực sự thì Mỹ và Trung Quốc chắc chắn sẽ "ép" 11 nước kia đàm phán lại CPTPP. Tuy nhiên, việc tham gia CPTPP hiện không phải là mục đích của Trung Quốc nhưng sự thăm dò của Trung Quốc có thể chỉ là mong muốn hình thành khu vực mậu dịch tự do xuyên Thái Bình Dương mới của Trung Quốc, mà Trung Quốc sẽ có vai trò như Mỹ có được với TPP.

Tài liệu tham khảo:

http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-quoc-te/tham-gia-cptpp-bac-kinh-se-so-gang-ngang-ngua-voi-my-310335.html

http://www.tapchicongsan.org.vn/Home/The-gioi-van-de-su-kien/2019/55057/Trung-Quoc-voi-CPTPP.aspx

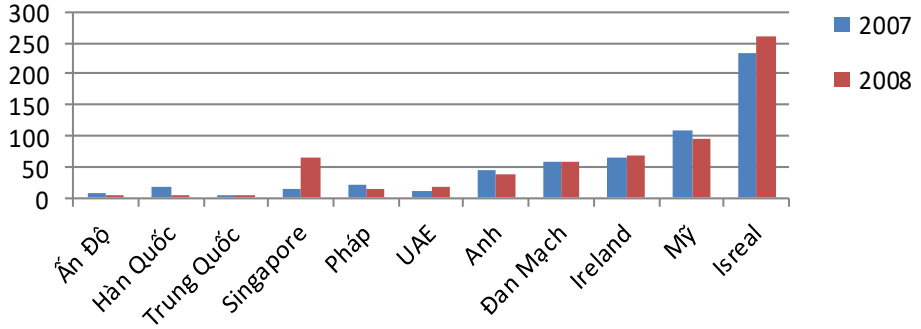
Kinh nghiệm của Israel về huy động vốn cho hoạt động khởi nghiệp

Vũ Thị Duyên - CQ55/11.13

Khởi nghiệp là thuật ngữ chỉ về những công ty đang trong giai đoạn bắt đầu kinh doanh nói chung, nó thường được dùng với nghĩa hẹp chỉ các công ty công nghệ trong giai đoạn lập nghiệp. Đối với tất cả các doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường, vốn là điều kiện tiên quyết không thể thiếu. Việc xây dựng kế hoạch sử dụng vốn của doanh nghiệp là hoạt động nhằm hình thành nên các dự định về tổ chức các nguồn tài trợ nhu cầu vốn lưu động của công ty và sử dụng chúng sao cho có hiệu quả. Nhắc tới khởi nghiệp và quốc gia khởi nghiệp không thể không nhắc tới Israel - một đất nước vươn mình lên từ trí tuệ, khoa học công nghệ, sáng tạo, một quốc gia luôn đứng đầu thế giới về thu hút vốn đầu tư mạo hiểm trên đầu người và chỉ đứng sau Mỹ số doanh nghiệp khởi nghiệp.

Israel là một đất nước nhỏ bé, nằm ở khu vực Trung Đông, chỉ có khoảng 8 triệu dân với hơn 65 năm thành lập, tài nguyên thiên nhiên gần như bằng không, tuy nhiên trong điều kiện địa lý - chính trị muôn vàn khó khăn nhưng lại là nơi sinh ra nhiều doanh nghiệp khởi nghiệp hơn hầu hết các quốc gia khác trên thế giới. Các doanh nghiệp khởi nghiệp của Israel liên tục thu hút lượng vốn đầu tư khổng lồ từ trong và ngoài nước. Cải cách về công nghệ là nền tảng tạo nên những thành công của ngành công nghệ cao Israel trong những thập niên qua. Các công ty công nghệ cao của Israel tiếp tục được niêm yết trên sàn giao dịch NASDAQ (Mỹ) - nơi mà chưa có quốc gia nào trên thế giới ngoài Mỹ sở hữu nhiều công ty lớn như Israel.

Vốn đầu tư mạo hiểm tính theo đầu người (USD/người)



Nguồn: Cục tình báo TW Mỹ

Kinh nghiệm của Israel trong huy động vốn cho hoạt động khởi nghiệp

Chú trọng cho giáo dục và nghiên cứu phát triển

Các nước Trung Đông nói chung và Israel nói riêng đều là các nước có trữ lượng dầu mỏ thuộc hàng lớn nhất trên thế giới và các nước này sống và giàu lên nhờ dầu mỏ. Tuy nhiên, dầu mỏ không phải là vĩnh cửu và họ đã tìm ra cách để phát triển kinh tế đó chính là công nghệ và trí tuệ. Họ chú trọng đầu tư đặc biệt cho giáo dục. Israel có hệ thống giáo dục độc đáo, đóng vai trò là một mảnh đất màu mỡ cho đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp có điều kiện tốt để phát triển. Ở Israel có một sự gắn kết chặt chẽ giữa chính phủ, trường học, các doanh nghiệp, cá nhân. Đối với cấp mẫu giáo có những bài học về khoa học siêu nhỏ như chạm tới bầu trời. Lớn hơn cho học sinh vào phòng thí nghiệm để trải nghiệm thực tiễn. Đồng thời kết hợp với các công ty lớn để cho học sinh, sinh viên trải nghiệm. Học sinh từ 15-18 tuổi được trải nghiệm trại hè sáng tạo bằng tiếng Anh, khuyến khích các em yêu thích khoa học công nghệ bằng cách cho các em tham gia các CLB khoa học, tham gia trải nghiệm ở các công viên khoa học. Israel cũng là nước có mức đầu tư cho nghiên cứu thuộc hàng lớn nhất thế giới với gần 100 triệu USD mỗi năm, chiếm khoảng 3% tổng sản lượng nông nghiệp quốc gia.

Tạo ra những thứ mới mẻ chưa nơi nào có

Nếu một đất nước với khí hậu nhiệt đới, thuận lợi cho phát triển nông nghiệp có nền nông nghiệp phát triển thì là điều thật bình thường. Thế nhưng tại sao một đất nước hoang mạc cằn cỗi lại có thể vươn lên thành cường quốc nông nghiệp thì quả là điều khiến cho người phải trầm trồ, ngạc nhiên. Lý do để Israel có một nền nông nghiệp phát triển như hiện nay là do:

Thứ nhất, biết tận dụng những thế mạnh sẵn có. Họ biết tận dụng năng lượng mặt trời thay vì chặt cây đốt lửa. Sự tiến bộ của Israel được thể hiện ở việc phát triển các nhà máy điện từ nguồn năng lượng mặt trời - nguồn năng lượng sạch vĩnh cửu - cho các hộ sản xuất hoặc các khu vực làng xã. Ngoài ra, các nhà khoa học và công ty Israel còn sáng tạo nên pin quang điện tập trung (CPV), một giải pháp cho chính nền nông nghiệp Israel và các nước đang phát triển đang phải đối mặt với nạn phá rừng. Israel đã chống lại sự sa mạc hóa bằng cách biến năng lượng mặt trời thành một phương pháp thay thế khả thi so với cách chặt củi thông thường.

Thứ hai, có sự liên kết chặt chẽ giữa nghiên cứu với thực tiễn. Ở đây luôn sự gần gũi, kết hợp và phát triển giữa những nhà khoa học kỹ thuật và người làm nông. Một trong những lợi thế của sự phối hợp giữa khoa học và nhà nông tại Israel là tính cộng đồng rất cao. Nhà khoa học rất gần gũi với đồng ruộng và nhiều trong số họ cũng

chính là nông dân hoặc giữ vai trò tư vấn trực tiếp cho nông dân. Tại các vùng nông nghiệp lớn luôn có sự xuất hiện của các viện nghiên cứu, luôn có sự đổi mới không ngừng để tạo ra những nguồn giống đảm bảo chất lượng cao.

Thứ ba, áp dụng công nghệ kỹ thuật tiên tiến và thân thiện với môi trường. Vào những năm 1960, công ty Israel Netafim đã phát minh ra công nghệ tưới nhỏ giọt hiện đại, các nguồn nước quý và khan hiếm trên sa mạc chỉ được sử dụng để trồng cây. Trong số những cây trồng đáng chú ý phát triển nhất ở Negev được trồng ở sa mạc Israel là cà chua anh đào - có thể tìm thấy trong các cửa hàng tạp hoá trên khắp thế giới. Cà chua anh đào trồng ở Negev có độ ngọt cao gấp 2-3 lần so với những nơi khác do nước sử dụng trồng cây vô cùng chất lượng, lượng khoáng chất tìm thấy trong nước là cao hơn hẳn. Ngày nay, nông dân Israel đang phát triển những giống cà chua mới hơn để tăng năng suất trong khi Negev đã tăng sản lượng cà chua gấp 3-4 lần so với các nơi khác trên thế giới. Ngoài ra, họ còn sử dụng công nghệ để nuôi được cá trên chính vùng đất hoang mạc cằn cỗi và thiếu nước.

Chủ động tìm kiếm nhà đầu tư

Shimon Peres là người khai sinh nền công nghiệp quốc phòng Israel, đạt giải Nobel Hòa bình, là cha đẻ mô hình "quốc gia khởi nghiệp". Người đã bị CEO của 3 ông lớn xe hơi Mỹ năm 2007 là General Motors, Ford và Chrysler từ chối gặp gỡ và bị một CEO của hãng xe khác tìm đủ mọi cách chứng minh ý tưởng của ông là bất khả thi và giả sử có nghe đi chăng nữa thì họ sẽ không bao giờ nghĩ tới việc thử nghiệm phương tiện chạy bằng điện tại một đất nước tý hon như Israel. Agassi một thanh niên trẻ tuổi sau này đã trở thành một doanh nhân tài giỏi tại Israel lúc đó cùng với thủ tướng Peres đã tìm ra và nghiên cứu cách để thuyết phục về tính khả thi của mô hình chạy xe bằng điện và họ đã chứng minh cho các nhà đầu tư thấy việc thử nghiệm mô hình này ở Israel là hoàn toàn khả thi và hợp lý về địa hình, về con người của đất nước này.

Huy động vốn từ các quỹ đầu tư mạo hiểm

Tại Israel, hoạt động của các công ty khởi nghiệp luôn được thúc đẩy, hỗ trợ bởi sự tăng tưởng nguồn vốn đầu tư dồi dào từ các quỹ đầu tư mạo hiểm. Không chỉ chú trọng xây dựng một nền tảng khởi nghiệp mạnh trong nước, Israel ngày càng hướng đến tính hiệu quả hệ sinh thái khởi nghiệp với mong muốn xuất khẩu công nghệ, nhân rộng các mô hình kinh doanh từ các startup trong nước ra toàn cầu. Israel có một hệ thống đa dạng và năng động các nguồn gây quỹ từ cộng đồng, các nhóm nhà đầu tư thiên thần khác dành cho những startup mới thành lập. Việc duy trì song song các hệ

thống gọi vốn, đầu tư khác nhau cho các mục đích và kiểu startup ở mỗi giai đoạn phát triển khác nhau đang ngày càng phổ biến và chứng minh sự đóng góp hiệu quả trong hệ sinh thái khởi nghiệp Israel. Trên thực tế, có hơn 145 startup mới thành lập của Israel đã gây quỹ thành công qua nền tảng kêu gọi vốn khởi nghiệp.

Khi cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 mới thực sự bùng nổ thì Israel đã tiến tới một nền nông, công nghiệp với công nghệ hiện đại. Họ đã tạo dựng lòng tin đối với các nhà đầu tư nước ngoài khi đổ vốn vào đây. Biết được thế mạnh sẵn có của mình và phát huy những điểm yếu. Để thu hút nguồn vốn hiệu quả cho hoạt động khởi nghiệp, ngoài chính sách hỗ trợ của Chính phủ, đòi hỏi các cá nhân doanh nghiệp khởi nghiệp tự đứng lên đi tìm nhà đầu tư, xây dựng các mô hình đầu tư đạt chất lượng cao và vươn tầm thế giới, tạo ra sự đột biến, đi trước thời đại. Nền kinh tế thế giới luôn có sự biến động không ngừng và công nghệ, trí tuệ là cốt lõi của sự phát triển. Israel từ một quốc gia nhỏ bé thuộc hàng nhất thế giới đã tạo dựng được lòng tin của các nhà đầu tư thế giới vậy Việt Nam, một đất nước có những điều kiện, tiềm năng phát triển tốt hơn, hy vọng rằng trong thời gian tới sẽ tạo dựng nên những sản phẩm, những thương hiệu toàn cầu, tạo dựng lòng tin với các nhà đầu tư để nguồn vốn đầu tư đổ vào Việt Nam ngày càng nhiều, giúp hiện thực hóa các ý tưởng đầu tư, đưa nước ta trở thành một quốc gia khởi nghiệp.

Tài liệu tham khảo:

"*Quốc gia khởi nghiệp- Câu chuyện nền kinh tế thần kì của Israel.*

//bnews.vn/quoc-gia-khoi-nghiep-va-cau-chuyen-kinh-te-than-ky-mang-ten-israel/76511.html

vn/5-ly-giai-thich-vi-sao-israel-la-hinh-mau-ly-tuong-ve-quoc-gia-khoi-nghiep/

Thư giãn:

TƯƠNG TỰ NHAU

Trong giờ học về hôn nhân, giáo sư hỏi sinh viên:

- Anh có hiểu tại sao người ta nói hôn nhân giống như giông bão không?

- Thưa giáo sư, bởi vì cả hai đều bắt đầu bằng sự cuốn hút, giằng co, tàn phá dữ dội rồi nổ tung. Cho đến khi mọi sự yên lặng trở lại thì bạn mất luôn cả cái nhà đang ở.

Nghiên cứu khoa học sinh viên Tập 11/2019

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. TS. NGUYỄN HỒNG CHỈNH
9. TS. NGUYỄN THỊ THÚY NGA
10. ThS. VŨ DUY MINH

Trình bày và thực hiện
BAN QU□N L□ KHOA H□C

Thiết kế bìa
Bùi Dũng Thắng